

OIKOS

JURNAL

Kajian Pendidikan Ekonomi dan ilmu ekonomi



Volume

7

Nomor

2

Tahun

2023

ISSN

2549-2284

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS RIAU

¹Helpita, ²Gusnardi, ³Hendripides

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,
Fakultas

Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau

Email: 1helpita2779@student.unri.ac.id, 2gusnardi@lecturer.unri.ac.id,
3hendripides@lecturer.unri.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of financial knowledge, financial attitudes and locus of control on financial management behavior of students of the Economic Education Study Program, FKIP University of Riau. The population in this study were active undergraduate students of the Economic Education Study Program, FKIP University of Riau, batch 2018 and 2019 both male and female who lived in boarding houses with a total of 88 students. The sample of this study amounted to 88 students with the sampling technique using the saturated sampling technique. The data collection method uses a questionnaire distributed through google forms and the collected data is then tabulated and analyzed using multiple linear regression. Hypothesis testing was carried out with partial and simultaneous significant tests. Based on the results of the study, it was found that the coefficient of determination (R^2) was 0.440, which means that 44% of financial management behavior was influenced by financial knowledge, financial attitudes and locus of control while the remaining 56% was influenced by other independent variables not included in this study. Future research is expected to be able to examine other variables other than the three variables in the study.

Keywords: Financial Knowledge, Financial Attitude, Locus Of Control, Financial Management Behavior

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan locus of control terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2018 dan 2019 baik laki-laki maupun perempuan yang tinggal di indekos dengan jumlah 88 mahasiswa. Sampel penelitian ini berjumlah 88 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui google formulir dan data yang terkumpul kemudian ditabulasi dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji signifikan parsial dan simultan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,440 yang artinya 44% perilaku pengelolaan keuangan dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* sedangkan sisanya 56% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti variabel lain selain ketiga variabel dalam penelitian.

Kata kunci: Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, *Locus Of Control*, Perilaku Pengelolaan Keuangan

PENDAHULUAN

Perilaku pengelolaan keuangan merupakan salah satu konsep penting dalam ilmu keuangan. Perilaku pengelolaan keuangan merupakan kemampuan seorang dalam keuangan sehari-hari untuk melakukan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana (Kholilah & Iramani, 2013). Munculnya perilaku pengelolaan keuangan merupakan dampak dari besarnya keinginan

seorang untuk memenuhi kebutuhan hidup sesuai dengan tingkat pendapatannya. Oleh sebab itu, kemampuan mengelola keuangan menjadi sangat penting saat ini karena setiap individu harus merencanakan biaya kebutuhan dan investasi jangka panjang untuk kesejahteraannya. Sehingga dengan cara yang tepat setiap individu tidak akan terjebak dalam pemenuhan keinginan yang tidak terkendali.

Salah satu komponen masyarakat yang berperan penting bagi perubahan bangsa (*agent of change*) ialah generasi muda seperti mahasiswa. Sebagai mahasiswa tentunya ada banyak kebutuhan yang harus dipenuhi seperti membeli buku, alat tulis, transportasi dan kebutuhan sehari-hari serta pembayaran tagihan seperti pembayaran uang kuliah tunggal, sewa kos, tagihan listrik atau air serta tagihan lainnya yang harus dibayar. Keadaan tersebut merupakan salah satu yang menjadi peluang besar bagi pelaku bisnis untuk menjadikan mahasiswa sebagai pangsa pasar terhadap barang-barang yang diperdagangkan. Sifat mahasiswa yang mudah tergiur dengan barang baru ataupun bermerek serta mengikuti tren yang ada, sehingga memicu para pengusaha menjadikan mahasiswa sebagai target utamanya. Didukung lagi dengan sikap mahasiswa yang konsumtif serta dengan adanya kemajuan teknologi membuat mahasiswa lebih mudah untuk menghabiskan uang dalam jumlah yang besar. Bukan hanya untuk membeli keperluan sehari-hari melainkan untuk membeli barang-barang yang mereka inginkan. Hal ini akan membuat mahasiswa tidak bisa menyikapi mana yang menjadi kebutuhan yang harus diutamakan dan mana yang menjadi keinginan yang bisa dikendalikan, sehingga akan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangannya.

Permasalahan ini dapat dilihat dengan adanya data yang diperoleh dari pra-survei kepada mahasiswa aktif S1 Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2019 dan 2018 baik laki-laki maupun perempuan yang tinggal di indeks sebanyak 92 mahasiswa, menunjukkan bahwa masih ada mahasiswa yang memiliki masalah dalam keuangan, serta masih banyak mahasiswa yang belum bisa mengelola uang saku miliknya untuk membiayai atau mencukupi kebutuhannya selama sebulan. Akibatnya mendorong mahasiswa untuk meminta lagi uang saku kepada orang tua sebelum waktunya atau melakukan pinjaman kepada temannya karena tidak memiliki tabungan untuk memenuhi keinginannya maupun kebutuhannya. Data pra-survei menunjukkan bahwa sebanyak 53,3% mahasiswa uang saku yang mereka terima tidak mencukupi untuk membiayai kebutuhannya selama satu bulan atau sesuai waktu yang telah ditentukan dan sebanyak 46,7% mahasiswa yang uang saku yang mereka terima mencukupi kebutuhan selama sebulan atau sesuai waktu yang telah ditentukan

Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan ini dengan adanya pemberian pengetahuan keuangan, memiliki sikap keuangan, serta memiliki *locus of control* yang baik dan tepat. Untuk dapat melaksanakan perilaku pengelolaan keuangan dengan baik diperlukan pengetahuan yang memadai tentang perilaku pengelolaan keuangan, baik yang diperoleh dari pendidikan formal maupun nonformal. Pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan sangat dibutuhkan oleh setiap individu untuk dapat mengambil keputusan yang tepat di bidang keuangan (Gusnardi et al., 2019). Humaira & Sagoro (2018) mengemukakan bahwa seorang yang mempunyai pengetahuan keuangan yang baik akan lebih berperilaku keuangan dengan cara-cara yang bertanggung jawab. Semakin baik pengetahuan keuangan yang dimiliki seorang maka akan semakin baik pula manajemen keuangan dan penyelesaian dalam pengambilan keputusan. Selain pengetahuan keuangan yang dapat meningkatkan perilaku pengelolaan keuangan, setiap individu harus memiliki sikap keuangan yang baik. Sikap keuangan mengarahkan seorang dalam mengatur berbagai perilaku keuangannya, dengan sikap keuangan yang baik maka seorang akan lebih baik pula dalam pengambilan berbagai keputusan terkait manajemen keuangannya (Yulistia & Iramani, 2018). Selanjutnya untuk memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang baik dan tepat, setiap individu harus memiliki pengendalian diri (*locus of control*) yang baik. Herlindawati (2015) berpendapat bahwa *locus of control* yang tinggi dalam perihal keuangan akan dapat menunjang keberhasilan pengelolaan keuangan pribadi setiap individu.

Hasil riset-riset sebelumnya menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Humaira & Sagoro, 2018). Sedangkan menurut penelitian Kholilah & Iramani (2013) menyatakan bahwa pengetahuan keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Hal ini menimbulkan kesenjangan penelitian pada variabel pengetahuan keuangan. Sikap keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Herdjiono & Damanik, 2016). Sedangkan menurut penelitian Nobriyani & Haryono (2019) menunjukkan bahwa sikap keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan, sehingga menimbulkan kesenjangan penelitian pada variabel sikap keuangan. Selanjutnya *locus of control* berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Rizkiawati & Asandimitra, 2018). Sedangkan menurut penelitian Nobriyani & Haryono (2019) menunjukkan bahwa *locus of control* tidak berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Hal ini menimbulkan kesenjangan penelitian pada variabel *locus of control*.

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan, maka dari itu mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2018 dan 2019 masih ada yang mengalami masalah dalam keuangannya, bahwa masih terdapat mahasiswa yang uang saku per bulannya tidak mencukupi untuk biaya kebutuhan dan keinginannya selama sebulan. Masih terdapat mahasiswa yang belum bisa mengambil keputusan dalam membeli barang serta masih terdapat mahasiswa yang belum mampu menyusun skala prioritas kebutuhan. Pengeluaran yang dilakukan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan lebih besar daripada uang saku yang dimilikinya. Mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2018 dan 2019 merupakan mahasiswa yang saat ini berada pada semester 8 dan 6 yang masih terbagi atas dua konsentrasi yaitu akuntansi dan koperasi. Bagi mahasiswa yang tinggal diluar kota sudah merasakan tinggal jauh dari orang tua atau di indekos selama 1 sampai 2 tahun sebelum pandemi Corona Virus Disease 2019. Dengan begitu mahasiswa sudah memiliki pengalaman dalam berperilaku mengelola keuangannya beberapa tahun belakangan ini. Sehingga perlu dilakukan penelitian pada mahasiswa angkatan 2018 dan 2019 yang tinggal jauh dari orang tua atau di indekos untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangannya. Terutama faktor pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* yang merupakan faktor yang sangat cocok diteliti kepada mahasiswa karena terjadi dalam kehidupannya sehari-harinya. Hal ini dilakukan supaya mahasiswa berperilaku baik dan bijak dalam mengelola keuangannya sendiri untuk kehidupan yang lebih baik kedepannya terutama dalam hal keuangannya. Berdasarkan permasalahan, kesenjangan penelitian dan fenomena yang terjadi, perlu melakukan penelitian lebih lanjut tentang "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau".

LANDASAN TEORI

Perilaku Pengelolaan Keuangan

Perilaku pengelolaan keuangan adalah kemampuan seorang dalam keuangan sehari-hari untuk melakukan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana (Kholilah & Iramani, 2013). Perilaku pengelolaan keuangan yang sehat dapat dilihat dengan adanya aktivitas perencanaan, pengelolaan serta pengendalian keuangan yang baik (Suwatno et al., 2020). Perilaku pengelolaan keuangan pribadi ini dapat ditentukan oleh pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh setiap individu. Indikator variabel perilaku pengelolaan keuangan yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu: (1) Pertimbangan dalam pembelian barang; (2) Pembayaran tagihan tepat waktu; (3) Pencatatan pengeluaran bulanan; (4) Keseimbangan pemasukan dan pengeluaran; (5) Perencanaan anggaran keuangan; (6) Penyisihan uang untuk tabungan; dan (7) Membayar utang tepat waktu.

Pengetahuan Keuangan

Pengetahuan keuangan merupakan sejauh mana penguasaan individu atas berbagai hal yang berhubungan dengan hal keuangan (Kholilah & Iramani, 2013). Pengetahuan keuangan berhubungan dengan apa yang diketahui individu mengenai masalah keuangan pribadi, yang seimbang dengan tingkat pengetahuan mereka mengenai berbagai konsep keuangan pribadi (Herdjiono & Damanik, 2016). Indikator variabel pengetahuan keuangan yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu: 1) pengetahuan pengelolaan keuangan; 2) pengetahuan tentang perencanaan keuangan; dan 3) pengetahuan tentang pengeluaran dan pemasukan.

Sikap Keuangan

Sikap keuangan adalah pendapat, pandangan serta penilaian tentang situasi keuangan (Herdjiono & Damanik, 2016). Individu mengartikan uang sebagai alat yang sangat berpengaruh terhadap tindakan apa yang akan dilakukan dalam pengelolaan keuangan (Sina, 2013). Indikator variabel sikap keuangan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: 1) kemampuan seseorang menunjukkan pola pikir yang baik akan uang; 2) dapat menyikapi kondisi keuangan yang dimiliki; 3) penyesuaian penggunaan uang terhadap apa yang dibutuhkan; 4) tidak ada keinginan untuk menghabiskan uang; dan 5) memiliki pandangan yang luas mengenai keuangan.

Locus Of Control

Locus of control merupakan cara pandang seorang pada suatu peristiwa yang terjadi pada dirinya apakah dapat atau tidak dapat dikendalikannya (Kholilah & Iramani, 2013). Ketika seorang bisa mengendalikan dirinya dari dalam untuk menggunakan uang seperlunya atau menggunakan uangnya sesuai kebutuhan, kemungkinan seorang tersebut akan melakukan perilaku manajemen keuangannya dengan baik (Rizkiawati & Asandimitra, 2018). Indikator variabel *locus of control* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: 1) kemampuan dalam pengambilan keputusan keuangan; 2) peran dalam mengontrol keuangan sehari-hari; 3) kemampuan untuk menyelesaikan masalah keuangan; dan 4) tingkat keyakinan terhadap masa depan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

Pemberian pengetahuan keuangan memiliki tujuan agar dapat menambah pemahaman dan kemampuan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Setiap individu yang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola keuangannya dengan baik biasanya akan menunjukkan perilaku pengambilan keputusan yang bijak tentang keuangan (Laily, 2021). Sehingga diharapkan dengan adanya pengetahuan keuangan yang baik maka akan membuat perilaku pengelolaan keuangan individu baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Nobriyani & Haryono (2019), Yulistia & Iramani (2018) menyatakan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H₁: Pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau.

Pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

Adanya Sikap keuangan mengarahkan seseorang dalam mengatur berbagai perilaku keuangannya, dengan sikap keuangan yang baik maka seseorang akan lebih baik pula dalam pengambilan keputusan terkait manajemen keuangannya (Yulistia & Iramani, 2018). Sikap keuangan yang dimiliki oleh setiap individu akan membantu individu tersebut dalam menentukan sikap dan berperilaku dalam hal keuangan, baik dalam hal manajemen keuangan maupun penganggaran keuangan pribadi (Humaira & Sagoro, 2018). Sehingga diharapkan dengan adanya sikap keuangan yang baik maka akan membuat perilaku pengelolaan keuangan individu baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Yulistia & Iramani

(2018) dan Listiani & Kurniawati (2017) menyatakan bahwa sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H₂: Sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau

Pengaruh *Locus Of Control* Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

Seorang yang memiliki *locus of control* internal cenderung memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang lebih baik (Listiani & Kurniawati, 2017). *Locus of control* dalam perihal keuangan merupakan sesuatu yang dapat menunjang keberhasilan pengelolaan keuangan pribadi sesuai dengan tujuan keuangannya (Herlindawati, 2015). Sehingga diharapkan dengan adanya *locus of control* yang terkendali maka akan membuat perilaku pengelolaan keuangan individu baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Lestari (2020) dan Listiani & Kurniawati (2017) menyatakan bahwa *locus of control* berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H₃: *Locus of control* berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau.

Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan dan *Locus Of Control* Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

Perilaku pengelolaan keuangan yang baik di dukung dengan adanya pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan locus of control yang baik. Adanya pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* akan membantu seorang dalam menyikapi keuangannya mana yang menjadi kebutuhan dan mana yang menjadi keinginan, mengontrol kegunaan uangnya, mengambil keputusan yang tepat mengenai keuangannya sehingga seorang pandai mengelola keuangan sendiri untuk kehidupan yang lebih baik kedepannya. Oleh karena itu, pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* merupakan hal yang diperlukan bagi setiap individu. Hal ini sejalan dengan penelitian (Trisnowati et al., 2020) yang menunjukkan bahwa sikap keuangan, pengetahuan keuangan dan *locus of control* berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Berikutnya hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah:

H₄ : Pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Pekanbaru pada mahasiswa S1 Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan maret sampai dengan selesai. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2019 dan 2018 baik laki-laki maupun perempuan yang tinggal di indekos dengan jumlah 88 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh karena semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2021). Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google* formulir. Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Likert. Data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, linearitas, heteroskedastisitas dan multikolinieritas. Hasil analisis digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan juga uji prasyarat analisis seperti dibawah ini:

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner penelitian dengan jumlah pernyataan 6 untuk variabel X1 (pengetahuan keuangan), 7 pernyataan untuk variabel X2 (sikap keuangan), 7 pernyataan untuk variabel X3 (*locus of control*) dan 10 pernyataan untuk variabel Y (perilaku pengelolaan keuangan) yang disebarakan kepada 88 responden.

Analisis Deskriptif Pengetahuan Keuangan

Pengetahuan keuangan adalah penguasaan seorang mengenai uang, baik itu memahami, menganalisis, dan mengelola keuangannya yang biasanya dialami dalam kehidupan sehari-hari. Pengetahuan ini bisa didapatkan dari pembelajaran dan pengalaman yang telah individu alami. Data mengenai pengetahuan keuangan diperoleh melalui angket penelitian dengan jumlah item 6 butir pernyataan. Skor yang digunakan dalam angket adalah 1 sampai 5. Hasil analisis deskriptif variabel pengetahuan keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Data Deskriptif Variabel Pengetahuan Keuangan

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	25,3 – 30	Sangat Baik	8	9,09
2	20,5 – 25,2	Baik	38	43,18
3	15,7 – 20,4	Cukup Baik	39	44,32
4	10,9 – 15,6	Tidak Baik	3	3,41
5	6 – 10,8	Sangat Tidak Baik	-	-
Jumlah			88	100

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui tingkat pengetahuan keuangan mahasiswa yang tinggal di indekos pada Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2018 dan 2019 pada kategori cukup baik yaitu 44,32%. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil tanggapan responden dari 6 pernyataan dalam 3 indikator pada perilaku pengelolaan keuangan. Artinya mahasiswa yang tinggal di indekos pada Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2018 dan 2019 memiliki pengetahuan keuangan dengan cukup baik.

Analisis Deskriptif Sikap Keuangan

Sikap keuangan adalah pendapat, pandangan serta penilaian akan uang dari aspek psikologis seorang yang ditunjukkan dengan adanya kemampuan menyikapi keuangan sendiri, membuat rencana keuangan, membuat anggaran, serta adanya tindakan dalam pengambilan keputusan yang tepat berdasarkan persepsi individu terhadap uang yang dimilikinya sehingga diterapkan dalam sikapnya sendiri. Sikap keuangan individu yang tepat akan baik dalam menyikapi bagaimana keuangannya sendiri sehingga akan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangannya begitupun sebaliknya. Data mengenai sikap keuangan diperoleh melalui angket penelitian dengan jumlah item 7 butir pernyataan. Skor yang digunakan dalam angket adalah 1 sampai 5. Hasil analisis deskriptif variabel sikap keuangan Mahasiswa. Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Data Deskriptif Variabel Sikap Keuangan

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	29,5 – 35	Sangat Baik	20	22,73
2	23,9 – 29,4	Baik	60	68,18
3	18,3 – 23,8	Cukup Baik	8	9,09

4	12,7 – 18,2	Tidak Baik	-	-
5	7 – 12,6	Sangat Tidak Baik	-	-
Jumlah			88	100

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui tingkat sikap keuangan Mahasiswa yang tinggal di Indekos pada Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2018 dan 2019 pada kategori baik yaitu 68,18%. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil tanggapan responden dari 7 pernyataan dalam 5 indikator pada sikap keuangan. Artinya mahasiswa yang tinggal di Indekos pada Program Studi Pendidikan Ekonomi memiliki sikap keuangannya yang baik agar mampu bersikap dalam perilaku pengelolaan keuangannya.

Analisis Deskriptif *Locus Of Control*

Locus of control adalah cara seorang untuk mengendalikan dirinya dari segala perbuatan yang telah dan akan dilakukannya. Dimana individu dapat mengontrol dirinya terhadap keinginan-keinginan yang tidak penting. Data mengenai *locus of control* diperoleh melalui angket penelitian dengan jumlah item 7 butir pernyataan. Skor yang digunakan dalam angket adalah 1 sampai 5. Hasil analisis deskriptif variabel *locus of control* Mahasiswa. Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Data Deskriptif Variabel *Locus Of Control*

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	29,5 – 35	Sangat Baik	7	7,96
2	23,9 – 29,4	Baik	46	52,27
3	18,3 – 23,8	Cukup Baik	30	34,09
4	12,7 – 18,2	Tidak Baik	5	5,68
5	7 – 12,6	Sangat Tidak Baik	-	-
Jumlah			88	100

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui tingkat sikap keuangan Mahasiswa yang tinggal di Indekos pada Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2018 dan 2019 pada kategori baik yaitu 52,27%. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil tanggapan responden dari 7 pernyataan dalam 5 indikator pada *locus of control*. Artinya mahasiswa yang tinggal di Indekos pada Program Studi Pendidikan Ekonomi memahami *locus of control* yang baik sehingga mampu mengontrol diri dalam perilaku pengelolaan keuangannya.

Analisis Deskriptif Perilaku Pengelolaan Keuangan

Perilaku pengelolaan keuangan adalah tindakan seorang untuk dapat mengelola keuangannya dengan melakukan perencanaan keuangan serta pengambilan keputusan yang tepat terhadap uang yang dimilikinya baik pada jangka pendek maupun jangka panjang untuk mencapai kesejahteraan hari ini ataupun masa yang akan datang dengan penuh tanggung jawab. Data mengenai perilaku pengelolaan keuangan diperoleh melalui angket penelitian dengan jumlah item 10 butir pernyataan. Skor yang digunakan dalam angket adalah 1 sampai 5. Hasil analisis deskriptif variabel perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Data Deskriptif Variabel Perilaku Pengelolaan Keuangan

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	43 – 50	Sangat Baik	3	3,41
2	35 – 42	Baik	53	60,23

3	27 – 34	Cukup Baik	32	36,36
4	19 – 26	Tidak Baik	-	-
5	10 – 18	Sangat Tidak Baik	-	-
Jumlah			88	100

Sumber: Data Olahan 2022

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui tingkat perilaku pengelolaan keuangan Mahasiswa yang tinggal di Indekos pada Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau angkatan 2018 dan 2019 pada kategori baik yaitu 60,23%. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil tanggapan responden dari 10 pernyataan dalam 7 indikator pada perilaku pengelolaan keuangan. Artinya mahasiswa yang tinggal di Indekos pada Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang baik sehingga mampu terhindar dari masalah keuangan.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel independen pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* serta variabel dependen perilaku pengelolaan keuangan memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig* pada hasil uji normalitas dengan menggunakan *One sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Ketentuan suatu model regresi berdistribusi secara normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, begitu sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas pengetahuan keuangan, sikap keuangan, *locus of control* dan perilaku pengelolaan keuangan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,92535088
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,060
	Negative	-,070
Test Statistic		,070
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Hasil uji normalitas dengan uji statistik *one sample kolmogrov-smirnov* dapat dilihat pada Tabel 5 besarnya nilai kolmogrov smirnov adalah sebesar 0,070 dengan nilai signifikansi sebesar 0,200. Residual data berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05, dari pengujian diatas dapat dilihat bahwa untuk signifikansi adalah 0,200 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan residual data penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linieritas ini untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi diantara variabel independen dengan variabel dependen yang sedang diteliti. Uji linearitas menggunakan SPSS for windows dengan perangkat *Deviation From Linearity*. Sama seperti pada gambar standar *default* menggunakan tingkat signifikan diatas 5% maka suatu variabel memiliki hubungan linier dengan variabel lainnya jika nilai signifikansinya $> 0,05$. Hasil uji linieritas pengetahuan keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Hasil Uji Linieritas Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

ANOVA Table

			Sum of	Df	Mean	F	Sig.
Perilaku	Between	(Combined)	282,749	15	18,850	1,296	,227
Pengelolaan	Groups	Linearity	21,041	1	21,041	1,447	,233
Keuangan	*	Deviation from	261,707	14	18,693	1,286	,238
Pengetahuan	Within Groups		1046,876	72	14,540		
Keuangan	Total		1329,625	87			

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui pada Tabel anova sig. dari *Deviation from Linearity* adalah 0,238 artinya, nilai ini lebih besar dari pada 0,05 ($0,238 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan adalah signifikan linier.

Tabel 7 Hasil Uji Linieritas Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

ANOVA Table

			Sum of	Df	Mean	F	Sig.
Perilaku	Between	(Combined)	545,832	11	49,621	4,811	,000
Pengelolaan	Groups	Linearity	504,460	1	504,460	48,915	,000
Keuangan	*	Deviation from	41,373	10	4,137	,401	,942
Sikap	Within Groups		783,793	76	10,313		
Keuangan	Total		1329,625	87			

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui pada Tabel anova bahwa sig. dari *Deviation from Linearity* adalah 0,942 yang artinya bahwa nilai ini lebih besar dari pada 0,05 ($0,942 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan adalah signifikan linier.

Tabel 8 Hasil Uji Linieritas *Locus Of Control* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan

ANOVA Table

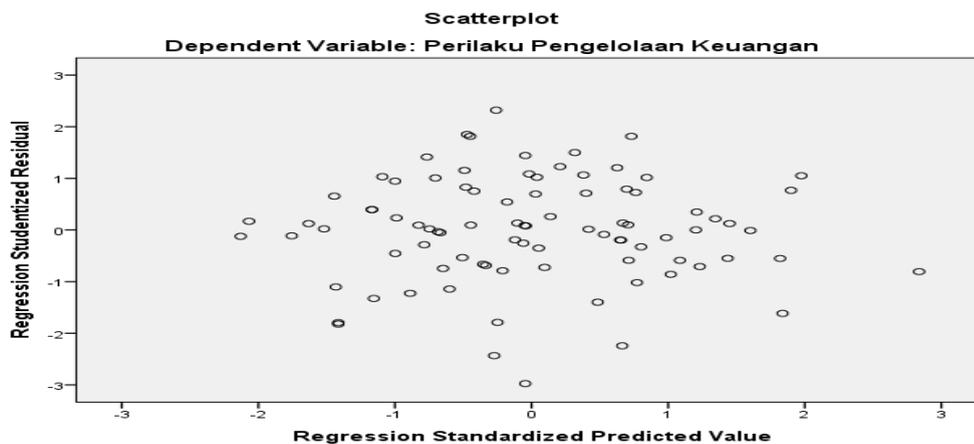
			Sum of	Df	Mean	F	Sig.
Perilaku	Between	(Combined)	205,757	15	13,717	,879	,590
Pengelolaan	Groups	Linearity	19,542	1	19,542	1,252	,267
Keuangan	*	Deviation from	186,215	14	13,301	,852	,612
Locus Of Control	Within Groups		1123,868	72	15,609		
	Total		1329,625	87			

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui pada tabel anova bahwa sig. dari *Deviation from Linearity* adalah 0,612 yang artinya bahwa nilai ini lebih besar dari pada 0,05 ($0,612 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel *Locus Of Control* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan adalah signifikan linier.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dilakukan dengan menggunakan SPSS *For Windows*. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan gambar 1 diatas dapat diketahui pada *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi ini.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Sebaiknya tidak terjadi multikolinearitas. Pada pengujian ini salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variant Inflation Faktor*). Jika nilai *tolerance* 0,1 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas dan dapat dilanjutkan. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari Tabel 9.

Tabel 9 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a				Collinearity	
Model		Unstandardized B	Standardized Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,100		,229	,819		
	Pengetahuan	,233	,099	,194	2,354	,021	,980
	Sikap Keuangan	,921	,118	,640	7,800	,000	,991
	Locus Of Control	,197	,091	,177	2,154	,034	,983

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Dari Tabel 9 dapat dilihat bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) dari model analisis pada penelitian ini berada kurang dari angka 10, yaitu pengetahuan keuangan memiliki VIF sebesar 1,020, sikap keuangan memiliki VIF sebesar 1,010 dan *locus of control* memiliki VIF sebesar 1,017. Sedangkan pada nilai *tolerance* variabel pengetahuan keuangan lebih besar dari 0,1 yaitu 0,980 sikap keuangan lebih besar dari 0,1 yaitu 0,991 dan *locus of control* lebih besar dari 0,1 yaitu 0,983. Dari ketentuan yang telah disebutkan, telah diketahui nilai VIF dan *tolerance* masing-masing variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi penelitian ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Signifikan (F)	Signifikan (t)	R-square
Constanta	1,100		0,819	
Pengetahuan Keuangan	0,233	0,000	0,021	0,440
Sikap Keuangan	0,921		0,000	
Locus Of Control	0,197		0,034	

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Pada Tabel 10 diinterpretasikan adalah nilai koefisien (B), baris pertama menunjukkan konstanta (a) dan baris selanjutnya menunjukkan variabel independen. Pada signifikan (F) adalah hasil uji F (simultan), signifikan (t) adalah hasil uji t (parsial) dan R-square adalah hasil uji R² (koefisien determinasi). Dengan melihat Tabel 10 dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,100 + 0,233X_1 + 0,921X_2 + 0,197X_3 + 0,6$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) 1,100 sebesar artinya adalah apabila pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* diasumsikan nol (0) maka perilaku pengelolaan keuangan sebesar 1,100.
- Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan keuangan sebesar 0,233 artinya adalah bahwa setiap peningkatan pengetahuan keuangan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai perilaku pengelolaan keuangan sebesar 0,233 dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel sikap keuangan sebesar 0,921. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan sikap keuangan 1 satuan maka akan meningkatkan nilai perilaku pengelolaan keuangan sebesar 0,921 dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel *locus of control* sebesar 0,197. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan *locus of control* 1 satuan maka akan meningkatkan nilai perilaku pengelolaan keuangan sebesar 0,197 dan sebaliknya dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun syarat penerimaan atau penolakan hipotesis adalah nilai sig. < 0,05, maka variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individu. Tetapi jika nilai sig. > 0,05, maka variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individu. Dari hasil perhitungan statistik Tabel 10, maka diperoleh nilai signifikansi pengetahuan keuangan yaitu 0,021 < 5%. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi dibawah 5% (0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa variabel pengetahuan keuangan (bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa (terikat). Nilai signifikansi sikap keuangan yaitu 0,000 < 5%. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi dibawah 5% (0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa variabel sikap keuangan (bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa (terikat). Nilai signifikansi *locus of control* yaitu 0,034 < 5%. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi dibawah 5% (0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa variabel *locus of control* (bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa (terikat).

Uji F

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Tingkat signifikansi 0,05 digunakan untuk uji ini, dengan kriteria sebagai berikut jika nilai signifikansi ≤ 0,05 berarti semua variabel independen

secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Tetapi jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ berarti semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 10 hasil probabilitas F-statistik adalah sebesar $0,000 < 0,05$, artinya dapat disimpulkan variabel pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel perilaku pengelolaan keuangan.

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen yaitu pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* mampu berkontribusi terhadap variabel dependen yaitu perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa dalam satuan persentase. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan dependen.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 10 besarnya nilai R square dalam model regresi diperoleh 0,440. Hal ini menunjukkan pengetahuan keuangan (X1), sikap keuangan (X2), *locus of control* (X3) memiliki kontribusi sebesar 44% yang artinya kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 56% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini seperti literasi keuangan, teman sebaya, pengalaman keuangan, Tingkat pendidikan, dan Kepribadian.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Tingkat pengetahuan keuangan yang baik akan mempengaruhi individu dalam mengelola keuangan yang mereka miliki serta akan ikut mencerminkan seberapa baik individu dalam mengelola keuangan pribadi mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Trisnowati et al. (2020) yang menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Fokus Keilmuan Ekonomi dan Bisnis Kabupaten Gresik. Sedangkan penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Lestari (2020) yang menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan tidak berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan keluarga.

2. Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Sikap keuangan yang baik akan sangat membantu membangun kedisiplinan dalam mengambil setiap keputusan untuk pengeluaran mahasiswa serta dapat terhindar dari kesulitan akibat pengeluaran yang lebih besar dari pemasukan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lestari (2020) yang menunjukkan bahwa sikap keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan keluarga. Sedangkan penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Nobriyani dan Haryono (2019) yang menyatakan bahwa *financial management behavior* tidak dipengaruhi oleh sikap keuangan, artinya baik buruknya sikap keuangan seorang tidak berpengaruh terhadap perilaku mengelola keuangannya.

3. Pengaruh *Locus Of Control* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *locus of control* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Tingkat *locus of control* akan mempengaruhi individu dalam mengontrol keuangan yang mereka miliki sehingga tidak terjadinya pengeluaran yang tidak terkendali. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lestari (2020) yang menunjukkan bahwa *locus of control* berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan keluarga. Sedangkan penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Nobriyani dan Haryono (2019) yang menunjukkan bahwa *locus of control* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

4. Pengaruh Pengetahuan keuangan, Sikap Keuangan dan *Locus Of Control* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Riau. Menurut Amanah *et al.*, (2016) perilaku pengelolaan keuangan merupakan ilmu yang menjelaskan mengenai perilaku seorang dalam mengatur keuangan dilihat dari psikologi dan kebiasaannya, serta pengambilan keputusan yang rasional terhadap keuangannya. Perilaku pengelolaan keuangan yang baik didapatkan dengan memiliki pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan *locus of control* yang berpengaruh terhadap keadaan keuangan seorang. Penelitian ini sejalan dengan hasil Amanah *et al.*, (2016) tentang Pengaruh *Financial Knowledge, Financial Attitude* Dan *Locus Of Control* Terhadap Personal Financial Management Behavior Pada Mahasiswa S1 Universitas Telkom. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial knowledge, financial attitude* dan *locus of control* berpengaruh terhadap personal financial management behavior secara bersama-sama (simultan).

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Riau dapat disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. *Locus of control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau. Besarnya kontribusi variabel Pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *locus of control* secara simultan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Riau sebesar 44%. Sedangkan 56% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini seperti literasi keuangan, teman sebaya, pengalaman keuangan, Tingkat pendidikan, dan Kepribadian. Rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat dari penelitian ini yakni bagi mahasiswa, diharapkan mahasiswa lebih cakap dalam bidang yang berkaitan dengan keuangan, sehingga mahasiswa tinggal di indekos lebih siap menghadapi dan menjalani kehidupan, baik untuk saat ini maupun kehidupan dimasa yang akan datang serta bagi peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti variabel-variabel diluar variabel dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, E., Rahadian, D., & Iradianty, A. (2016). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude Dan External Locus Of Control Terhadap Personal Financial Management Behavior pada Mahasiswa S1 Universitas Telkom. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1228–1235.
- Gusnardi, Suarman, & Huda, A. (2019). Financial Management Literation in Education Institutions. *Proceeding of the SS9 & 3rd URICES*, 302–310.
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3), 226–241.
- Herlindawati, D. (2015). Pengaruh Kontrol Diri, Jenis Kelamin, dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1), 158–169.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Jurnal Nominal*, VII(1), 96–110.
- Kholilah, N. Al, & Iramani, R. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69–80. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i1.255>
- Laily, N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan. *Academia*, 64–72.
- Lestari, M. A. (2020). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan keluarga. *Artikel Ilmiah*, 1–42.
- Listiani, K., & Kurniawati, S. L. (2017). Pengaruh Financial Knowledge, Locus of Control, dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior Pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen STIE Perbanas*, 1–11. http://eprints.perbanas.ac.id/2917/1/ARTIKEL_ILMIAH.pdf
- Nobriyani, A. P., & Haryono, N. A. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Financial Management Behavior pada Keluarga TKI di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 841–856.
- Rizkiawati, N. L., & Asandimitra, N. (2018). Pengaruh Demografi, Financial Knowledge, Financial Attitude, Locus of Control dan Financial Self-Efficacy Terhadap Financial Management Behavior Masyarakat Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 93–107.
- Sina, P. G. (2013). Money Belief Penentu Financial Behavior. *Jurnal Economia*, 9(1), 92–101. <https://doi.org/10.21831/economia.v9i1.1379>
- Suwatno, Waspada, I. P., & Mulyani, H. (2020). Meningkatkan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Melalui Financial Literacy dan Financial Self Efficacy. *JPAK : Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 87–96.
- Trisnowati, Y., Khoirina, M. M., & Putri, F. A. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Financial Management Behavior Pada Mahasiswa Fokus Keilmuan Ekonomi dan Bisnis Kabupaten Gresik. *Jurnal Manajerial*, 07(02), 110–123.
- Yulistia, R., & Iramani. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga di Kabupaten Tuban. *Artikel Ilmiah STIE Perbanas Surabaya*, 1–13. http://eprints.perbanas.ac.id/3565/9/ARTIKEL_ILMIAH.pdf

ANALISIS RASIO AKTIVITAS DAN PROFITABILITAS UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK. PERIODE 2019-2021

¹Sarah Anandia Shafira, ²Tiara, ³Sri Kantun

¹²³) Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Jember, Indonesia
tiara@unej.ac.id

ABSTRACT

Financial performance is an inseparable part of financial management. The company's financial performance is an indicator of decision making for stakeholders, especially investors. This study aims to evaluate the financial performance of PT Indofood CBP 2019-2021 uses receivables turnover, inventory turnover, working capital turnover, ROE, GPM, and NPM. This research is descriptive quantitative. The data collection method used is the document method. The location method used is the purposive area. The results of the study stated that the average financial performance of PT Indofood CBP during the period 2019 - 2020 was measured using receivables turnover which was included in the deficient category, inventory turnover and working capital were in the good category. While the value of the profitability ratio using ROE and NPM is in the deficient category, but the GPM is in the good category. Indicators activity ratio and profitability ratio that have not reached the standard can be overcome by reducing cost items that can cause a decrease in company profits and optimizing funds for financing strategies that are beneficial for the company's progress to convince investors and potential company investors.

Keyword : Financial Performance, Financial Ratio, Activity Ratio, Profitability Ratio

ABSTRAK

Penilaian kinerja keuangan merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan dalam manajemen keuangan. Kinerja keuangan perseroan menjadi indikator pengambilan keputusan bagi para *stakeholder* khususnya investor. Penelitian ini berguna untuk menilai kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. periode 2019 – 2021 menggunakan perputaran piutang, perputaran persediaan, perputaran modal kerja, *return on equity* (ROE), *gross profit margin* (GPM), dan *net profit margin* (NPM). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penentuan lokasi yang digunakan yaitu *purposive area*. Metode pengumpulan data yang dipergunakan yaitu metode dokumen. Hasil penelitian menyatakan bahwa rata-rata kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur selama periode 2019 - 2021 diukur menggunakan perputaran piutang termasuk dalam kategori kurang baik, perputaran persediaan dan modal kerja termasuk kategori baik. Sementara itu, nilai rasio profitabilitas menggunakan *net profit margin* dan *return on equity* termasuk dalam kategori kurang baik namun *gross profit margin* termasuk dalam kategori baik. Indikator rasio aktivitas dan profitabilitas yang belum memenuhi standar dapat diatasi dengan mengurangi pos biaya-biaya yang dapat menyebabkan penurunan laba perusahaan serta mengoptimalkan dana yang terdapat pada pos sisa laba yang belum terelisasi untuk pembiayaan target atau strategi yang berguna bagi kemajuan perusahaan agar dapat menarik dan menyakinkan para investor dan calon investor perusahaan.

Kata Kunci : Kinerja Keuangan, Rasio Keuangan, Rasio Aktivitas, Rasio Profitabilitas

PENDAHULUAN

Dunia usaha berperan penting terhadap laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Perekonomian nasional banyak ditopang oleh kegiatan industri dan ekspor. Hal ini dibuktikan pada tahun 2019 pertumbuhan ekonomi nasional berhasil mencapai angka 5,02% (Bps.go.id., 2019). Namun, pertumbuhan ekonomi nasional sempat mengalami kontraksi hingga mencapai angka minus 5,32% pada triwulan II tahun 2020 akibat pandemi Covid-19 (Bps.go.id., 2020). Pertumbuhan ekonomi sebagai salah satu parameter yang berperan penting untuk menganalisis perekonomian suatu negara dalam jangka panjang

(Saleh, 2018). Selama masa pandemi Covid-19, kegiatan ekonomi menjadi sangat terbatas sehingga banyak perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja akibat kegiatan operasional perusahaan tidak berjalan lancar. Persaingan antar perusahaan semakin nyata dan tidak bisa dihindari oleh pelaku usaha. Perusahaan harus berinovasi mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk-produknya agar dapat bertahan dan tumbuh dalam jangka waktu panjang (Herawati & Muzakki, 2021). Penilaian kinerja keuangan perlu dilakukan agar dapat membandingkan rencana yang telah dibuat dengan hasil yang sudah dicapai.

Penilaian kinerja keuangan termasuk komponen yang tidak dapat diabaikan dalam manajemen keuangan. Penilaian kinerja keuangan merupakan bentuk pemantauan dan pengawasan terhadap aktivitas operasional perseroan yang dapat menjadi dasar pihak manajemen menentukan strategi untuk pencapaian tujuan perseroan (Nurmaningsih, 2020). Kinerja keuangan menunjukkan baik buruk pengambilan keputusan oleh pihak manajemen. Perusahaan yang berhasil mencapai kinerja keuangan yang tinggi memiliki daya tarik dihadapan para investor dan kreditur (Tyas, 2020).

Informasi keuangan perusahaan yang ditunjukkan pada laporan keuangan menjadi tolak ukur pencapaian perusahaan menjalankan aktivitas usaha (Ratningsih & Alawiyah, 2017). Laporan keuangan menggambarkan terkait aliran pemasukan dan biaya yang dikeluarkan selama satu periode akuntansi. Laporan keuangan dibutuhkan oleh pihak pemakai informasi internal maupun eksternal. *Stakeholders* berhak mendapatkan informasi terkait aktivitas perseroan yang akan berpengaruh terhadap keputusannya (Pulungan et al., 2022). Para *stakeholders* akan lebih mudah memahami dan mengerti terkait informasi keuangan apabila telah dilakukan analisis laporan keuangan (Wibowo, 2020). Analisis laporan keuangan dapat dilakukan dengan menggunakan metode rasio keuangan. Analisis rasio keuangan merupakan teknik analisis yang mudah dan efektif untuk mengukur perkembangan kinerja keuangan dari tahun ke tahun dan peluang di masa mendatang (Janaloka, 2016). Rasio keuangan yang dipergunakan yaitu rasio aktivitas dan profitabilitas.

Rasio aktivitas merupakan alat ukur yang dipergunakan untuk mengukur efisiensi pemanfaatan sumber daya perseroan (Denny, 2018). Indikator pengukuran rasio aktivitas diantaranya perputaran piutang, perputaran persediaan, dan perputaran modal kerja. Perputaran aktiva yang cepat dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan melalui penjualan produk perusahaan (Nufrajani & Muhammad, 2022). Rasio profitabilitas merupakan alat ukur untuk menilai kesanggupan perusahaan memperoleh laba selama satu periode akuntansi berjalan (Denny, 2018). Rasio profitabilitas dapat diukur menggunakan indikator *gross profit margin*, *return on equity*, dan *net profit margin*. Hasil dari rasio profitabilitas dimaksudkan untuk menilai kemampuan manajemen mengembalikan modal dan memberikan imbal hasil kepada pemilik perusahaan maupun investor serta dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan (Utami et al., 2018).

Aktivitas ekonomi di Indonesia tahun 2020 sempat menghadapi resesi yang cukup serius akibat dari pandemi Covid-19. Sebagian besar perusahaan mengalami kerugian dan melakukan pemecatan karyawan karena aktivitas usaha tidak dapat berjalan dengan lancar. Pemecatan karyawan pada saat pandemi Covid-19 paling banyak di sektor ekonomi pariwisata dan manufaktur yang banyak mempekerjakan tenaga kerja manual (Muslim, 2020). Hal ini dikarenakan permintaan barang dan jasa dari masyarakat mengalami penurunan yang berdampak juga terhadap kegiatan produksi bagi perusahaan (Dominggus & Dongoran, 2021; Yamali & Putri, 2020). Namun, dampak pandemi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (ICBP) (Abdullah, 2021). Anak perseroan dari PT Indofood (INDF) ini berhasil membukukan peningkatan modal, total aset, dan laba bersih selama periode 2019 hingga 2021.

Tabel 1. Perbandingan modal, total aset, dan laba bersih PT ICBP periode 2019-2021 (dalam jutaan rupiah)

No	Keterangan	Tahun		
		2019	2020	2021
1.	Total aset	38.709.314	103.588.325	118.066.628
2.	Modal	26.671.104	50.318.053	54.723.863
3.	Laba bersih	5.360.029	7.418.574	7.900.282

Sumber : Bursa Efek Indonesia, yang diolah.

Berdasarkan Tabel 1 modal, total aset, dan laba bersih PT Indofood CBP Sukses Makmur mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga 2021. Laba bersih mengalami peningkatan pesat pada tahun 2020 bersamaan dengan puncak pandemi di Indonesia. Realitas yang terjadi pada PT Indofood CBP Sukses Makmur perlu dilakukan penilaian kinerja keuangan untuk menilai sejauh mana keberhasilan manajemen pengelolaan keuangan perusahaan.

LANDASAN TEORI

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan diartikan sebagai proyeksi suatu keadaan keuangan perseroan atau badan usaha yang dapat dilihat melalui proses analisis dengan berbantuan alat atau teknik analisis keuangan. Pendapat yang sama juga dijelaskan oleh Ratningsih & Alawiyah (2017) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan dapat memberikan informasi tentang prestasi kerja yang memberikan gambaran baik dan buruknya perusahaan dalam periode tertentu. Selain itu Irham (2011) menjelaskan bahwa kinerja keuangan adalah suatu gambaran tentang penggunaan modal dan perolehan keuntungan secara efektif dan efisien bagi perusahaan pada periode tertentu. Kinerja keuangan berkaitan erat dengan penilaian keberhasilan perusahaan dan badan usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas merupakan metode atau alat ukur yang dapat mengungkapkan tingkat pencapaian tujuan suatu perseoran pada waktu yang tepat dalam pengelolaan serta pemanfaatan aktiva yang terdapat dalam perusahaan. Menurut Anwar (2019) rasio aktivitas yaitu nilai perbandingan yang mengungkapkan aktivitas perseoran dari perolehan penjualan dan penggunaan seluruh harta yang dimiliki perusahaan. Hasil dari pengukuran rasio berguna untuk memperoleh gambaran kinerja keuangan perseroan dengan cara membandingkan hasil rasio beberapa periode sebelumnya atau secara rata-rata industri yang sejenis. Menurut Kasmir (2019) jenis pengukuran rasio aktivitas yang sering digunakan antara lain perputaran piutang, perputaran persediaan, dan perputaran modal kerja. Berikut penjelasan dari setiap jenis rasio aktivitas:

1. Perputaran Piutang

Perputaran piutang merupakan rasio yang dapat menunjukkan jumlah perputaran kas yang digunakan sebagai piutang atau waktu yang dibutuhkan untuk menagih piutang selama satu periode akuntansi. Menurut Kasmir (2019:128) perputaran piutang dinyatakan baik apabila piutang perusahaan mengalami perputaran sebanyak 10 kali dengan waktu yang dibutuhkan untuk menagih piutang usaha 36 hari.

$$\text{Rasio Perputaran Piutang (RTO)} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Piutang Usaha}}$$

$$\text{Lamanya rata-rata penagihan piutang} = \frac{365 \text{ hari}}{\text{Rasio Perputaran Piutang}}$$

(Kasmir, 2019)

2. Perputaran Persediaan

Perputaran persediaan merupakan nilai perbandingan yang dapat menunjukkan jumlah perputaran kas yang digunakan sebagai persediaan atau berapa lama persediaan yang ada di gudang terjual selama satu periode akuntansi (Kasmir, 2019). Menurut Kasmir (2019) perputaran persediaan dinyatakan baik apabila perusahaan mampu memutar jumlah persediaan barang menjadi kas sebanyak 10 kali dengan waktu yang dibutuhkan untuk menagih piutang 36 hari.

$$\text{Rasio Perputaran Persediaan (ITO)} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}}$$

$$\text{Lamanya rata-rata persediaan} = \frac{365 \text{ hari}}{\text{Rasio Perputaran Persediaan}}$$

(Kasmir, 2019)

3. Perputaran Modal Kerja

Perputaran modal kerja merupakan nilai perbandingan yang dapat menunjukkan tingkat pencapaian tujuan pada waktu yang tepat dalam penggunaan modal kerja oleh perusahaan selama satu periode akuntansi (Kasmir, 2019). Menurut Kasmir (2019) perputaran modal kerja dinyatakan baik apabila perusahaan mampu memutar modal kerja sebanyak 4 kali selama satu periode akuntansi.

$$\text{Rasio Perputaran Modal Kerja (WCTO)} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Modal Kerja}}$$

(Kasmir, 2019)

Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan alat ukur yang dapat mengungkapkan kesanggupan perseroan memperoleh dan meningkatkan laba perusahaan dari kegiatan penjualan, penggunaan aktiva serta modal (Anwar, 2019). Setiap perusahaan bercita-cita meningkatkan profitabilitasnya selama menjalankan kegiatan usaha. Sumber daya yang dimanfaatkan dengan baik dapat menghasilkan *profit* yang tinggi dan mendorong peningkatan profitabilitas. Menurut Kasmir (2019) jenis pengukuran rasio profitabilitas yang umum dipergunakan antara lain *return on equity*, *gross profit margin*, dan *net profit margin*. Berikut penjelasan dari setiap jenis rasio profitabilitas:

1. Return On Equity

Return On Equity (ROE) ialah jenis perbandingan yang dapat mengungkapkan kesanggupan pihak manajemen perusahaan memperoleh laba bersih dari penggunaan modal (Anwar, 2019). Menurut Kasmir (2019) *return on equity* dinyatakan baik apabila nilai rasio *return on equity* $\geq 40\%$ sesuai standar rata-rata industri.

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

(Kasmir, 2019)

2. Gross Profit Margin

Gross Profit Margin ialah jenis rasio yang dapat mengungkapkan kesanggupan pihak manajemen membukukan laba kotor dari aktivitas penjualan perusahaan (Anwar, 2019). Menurut Kasmir (2019) *gross profit margin* dinyatakan baik jika nilai rasio *gross profit margin* sama atau melebihi standar rata-rata industri sebesar 30%.

$$\text{Gross Profit Margin (GPM)} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

(Kasmir, 2019)

3. Net Profit Margin

Net Profit Margin merupakan jenis rasio yang dapat menunjukkan kesanggupan pihak manajemen membukukan laba bersih dari aktivitas penjualan (Anwar, 2019). Menurut Kasmir (2019) *net profit margin* dinyatakan baik apabila nilai rasio *net profit margin* mencapai angka $\geq 20\%$.

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

(Kasmir, 2019)

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menilai kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. periode 2019-2021 menggunakan rasio aktivitas dan rasio profitabilitas. Indikator rasio aktivitas yang digunakan diantaranya perputaran piutang, perputaran modal kerja, dan perputaran persediaan sedangkan rasio profitabilitas diantaranya *gross profit margin*, *return on equity*, dan *net profit margin*. Metode penentuan lokasi menggunakan teknik purposive area di PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. dengan pertimbangan perusahaan mengalami kenaikan laba bersih di tengah masa pandemi Covid-19. Metode pengumpulan data menggunakan metode dokumen. Metode analisis data menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu membandingkan hasil perhitungan rasio dengan nilai rasio standar rata-rata industri kemudian dilakukan penafsiran untuk menarik kesimpulan dan saran yang sesuai dengan permasalahan pada perusahaan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. periode 2019-2021 diukur menggunakan rasio aktivitas dan profitabilitas. Adapun hasil perhitungan dan analisis pembahasan rasio aktivitas menggunakan indikator perputaran piutang, perputaran persediaan, dan perputaran modal kerja sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil perhitungan perputaran piutang PT ICBP Tbk. Periode 2019-2021

Tahun	Penjualan (dalam jutaan rupiah)	Piutang usaha	Perputaran piutang	Kriteria
2019	42.296.703	4.049.290	10,4 kali 35 hari	Baik
2020	46.641.048	5.273.416	8,8 kali 41 hari	Kurang Baik
2021	56.803.733	6.400.930	8,9 kali 41 hari	Kurang Baik
	Rata-Rata		9,4 kali	Kurang Baik

Sumber : Laporan keuangan ICBP, yang diolah.

Kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. periode 2019 – 2020 menggunakan rasio aktivitas berdasarkan indikator perputaran piutang ditunjukkan pada Tabel 2 bahwa rata-rata kinerja keuangan perseoran selama 3 periode tersebut dalam kategori kurang baik dengan perolehan hasil rasio sebesar 9 kali. Artinya, pengelolaan piutang yang terjadi pada perseroan selama satu periode akuntansi mengalami perputaran ± 9 kali dengan waktu yang dibutuhkan untuk penagihan sebanyak ± 38 hari. Hasil rasio perputaran piutang PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. dinyatakan kurang baik apabila diukur dengan standar rasio rata-rata industri sebesar 10 kali perputaran.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui periode 2019 hingga 2021 nilai penjualan dan piutang mengalami peningkatan. Namun, perolehan hasil perputaran piutang mengalami penurunan pada tahun 2020 dan mengalami kenaikan sebesar 0,1 pada tahun 2021. Nilai penjualan mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga 2021 karena PT Indofood CBP Sukses Makmur melakukan perjanjian akuisisi terhadap Pinehill Company Limited tahun 2020 yang berdampak pada pangsa pasar perusahaan yang semakin meluas di pasar internasional khususnya negara Timur Tengah dan Afrika. Namun, perjanjian akuisisi tersebut juga menambah nilai piutang perusahaan. Perjanjian akuisisi terhadap Pinehill Company Limited oleh PT Indofood CBP Tbk. pada 22 Mei 2020 juga memberikan pengaruh terhadap pencatatan piutang usaha perusahaan (Investor.id, 2020). Peningkatan nilai piutang dari tahun 2019 hingga tahun 2020 disebabkan oleh penambahan dari entitas anak sebesar Rp68,5 Miliar dan selisih kurs atau penjabaran sebesar 1,4 Miliar yang berpengaruh pada nilai penyisihan atas kerugian kredit ekspektasian.

Perusahaan mencatatkan akun piutang karena adanya sistem penjualan kredit yang dilakukan selama menjalankan kegiatan usaha. Salah satu usaha perseroan meningkatkan volume penjualan dengan sistem penjualan kredit (Tiong, 2017). Namun, sistem penjualan kredit memiliki risiko piutang yang tidak tertagih (Rachman, 2019). Penurunan rasio perputaran piutang selama periode 2019 hingga 2021 diakibatkan oleh jumlah piutang yang jatuh tempo mengalami peningkatan sehingga menyebabkan perputaran piutang

melambat. Piutang *overdue* dapat menyebabkan *cash flow* perseroan terhambat sehingga mengganggu kinerja keuangan dari perusahaan tersebut (Munandar, 2018). Rasio perputaran piutang pada PT Indofood CBP Sukses Makmur selama periode 2019 hingga 2021 mengalami penurunan namun selisih angka penurunan terhitung kecil. Hal ini dikarenakan piutang *overdue* berasal dari pelanggan dan perusahaan akan melakukan pengangguhan pengiriman barang dagang apabila pelanggan mengalami gagal bayar di waktu yang telah ditentukan (ICBP, 2020).

Tabel 3. Hasil perhitungan perputaran persediaan PT ICBP Tbk. Periode 2019-2021

Tahun	Penjualan (dalam jutaan rupiah)	Persediaan	Perputaran persediaan	Kriteria
2019	42.296.703	3.840.690	11,0 kali 33 hari	Baik
2020	46.641.048	4.586.940	10,2 kali 36 hari	Baik
2021	56.803.733	5.857.217	9,7 kali 38 hari	Kurang Baik
	Rata-Rata		10,3 kali	Baik

Sumber : Laporan keuangan ICBP, yang diolah.

Kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. berdasarkan indikator perputaran persediaan ditunjukkan pada Tabel 3 bahwa rata-rata kinerja keuangan perseroan selama periode 2019 – 2021 dalam kategori baik dengan perolehan hasil rasio sebanyak 10,3 kali perputaran. Artinya, persediaan yang dimiliki perusahaan mampu berputar sebanyak ± 10 kali perputaran dengan waktu yang dibutuhkan untuk menghabiskan persediaan sebanyak ± 35 hari. Hasil rasio perputaran persediaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. dinyatakan baik apabila diukur dengan standar rata-rata industri sebesar 10 kali perputaran.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui periode 2019 hingga 2021 nilai penjualan dan persediaan mengalami peningkatan namun perolehan hasil rasio perputaran persediaan mengalami penurunan dari tahun 2019 hingga 2021. Peningkatan nilai persediaan dari tahun 2019 hingga 2021 disebabkan oleh peningkatan jumlah barang jadi, bahan baku dan kemasan, perlengkapan umum, persediaan dalam perjalanan, suku cadang dan lainnya, bahan bakar, serta penyisihan atas kerugian penurunan dan nilai persediaan. Penyisihan atas kerugian penurunan nilai persediaan mengalami peningkatan diakibatkan oleh penambahan entitas anak Pinehill Company Limited sebesar Rp1,1 Miliar pada tahun 2020 dan selisih kurs atau penjabaran sebesar Rp1,1 Miliar pada tahun 2021. Hal ini didukung oleh pernyataan Effendi (2020) bahwa nilai tukar rupiah yang terdepresiasi terhadap dollar Amerika Serikat akan menurunkan margin bagi industri sektor makanan dan minuman terutama bagi perseroan yang sangat bergantung pada bahan baku yang diperoleh dari impor.

Tabel 4. Hasil perhitungan perputaran modal kerja PT ICBP Tbk. Periode 2019-2021

Tahun	Penjualan	Aktiva lancar	Liabilitas lancar	Modal kerja	Perputaran modal kerja	Kriteria
		(dalam jutaan rupiah)				
2019	42.296.703	16.624.925	6.556.359	10.068.566	4,2 kali	Baik
2020	46.641.048	20.716.223	9.176.164	11.540.059	4,0 kali	Baik
2021	56.803.733	33.997.637	18.896.133	15.101.504	3,8 kali	Kurang Baik
	Rata-Rata				4,0 kali	Baik

Sumber : Laporan keuangan ICBP, yang diolah.

Kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. berdasarkan indikator perputaran modal kerja dapat diketahui pada Tabel 4 bahwa rata-rata kinerja keuangan perseroan selama 3 tahun pada periode 2019 – 2021 dalam kategori baik dengan perolehan hasil rasio perputaran modal kerja sebanyak 4 kali perputaran. Artinya, perusahaan mampu mengoptimalkan penggunaan modal kerja perusahaan dan memenuhi standar rata-rata industri sebesar 4 kali perputaran.

Berdasarkan Tabel 4 diketahui periode 2019 hingga 2021 nilai penjualan dan modal kerja mengalami peningkatan namun perolehan hasil rasio perputaran modal kerja

mengalami penurunan selama 3 tahun tersebut. Nilai modal kerja dihasilkan dari seluruh aset lancar dikurangi seluruh kewajiban lancar. Kenaikan modal kerja berasal dari pos harta lancar dan liabilitas jangka pendek. Kenaikan harta lancar selama periode tersebut diakibatkan oleh kenaikan jumlah kas, piutang usaha, persediaan neto, pajak dibayar dimuka lancar. Perkiraan kas dan setara kas mengalami kenaikan paling besar pada tahun 2021 sebesar Rp20,3 Triliun. Nilai kas dan setara kas yang terlalu besar berpengaruh terhadap perputaran modal kerja perusahaan. Hal ini didukung oleh pernyataan Tiara, dkk. (2021:11) jumlah kas atau setara kas yang tersedia pada perseroan harus disesuaikan atau dijaga besarnya sesuai kebutuhan perseroan menjalankan usaha agar tidak berlebihan dan kekurangan. Kenaikan kas dan setara kas dipengaruhi oleh tingkat suku bunga mengambang pada setiap rekening bank terutama pada mata uang asing (ICBP, 2020; ICBP, 2021). Kenaikan liabilitas lancar disebabkan oleh pinjaman jangka pendek, utang usaha, liabilitas lainnya, liabilitas jangka panjang yang habis masa pembayaran dalam 1 tahun, biaya akrual jangka pendek, serta liabilitas bukan keuangan lainnya bersifat jangka pendek.

Berdasarkan hasil rasio aktivitas PT Indofood CBP Sukses Makmur masih terdapat indikator yang belum memenuhi standar rata-rata industri. Nilai rasio aktivitas selama periode 2019 hingga 2021 mengalami penurunan namun terbilang kecil dan masih dapat dikendalikan dengan baik oleh perseroan. Sumber daya yang dimiliki cukup dimanfaatkan dan dikelola secara efisien dan efektif oleh perseroan. Hal ini dibuktikan oleh perseroan yang berhasil mencapai peningkatan penjualan selama tahun 2019 hingga tahun 2021 di saat pandemi *Covid-19* yang menyerang aktivitas perekonomian dunia termasuk Indonesia. Kondisi ini dapat terjadi karena PT Indofood CBP Tbk. bergerak di bidang *consumer good industry* serta produk unggulannya yaitu mi instan. Masyarakat akan tetap melakukan aktivitas konsumsi kebutuhan pangan walaupun kondisi ekonomi sedang tidak stabil. Hal ini juga sependapat dengan penelitian Gunawan (2021:30) bahwa perseoran sektor makanan dan minuman yang sudah *go public* di Bursa Efek Indonesia tidak ditemukan perbedaan yang signifikan pada rasio aktivitas sebelum dan sesudah pandemi *Covid-19*. Selain itu, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. sudah menguasai sasaran dan target pasar yang luas baik lokal maupun internasional.

Tabel 5. Hasil perhitungan *return on equity* PT ICBP Tbk. Periode 2019-2021

Tahun	Laba bersih (dalam jutaan rupiah)	Total modal	ROE	Kriteria
2019	5.360.029	26.671.104	20%	Kurang Baik
2020	7.418.574	50.318.053	15%	Kurang Baik
2021	7.900.282	54.723.863	14%	Kurang Baik
	Rata-Rata		16%	Kurang Baik

Sumber : Laporan keuangan ICBP, yang diolah.

Kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. periode 2019 – 2021 menggunakan rasio profitabilitas berdasarkan indikator *Return On Equity* (ROE) ditunjukkan pada Tabel 5 bahwa rata-rata kinerja keuangan perseroan selama 3 periode tersebut dalam kategori rendah dengan perolehan nilai rasio ROE sebesar 16%. Nilai rasio tersebut sangat jauh dibandingkan dengan standar rata-rata industri sebesar 40%. Artinya, seluruh ekuitas yang dimiliki perusahaan belum dikelola dan digunakan secara optimal untuk mencatatkan laba bersih perusahaan.

Berdasarkan Tabel 5 diketahui periode 2019 hingga 2021 nilai ekuitas perusahaan mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah ekuitas sangat besar terjadi pada tahun 2020 dari Rp26,6 Triliun menjadi Rp50,3 Triliun. Namun, peningkatan jumlah ekuitas yang sangat besar pada tahun 2020 belum menjamin peningkatan laba bersih yang sangat besar juga. Kondisi ini yang menyebabkan nilai rasio ROE menurun dari 20% tahun 2019 menjadi 15% tahun 2020. Presentase kenaikan modal jauh lebih besar dibandingkan dengan presentase kenaikan laba bersih masing-masing sebesar 88,67% dan 38,41%. Perubahan nilai modal yang dimiliki perusahaan pada tahun 2020 diakibatkan oleh perjanjian akuisisi terhadap

Pinehill Company Limited sehingga menyebabkan adanya penambahan nilai yang cukup besar pada perkiraan kepentingan non-pengendali.

Hasil rasio ROE tahun 2021 terjadi penurunan 1% dari tahun 2020 15% menjadi 14% pada tahun 2021. Penurunan nilai ROE yang terbilang kecil ini dikarenakan presentase kenaikan nilai modal dan laba bersih pada tahun 2021 tidak terlalu jauh, masing-masing sebesar 8,7% dan 6,5%. Nilai rata-rata ROE selama periode 2019 hingga 2021 belum memenuhi standar rasio industri sebesar 40% dan dikategorikan kurang baik ini disebabkan oleh besarnya nilai perkiraan pada saldo *profit* yang belum ditetapkan penggunaannya sehingga perolehan laba bersih belum mencapai nilai optimal dari penggunaan seluruh ekuitas yang dimiliki perseroan. Pernyataan ini selaras dengan hasil penelitian Vintoso dan Suwitho (2015:22) bahwa beberapa perseroan yang terdaftar di BEI terdapat perbedaan yang signifikan pada nilai ROE yang mengarah pada penurunan nilai ROE sebelum dan sesudah akuisisi. Realita ini menunjukkan bahwa perseroan kurang mampu memaksimalkan laba setelah akuisisi dalam jangka pendek.

Tabel 6. Hasil perhitungan *gross profit margin* PT ICBP Tbk. Periode 2019-2021

Tahun	Laba kotor (dalam jutaan rupiah)	Penjualan	GPM	Kriteria
2019	14.404.013	42.296.703	34%	Baik
2020	17.224.375	46.641.048	37%	Baik
2021	20.277.240	56.803.733	36%	Baik
	Rata-Rata		36%	Baik

Sumber : Laporan keuangan ICBP, yang diolah.

Kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. berdasarkan indikator *Gross Profit Margin* (GPM) dapat ditunjukkan pada Tabel 6 bahwa rata-rata kinerja keuangan perseroan selama 3 tahun dalam kurun waktu 2019 hingga 2021 dinyatakan kategori baik dengan perolehan nilai sebesar 36%. Artinya, perusahaan berhasil membukukan laba kotor secara positif dari aktivitas penjualan yang dijalankan perusahaan.

Berdasarkan Tabel 6 diketahui hasil rasio GPM mengalami peningkatan pada tahun 2020 sebesar 37% dari tahun sebelumnya sebesar 34%. Peningkatan nilai rasio GPM ini dikarenakan presentase kenaikan jumlah laba kotor lebih besar dibandingkan presentase kenaikan penjualan masing-masing sebesar 19,58% dan 10,27%. Perusahaan berhasil melaporkan peningkatan nilai penjualan tahun 2020 dari tahun sebelumnya karena tingginya permintaan produk yang diperdagangkan oleh perusahaan baik lokal maupun internasional, khususnya untuk negara Timur Tengah dan Afrika. Hal ini selaras dengan pendapat Ramadhani, dkk (2020) bahwa harga bahan pertanian dan makanan yang mahal di negara-negara Afrika, menjadikan produk indomie mi instan mudah untuk memasuki pangsa pasar di negara Nigeria, Mesir, dan Afrika Selatan. Tingginya angka penjualan tentu berpengaruh terhadap kenaikan beban pokok penjualan namun perusahaan berhasil menekan pengeluaran pos biaya pokok penjualan sehingga perolehan laba kotor yang didapatkan bisa lebih tinggi. Nilai rasio GPM yang mencapai standar rata-rata industri dapat menjadi daya tarik bagi calon investor maupun investor. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Aldini & Andarini (2017) bahwa nilai rasio GPM berpengaruh terhadap harga saham perusahaan. Nilai rasio GPM yang semakin tinggi menunjukkan *profit* yang diperoleh perseroan juga tinggi sehingga kepercayaan investor meningkat dan menaikkan harga saham.

Tabel 7. Hasil perhitungan *net profit margin* PT ICBP Tbk. Periode 2019-2021

Tahun	Laba bersih (dalam jutaan rupiah)	Penjualan	NPM	Kriteria
2019	5.360.029	42.296.703	13%	Kurang Baik
2020	7.418.574	46.641.048	16%	Kurang Baik
2021	7.900.282	56.803.733	14%	Kurang Baik
	Rata-Rata		14%	Kurang Baik

Sumber : Laporan keuangan ICBP, yang diolah.

Kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. berdasarkan indikator *Net Profit Margin* (NPM) ditunjukkan pada Tabel 7 bahwa rata-rata kinerja keuangan perseroan selama 3 tahun dalam kurun waktu 2019 hingga 2021 dinyatakan kategori kurang baik dengan nilai perolehan sebesar 14%. Artinya, perusahaan belum memenuhi standar rata-rata industri untuk NPM sebesar 20%.

Berdasarkan Tabel 7 diketahui hasil rasio NPM mengalami fluktuatif selama periode 2019 hingga 2021. Peningkatan nilai rasio NPM dari tahun 2019 sebesar 14% menjadi 16% pada tahun 2020 dikarenakan presentase kenaikan laba bersih lebih besar dibandingkan presentase kenaikan penjualan. Peningkatan laba bersih pada tahun 2020 diakibatkan oleh adanya peningkatan nilai penjualan dan penghasilan keuangan. Penghasilan keuangan diperoleh dari laba bersih atas selisih nilai tukar valuta asing dari penghasilan bunga dan aktivitas pendanaan. Namun jika dibandingkan dengan standar rata-rata industri, nilai rasio NPM selama periode 2019 hingga 2021 belum memenuhi standar. Hal ini dikarenakan besarnya pajak final atas penghasilan bunga, beban keuangan, bagian atas laba rugi neto dan ventura bersama, serta beban pajak penghasilan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun selama periode tersebut. Perjanjian akuisisi terhadap Pinehill Company Limited oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur juga belum dapat menaikkan laba bersih perseroan secara optimal. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian dari Finasia (2013) bahwa laba bersih yang dihasilkan perseroan tidak berubah secara signifikan setelah akuisisi atau merger. Kondisi ini mengindikasikan perseroan gagal mencapai laba ekonomi dalam jangka pendek. Hasil penelitian oleh Izzatika, dkk. (2021) juga menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan pasca akuisisi dan merger pada profitabilitas perseroan dari proyeksi NPM.

Perkembangan kinerja keuangan PT Indofood CBP dari tahun ke tahun selama periode 2019 hingga 2021 mengalami penurunan yang terbilang kecil ditinjau dari rasio aktivitas dan profitabilitas. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan cukup baik mengelola dan mengatur keuangan untuk kegiatan usaha selama terjadi pandemi *Covid-19*. Fenomena ini dapat terjadi karena PT Indofood CBP *subsidiaries* dari PT Indofood (INDF) yang telah berdiri sejak tahun 1990 sehingga sudah memiliki kredibilitas tinggi di kalangan masyarakat. Selain itu, berbagai jenis kebutuhan pangan sehari-hari dari berbagai kalangan usia diproduksi oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Hal inilah yang membuat perkembangan kinerja keuangan perseroan dari tahun 2019 hingga 2021 tidak terlalu mengalami gangguan keuangan meskipun terjadi puncak pandemi *Covid-19* di tahun 2020.

PENUTUP

Berdasarkan pemaparan hasil dan analisis di atas dapat diperoleh ringkasan bahwa kinerja keuangan PT Indofood CBP Sukses Makmur selama periode 2019 hingga 2021 masih terdapat beberapa indikator yang belum memenuhi standar rata-rata industri berdasarkan rasio aktivitas dan profitabilitas. Kondisi ini lebih banyak diakibatkan oleh perjanjian akuisisi PT Indofood CBP Sukses Makmur terhadap Pinehill Company Limited pada tahun 2020 bukan karena pengaruh pandemi *Covid-19*. Tujuan akuisisi yang dilakukan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur untuk memperluas jangkauan pasar internasional terutama di segmen unggulannya yaitu mi instan. Target tersebut berhasil dicapai dengan bukti peningkatan nilai penjualan selama tahun 2020 hingga 2021. Namun, perjanjian akuisisi juga menambah beban-beban lain dari akuisisi tersebut sehingga kinerja keuangan berdasarkan rasio aktivitas dan profitabilitas belum terlihat menguntungkan dalam jangka pendek namun diprediksi dapat memberikan keuntungan dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, A. (2021). Strategi, Dampak dan Kinerja Karyawan di Masa Pandemi dan New Normal pada PT Indofood. *Online. Universitas Pelita Bangsa, April*, 1–10. https://www.researchgate.net/publication/350874978_Strategi_Dampak_dan_Kinerja

- _Karyawan_di_Masa_Pandemi_dan_New_Normal_pada_PT_INDOFOOD
- Aldini, D. A., & Andarini, S. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 8(1), 45–56.
- Anwar, M. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Kencana.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Ekonomi Indonesia 2019 Tumbuh 5,02 Persen UNDUH BRS INI*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/02/05/1755/ekonomi-indonesia-2019-tumbuh-5-02-persen.html#:~:text=Ekonomi Indonesia tahun 2019 tumbuh,Komponen Pengeluaran Konsumsi Lembaga Nonprofit>
- BPS. (2020). *Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Turun 5,32 Persen*. Bps.Go. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html>
- Denny, E. (2018). Analisa Rasio Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Perusahaan PT Kino Indonesia Tbk. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 12–20.
- Dominggus, D., & Dongoran, J. (2021). Tingkat PHK Dan Faktor-Faktor Penyebab PHK Pada Industri Otomotif Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(3), 458. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i3.38539>
- Effendi, A., & Effendi, A. S. (2020). Sales volume and production costs against company revenue: a case study in the indonesia stock exchange 2014-2018. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 10(3), 144–152.
- Felicia Hartanti Gunawan. (2021). Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan sektor Makanan Dan Minuman sebelum Covid-19 Dan Pada Masa Covid-19. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 3(1), 19–36. <https://journal.uc.ac.id/index.php/mapi/article/view/2096/1652>
- Herawati, E., & Kafidin Muzakki. (2021). Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk. *Greenomika*, 3(1), 36–48.
- Irham, F. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta.
- Izzatika, D. N., Alwan Sri Kustono, & Nuha, G. A. (2021). Pengaruh Rasio Keuangan Sebelum dan Sesudah Merger dan Akuisisi terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Accounting Research Journal*, 1(1), 1–16.
- Janaloka, Y. T. (2016). Analisis Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4(1).
- Kasmir. (2019). *Pengantar Manajemen Keuangan (Edisi Kedua)*. Prenada Media.
- Kinerja, A., Perusahaan, K., Dan, S., Merger, S., Akuisisi, D., Linda, O. ., Prodi, F., Fakultas, M., Universitas, E., & Yogyakarta, N. (2013). *Analisis Kinerja Keuangan... (Linda Finansia) 43 ANALYSIS OF CORPORATE FINANCIAL PERFORMANCE BEFORE AND AFTER MERGER AND ACQUISITION. 2007*, 43–54.
- Munandar, A. (2018). Analisis Piutang Tak Tertagih Pada PT Astra International Tbk. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 184. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.859>
- Muslim, M. (2020). Moh . Muslim : “ PHK pada Masa Pandemi Covid-19 ” 358. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 357–370. <https://www.worldometers.info/coronavirus>
- Nufrajani, N., & Muhammad, A. (2022). Analisis Perbandingan Rasio Profitabilitas dan Rasio Aktivitas Pada PT. Indocement, Tbk. dengan PT. Solusi Bangun Indonesia, Tbk. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9(1), 343–355.
- Nurmaningsih. (2020). Analisis Kinerja Keuangan PT. Ciputra Development Tbk. Berdasarkan Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, dan Profitabilitas. *Universitas Gunadharma UG Jurnal*, 14(1), 53–64.
- Parluhutan, S. (n.d.). *Plus Minus Akuisisi Pinehill oleh Indofood CBP*. <https://investor.id/market-and-corporate/212899/plus-minus-akuisisi-pinehill-oleh-indofood-cbp>

- PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (2020). *Laporan Keuangan Tahunan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk 2019*. Bursa Efek Indonesia. <https://doi.org/https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>
- Pulungan, M. S., Darmawan, J., & Wijayanti, D. S. (2022). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Pelibatan Stakeholder dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan*.
- Rachman, R. (2019). Analisa Pengendalian Piutang Terhadap Resiko Piutang Tak tertagih Pada PT. Enseval Putera Megatrading Tbk Cabang Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 7(3), 343–350. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v7i3.277>
- Ramadhani, A., Yulliana, E. A., Sari, K., & Permata, Q. O. (2020). Diplomasi Indonesia melalui Indomie terhadap Nigeria. *Global and Policy Journal of International Relations*, 8(01), 51–63. <https://doi.org/10.33005/jgp.v8i01.2171>
- Ratningsih, R., & Alawiyah, T. (2017). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Rasio Profitabilitas Dan Rasio Aktivitas Pada Pt Bata Tbk. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 3(2), 14–27. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v3i2.643>
- Saleh, M. (2018). Analisa Evaluasi Kinerja RPJMD Kabupaten Barito Kuala Tahun 2012-2017. *Ecoplan: Journal of Economics and Development Studies*, 1(1), 8–20. <https://doi.org/10.20527/ecoplan.v1i1.3>
- Tahunan, L., & Report, A. (2021). *ICBP Laporan Tahunan 2021 Annual Report*.
- Tiara, T., Winarni, F. A., & Kantun, S. (2021). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Pengeluaran Kas pada CV Macarindo Berkah Group Jember. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 9. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i1.31111>
- Tiong, P. (2017). Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas Pt Mitra Pinastika Mutika Tbk. *Journal of Management & Business*, 1(1), 1–22. <https://scholar.google.co.id>
- Tyas, Y. I. W. (2020). Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Elzatta Probolinggo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 28–39.
- Utami, D. A., Naingolan, P., Jubi, J., & Susanti, E. (2018). Analisis Pengaruh Leverage Dan Rasio Aktivitas Terhadap Profitabilitas Pada Pt Indofood Consumer Branded Products (Cbp) Sukses Makmur, Tbk. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v4i1.64>
- Wibowo, B. T. (2020). Analisis Laporan Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pt Intan Segara Semarang Dalam Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna, Vol 2*(No 2), 118–130. <http://jurnal.stieanindyaguna.ac.id/index.php/article/view/19>
- 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>

PENINGKATAN KUALITAS LULUSAN SMK EKONOMI DAN BISNIS MELALUI PEMBELAJARAN *BLENDED LEARNING* BERBASIS EDMODO

¹Titis Wulandari, ²Kristiani, ²Muhammad Sabandi
Universitas Sebelas Maret

e-mail: ¹titis_wulandari@student.uns.ac.id ²muhsabandi@staff.uns.ac.id

ABSTRACT

This study aimed to determine the quality improvement of Economics and Business Vocational School graduates through Edmodo-based blended learning. This research used quantitative research with the quasi-experimental method of non equivalent pretest-posttest control group design. The population was 108 students in the tenth grade student of Marketing Major in the academic year of 2019/2020. Then, the researcher used purposive sampling with 72 students. The data collection was pretest-posttest and documentation. The trustworthiness of data was the validity testing the form of content and construct validity and the reliability testing using K-R.20. The data analysis technique used t-test. The results of this study conclude that Edmodo-based blended learning can improve the quality of graduates of Economics and Business Vocational School and it is evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($3,309 > 1,994$ at the tenth grade of Marketing Major of SMK Negeri 3 Surakarta in the academic year 2019/2020.

Keywords: *quality of Economics and Business Vocational School graduates, Blended Learning, Edmodo, The Learning Achievement.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis melalui pembelajaran *blended learning* berbasis Edmodo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode eksperimen semu *non equivalent pretest-posttest control group design*. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X jurusan Ekonomi dan Bisnis tahun ajaran 2019/2020 berjumlah 108 siswa. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang berjumlah 72 siswa. Pengumpulan data dilaksanakan dengan *pretest-posttest* dan dokumentasi. Teknik untuk menguji kelayakan instrumen berupa uji validitas menggunakan validitas isi dan validitas konstruk dan uji reliabilitas menggunakan K-R.20. Teknik analisis data yang digunakan adalah *t-test*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: *blended learning* berbasis Edmodo dapat meningkatkan kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis dibuktikan dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.309 > 1.994$).

Kata kunci : *kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis, blended learning, edmodo, prestasi belajar.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju turut andil dalam mendorong pendidikan jarak jauh untuk mengatasi keterbatasan ruang dan waktu yang ada. Pembelajaran tatap muka atau pembelajaran *online* yang dilakukan secara tidak seimbang tentu akan mempengaruhi hasil prestasi belajar yang diperoleh siswa dan hasil prestasi belajar siswa tersebut akan mempengaruhi kualitas lulusannya. Salah satu tolok ukur keberhasilan siswa dalam kegiatan pembelajaran di sekolah adalah prestasi belajar. Menurut Hamdani (2011), prestasi belajar di bidang pendidikan adalah hasil pengukuran terhadap siswa, meliputi faktor kognitif, afektif, dan psikomotorik setelah mengikuti proses pembelajaran yang diukur dengan menggunakan instrumen tes atau instrumen yang relevan.

Peningkatan kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis dapat dilakukan melalui penerapan *blended learning*. *Blended Learning* merupakan penggabungan antara intruksi

tatap muka dan *online* serta menawarkan kelebihan yaitu pengurangan waktu duduk di kelas (Parsad dkk., 2008). Tujuan penggabungan pembelajaran tersebut adalah untuk menciptakan lingkungan belajar yang lebih efektif. Pembelajaran yang efektif menurut Uno (2014) adalah pembelajaran yang dapat menghasilkan belajar yang bermanfaat dan terfokus pada siswa melalui prosedur yang tepat.

Penelitian yang dilakukan oleh Kazu dan Demirkol (2014); Tosun (2015); dan Wei dkk.,(2017) menunjukkan bahwa tidak ditemukan perbedaan signifikan pada akademik siswa antara kelompok yang diajarkan dengan teknik *blended learning* dan teknik tradisional. Penelitian lain oleh Klein dkk., (2016) menyatakan bahwa pembelajaran dari tatap muka ke *blended learning* tidak selalu mulus dan perbedaan hasilnya tidak selalu signifikan. Hasil penelitian oleh Turki Fahed (2014); Akbarov dkk., (2018); Al Qahtani (2015); dan Khader (2016) menunjukkan bahwa *blended learning* lebih efektif daripada pembelajaran tradisional dalam hal nilai siswa dan tingkat kelulusan. Penelitian lain oleh Asarta dan Schmidt (2017) menyatakan bahwa terdapat perbedaan signifikan pada prestasi siswa antara versi campurandan tradisional yang ditemukan dua dari tiga zona nilai rata-rata.

Peneliti telah melakukan observasi di SMK Negeri 3 Surakarta kelas X jurusan Ekonomi dan Bisnis, hasilnya adalah pencapaian prestasi belajar siswa pada mata pelajaran simulasi dan komunikasi digital masih rendah, dibawah KKM yakni 75 pada rekapan nilai ulangan harian pertama dan kedua.

Tabel 1.1 Nilai Ulangan Harian Pertama dan Kedua Semester Genap Mata Pelajaran Simulasi dan Komunikasi Digital Kelas X Jurusan Ekonomi dan Bisnis SMK Negeri 3 Surakarta Tahun Ajaran 2018/2019

Kelas	Nilai Ulangan Harian Pertama				Nilai Ulangan Harian Kedua			
	0	<75	75	>75	0	<75	75	>75
X PM 1	2	13	6	15	1	11	4	20
Persentase	5%	36%	17%	42%	3 %	31%	11%	55%
X PM 2	1	9	4	22	0	5	2	19
Persentase	3%	25%	11%	61%	0%	14%	5%	81%
X PM 3	0	10	2	24	1	8	0	27
Persentase	0%	28%	5%	67%	3%	22%	0%	75%

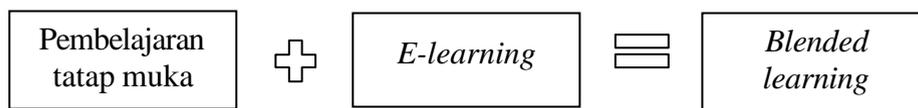
Sumber: data primer yang diolah, 2019

Pencapaian prestasi belajar yang rendah tersebut disebabkan karena pembelajaran kurang kondusif dan masih berpusat pada guru. Siswa cenderung pasif, hanya beberapa siswa yang aktif bertanya. Banyak siswa yang mengabaikan penjelasan guru karena bosan dan kurang termotivasi untuk belajar. Minimnya pemanfaatan sarana dan prasarana teknologi yang tersedia di kelas juga membuat pembelajaran menjadi kurang menarik. Rendahnya prestasi belajar tersebut dapat menyebabkan kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis menjadi rendah. Kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis dapat ditingkatkan melalui penerapan *blended learning* yang dilakukan secara seimbang. Penelitian yang dilakukan di SMK Negeri 3 Surakarta merupakan penelitian dengan menerapkan *blended learning* berbasis Edmodo dan alokasi waktu yang digunakan adalah 50% pembelajaran tatap muka dengan metode ceramah dan 50% pembelajaran *online* berbasis Edmodo. *Blended learning* diterapkan agar siswa dapat mengakses serta belajar tanpa ada batasan waktu dan tempat sehingga prestasi maupun kualitas lulusannya bisa meningkat.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis melalui pembelajaran *blended learning* berbasis Edmodo. Penelitian ini diharapkan dapat memperjelas perbedaan hasil penelitian para peneliti terdahulu mengenai peningkatan kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis melalui pembelajaran *blended learning*.

LANDASAN TEORI

Menurut Samarescu (2016) *blended learning* merupakan pembelajaran campuran yang menggabungkan antara pembelajaran tradisional dengan teknologi yang tersedia saat ini. Menurut Singh (2003), *blended learning* digambarkan seperti gambar 2.1.



Gambar 2.1 *Blended Learning*

Perbedaan antara *blended learning* dengan pembelajaran tatap muka menurut Khan, Qayyum, Shaik, Ali, dan Bebi (2012), dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.1 Perbedaan antara *Blended learning* dan Pembelajaran TatapMuka

Fitur	Pembelajaran Tradisional	<i>Blended learning</i>
Lokasi Penerapan	Tetap di ruang kelas dan tidak fleksibel	Di mana saja dan fleksibel
Metode Pembelajaran	Tatap muka	Tatap muka dan <i>online</i>
Waktu untuk Belajar	Di waktu yang telah ditentukan dan tidak fleksibel	Kapan saja dan fleksibel
Penggunaan Teknologi	Tidak wajib menggunakan teknologi	Wajib dan diperlukan menggunakan teknologi

Sumber: Khan dkk.(2012)

Edmodo merupakan jejaring sosial pribadi dengan platform sosial yang aman bagi guru dan siswa. Melalui Edmodo, guru dan siswa dapat membuat profil dan saling berbincang selama masih terhubung atau *online* dalam platform tersebut. Guru dapat mengunggah tugas dan nilai tersebut pada platform Edmodo (Purcell, 2012). Menurut Sanaky (2013), tujuan penggunaan Edmodo dalam pembelajaran, yaitu untuk meningkatkan pembelajaran bagi siswa, menanamkan nilai-nilai baru bagi guru, kebiasaan belajar siswa dapat diubah dari pasif menjadi aktif, meningkatkan akses belajar siswa, dan pengembangan serta perluasan produk dan layanan baru.

Prestasi belajar menurut Nawawi dalam Susanto (2013, 5) yaitu tingkat keberhasilan siswa dalam mempelajari materi pelajaran di sekolah dinyatakan dalam skor yang diperoleh dari hasil tes mengenai sejumlah materi pelajaran tertentu. Menurut Muntoha dkk. (2010) pengertian simulasi digital adalah kemajuan di bidang pendidikan yang menyebabkan pergeseran paradigma dari metode ceramah ke metode campuran dalam menyampaikan materi pelajaran. Faktor *intern* dan faktor *ekstern* merupakan dua faktor yang mempengaruhi prestasi belajar (Slameto, 2013). Kegiatan pengukuran prestasi belajar dilakukan dengan menunjukkan nilai raport atau tes nilai sumatif (Niken dan Haryanto, 2010).

Dua tes yang digunakan untuk mengukur hasil belajar siswa pada penelitian ini adalah *pretest* dan *posttest* dengan instrumen tes berupa tes objektif. Setelah *pretest* dan *posttest* dilakukan, pemeriksa akan memeriksa jawaban siswa secara objektif dengan menggunakan patokan skor tertentu (Arikunto, 2013). Skor yang diperoleh kemudian dipersentasekan dan dibandingkan dengan skor maksimum yang mungkin dicapai untuk mengetahui hasil prestasibelajar siswa.

METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian *quasi experimental design* dengan model *non-equivalent pretest-posttest control group design*. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X jurusan Ekonomi dan Bisnis SMK Negeri 3 Surakarta tahun ajaran 2019/2020 dengan jumlah 108 siswa, yang dibagi menjadi 3 kelas yaitu X Ekonomi dan Bisnis 1, X Ekonomi dan Bisnis 2, dan X Ekonomi dan Bisnis 3. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kelas X Ekonomi dan Bisnis 1 dan X Ekonomi dan Bisnis 2 dengan jumlah 72 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, karena pengambilan anggota sampel didasarkan pada tujuan yang telah ditetapkan pada penelitian ini, yaitu siswa yang mendapat mata pelajaran simulasi dan komunikasi digital.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah tes *pretest* dan *posttest*, dokumentasi, dan observasi. Guru mata pelajaran simulasi dan komunikasi digital kelas X jurusan Ekonomi dan Bisnis SMK Negeri 3 Surakarta bertindak sebagai ahli yang akan memeriksa dan menguji validitas isi dan validitas konstruk. Instrumen pada penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan KR 20. Pada penelitian ini dikarenakan keterbatasan peneliti, maka uji coba instrumen meliputi taraf kesukaran butir soal menggunakan indeks kesukaran (Arikunto, 2013), daya pembeda soal menggunakan rumus indeks diskriminasi (Arikunto, 2013), dan pengujian butir soal dengan rumus koefisien *product moment* Karl Pearson (Arikunto, 2013).

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov (*one sample Kolmogorov-Smirnov test*) pada program SPSS versi 23. Uji homogenitas menggunakan *Levene's Test*. Uji Hipotesis menggunakan Uji t dengan SPSS versi 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian dimulai pada tanggal 23 September 2019 sampai dengan 30 Oktober 2019. Kelas X Ekonomi dan Bisnis 1 sebagai kelas eksperimen (*blended learning* berbasis Edmodo) dan kelas X Ekonomi dan Bisnis 2 sebagai kelas kontrol (pembelajaran tatap muka). *Pretest* dilakukan di awal pertemuan sebelum dilakukan perlakuan dan *posttest* dilakukan ketika tahap perlakuan telah selesai diberikan. Jumlah soal pada *pretest* dan *posttest* adalah 20 butir soal pilihan ganda. Langkah-langkah pembelajaran dalam penelitian ini adalah : kegiatan pendahuluan (salam, absensi kehadiran siswa, berdoa, dan menyampaikan kompetensi dasarserta tujuan pembelajaran materi pelajaran yang akan dipelajari), kegiatan inti (pembelajaran dimulai dengan pembelajaran tatap muka, guru memberi arahan kepada siswa untuk mencari informasi dari berbagai sumber belajar, siswa memahami dan mengkomunikasikan pengetahuan yang telah ditemukan untuk ditarik kesimpulan), dan kegiatan penutup (penarikan kesimpulan, guru mengingatkan siswa mengenai materi yang akan dipelajari di pertemuan selanjutnya, dan salam). Data nilai *pretest* dan *posttest* kelas eksperimen, sebagai berikut: Tabel 4.4 Prestasi Belajar Siswa Kelas Eksperimen

Kriteria	Prestasi Belajar Siswa Kelas Eksperimen			
	<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>	Jumlah Siswa	Persentase (%)
Tuntas	0	36	36	100
Tidak Tuntas	36	0	36	100

Berdasarkan tabel 4.4 data nilai *pretest* dan *posttest* tersebut kemudian diolah menggunakan SPSS versi 23 dengan hasil *mean* dan standar deviasi seperti pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 *Mean* dan Standar Deviasi *Pretest* dan *Posttest* Kelas Eksperimen

Kelas		N	Mean	Std. Deviation
<i>Pretest</i>	Kelas EB 1 Eksperimen	36	40,69	8,632

Postes	Kelas EB 1	Eksperimen	36	87,08	4,205
--------	------------	------------	----	-------	-------

Data nilai *pretest* dan *posttest* kelas kontrol sebagai berikut: Tabel 4.7 Prestasi Belajar Siswa Kelas Kontrol

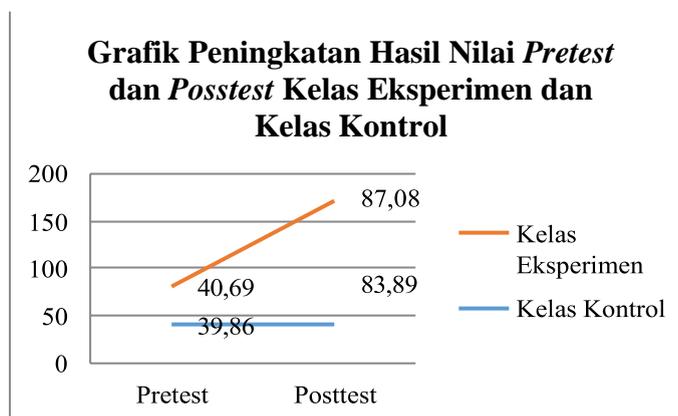
Kriteria	Prestasi Belajar Siswa Kelas Kontrol			
	<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>	Jumlah Siswa	Persentase (%)
Tuntas	0	36	36	100

Berdasarkan tabel 4.7 data nilai *pretest* dan *posttest* tersebut kemudian diolah menggunakan SPSS versi 23 dengan hasil *mean* dan standar deviasi seperti pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 *Mean* dan Standar Deviasi *Pretest* dan *Posttest* Kelas Kontrol

	Kelas	N	Mean	Std. Deviation
<i>Pretest</i>	Kelas EB 2_Kontrol	36	39,86	10,315
<i>Posttest</i>	Kelas EB 2_Kontrol	36	83,89	3,984

Berdasarkan tabel 4.5 dan tabel 4.8, perbandingan peningkatan hasil nilai *pretest* dan *posttest* kelas eksperimen dan kelas kontrol dapat dilihat melalui gambar 4.1.



Gambar 4.1. Histogram Perbandingan Peningkatan Hasil Nilai *Pretest* dan *Posttest* Kelas Eksperimen dan Kelas Kontrol

Hasil penghitungan taraf kesukaran butir soal *pretest* memiliki hasil interpretasi sedang dengan besar taraf kesukaran butir soal antara 0,39 sampai dengan 0,53. Hasil penghitungan daya pembeda butir soal memiliki kategori cukup sampai dengan baik dengan besar daya pembeda antara 0,33 sampai dengan 0,56. Hasil penghitungan validitas butir soal pada taraf signifikansi 5% adalah 20 butir soal dinyatakan valid dengan besar validitas antara 0,349 sampai dengan 0,599.

Hasil uji normalitas pada penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	skor total pretest PM 1	skor total pretest PM 2
Asymp. Sig. (2-tailed)	,100 ^c	,032 ^c

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui bahwa H0 diterima dan Ha ditolak, sehingga semua data penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil uji homogenitas pada penelitian ini, yaitu: Tabel 4.13 Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

N_GainScore

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,003	1	70	,958

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa H0 diterima dan Ha ditolak, sehingga semuadata penelitian ini bersifat homogen.

Hasil uji hipotesis menggunakan analisis independent t-test SPSS versi 23 sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji-t *Pretest*

Independent Samples Test				
t-test for Equality of Means				
		T	df	Sig. (2-tailed)
Pretest	Equal variances assumed	,372	70	,711

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui bahwa thitung sebesar 0.372 dengan signifikansi sebesar 0.711. Hasil ttabel dengan df sebesar 70 adalah 1.666, sehingga tidak terdapat perbedaan pada nilai *pretest*.

Tabel 4.15 Hasil Uji-t *Posttest*

Independent Samples Test				
t-test for Equality of Means				
		T	Df	Sig. (2-tailed)
Posttest	Equal variances assumed	3.309	70	,001

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui bahwa thitung sebesar 3.309. Nilai ttabel dengan df sebesar 70 adalah 1.994, sehingga terdapat perbedaan pada nilai *posttest*.

Berdasarkan Tabel 4.14 dan Tabel 4.15 diketahui bahwa terdapat perbedaan nilai *pretest* dan *posttest*. Perbedaan nilai *pretest* dan *posttest* tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan prestasi belajar siswa dan berpengaruh positif pada kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis yang meningkat.

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data penelitian ini, menunjukkan bahwa *blended learning* terbukti dapat meningkatkan kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis dilihat dari peningkatan prestasi belajar yang diperoleh siswa. Pembelajaran tatap muka tetap memberikan kontribusi pada pemahaman materi pelajaran untuk siswa dengan prestasi belajar rendah, sedangkan *blended learning* memberikan kontribusi untuk membuat prestasi belajar siswa yang rendah tersebut menjadi meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asarta & Schmidt (2017) , yakni terdapat perbedaan signifikan pada prestasi siswa antara versi campuran dan versi tradisional yang ditemukan dua dari tiga zona nilai rata-rata. Pemanfaatan teknologi seperti penggunaan komputer di laboratorium Ekonomi dan Bisnis dan penggunaan *smartphone* selama pembelajaran berlangsung menjadi salah satu alasan siswa lebih tertarik untuk belajar dibandingkan dengan hanya duduk menyimak penjelasan guru. Penggabungan antara pembelajaran tatap muka dan pembelajaran *online* dikenal sebagai *blended learning*. Penerapan *blended learning* dalam pembelajaran tentu akan menciptakan lingkungan belajar yang lebih efektif.

Pembelajaran yang efektif akan meningkatkan prestasi belajar siswa. Prestasi belajar siswa dapat dijadikan sebagai salah satu tolok ukur keberhasilan suatu

pembelajaran. Penerapan *blended learning* berbasis Edmodo pada penelitian ini, memberikan pengalaman tersendiri untuk guru dan siswa. Siswa menjadi merasa lebih tertarik untuk belajar, sehingga hasil belajar yang diperoleh dapat lebih optimal. Guru dapat mempersiapkan diri secara lebih matang dibandingkan dengan pembelajaran tatap muka biasa sebelum menjelaskan materi di depan kelas seperti sikap mengajar, penguasaan materi pelajaran, penggunaan metode mengajar, penggunaan media dan sumber belajar, serta pengaitan informasi perlu diperhatikan.

Guru dapat mengunggah materi berupa *powerpoint*, potongan berita dari media *online*, dan beberapa video terkait materi serta tugas maupun kuis di aplikasi Edmodo untuk kemudian diunduh, dipelajari, dan dikerjakan oleh siswa selama pembelajaran *blended learning* berbasis Edmodo berlangsung. Guru dan siswa juga dapat berinteraksi dan berdiskusi melalui aplikasi Edmodo, kemudian diakhir pertemuan baik guru maupun siswa bersama-sama menarik kesimpulan dari materi yang telah dibahas.

Hasil dari penerapan *blended learning* berbasis Edmodo tersebut dalam penelitian ini adalah adanya peningkatan nilai *posttest*, nilai tugas, nilai ulangan harian, maupun nilai kuis. Peningkatan nilai tersebut juga terjadi pada rata-rata nilai *posttest*, rata-rata nilai tugas, rata-rata nilai ulangan harian dan rata-rata nilai kuis. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Brown & Liedholm, 2002; Gratton-Lavoie & Stanley, 2009), dikatakan bahwa nilai rata-rata memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap nilai ujian dalam prinsip *blended learning* ekonomi mikro. Penelitian yang dilakukan oleh Turki Fahed (2014); Akbarov dkk., (2018); AlQahtani (2015); dan Khader (2016) menunjukkan bahwa *blended learning* terbukti lebih efektif dibandingkan pembelajaran tradisional dalam hal nilai siswa dan tingkat kelulusan.

Blended learning terbukti berdampak positif pada prestasi belajar siswa dan serangkaian *pretest* dan *posttest* yang dilakukan menunjukkan perbedaan hasil nilai rata-rata yang signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Riffell & Sibley, 2005), dikatakan bahwa kinerja siswa pada kelas campuran memiliki hasil signifikansi yang lebih baik dibandingkan dengan kelas tatap muka. Keuntungan lain dari penerapan *blended learning* juga terlihat pada penelitian (Garrison & Kanuka, 2004), yaitu *blended learning* memberikan siswa lebih banyak tanggung jawab, kontrol, kemandirian, peningkatan kapasitas berpikir kritis dan reflektif selama pembelajaran berlangsung. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini yakni siswa menjadi lebih disiplin, lebih mandiri, dan berinisiatif dalam memecahkan masalah saat pembelajaran berlangsung.

Keberhasilan *blended learning* berbasis Edmodo dalam penelitian ini juga ditunjukkan dengan siswa yang perlahan mulai termotivasi kembali untuk mengikuti pembelajaran. Adanyapeningkatan rasa percaya diri pada siswa dalam menyampaikan pendapat dan kemampuan menyelesaikan permasalahan saat pembelajaran berlangsung serta rasa kebersamaan yang kuat antar siswa juga membuat pemikiran mereka menjadi lebih kritis. Prestasi belajar siswa yang meningkat tersebut tentunya akan meningkatkan kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa *blended learning* berbasis Edmodo dapat meningkatkan kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis ditunjukkan oleh perbedaan signifikan nilai yang lebih baik pada kelas eksperimen. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan pengetahuan berkaitan dengan peningkatan kualitas lulusan SMK melalui *blended learning* berbasis Edmodo yang diterapkan pada mata pelajaran Simulasi dan Komunikasi Digital. Diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan masukan kepada guru maupun sekolah mengenai pentingnya menerapkan pembelajaran yang lebih efektif guna meningkatkan prestasi belajar siswa dan meningkatkan kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut variabel lain seperti minat belajar, motivasi, kemampuan berpikir kritis, dan lain-lain yang diduga memiliki pengaruh terhadap kualitas lulusan SMK Ekonomi dan Bisnis yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- AH Sanaky, H. (2013). *Media Pembelajaran Interaktif-Inovatif* (Cet. ke 1). Kaukaba Dipantara.
- Akbarov, A., King Abdulaziz University, Jeddah, Saudi Arabia, kgonen@kau.edu.sa, Aydođan, H., & Independet researcher, Turkey, aydoganh@hotmail.com. (2018). Students' Attitudes toward Blended Learning in EFL Context. *Acta Didactica Napocensia*, 11(1), 61–68. <https://doi.org/10.24193/adn.11.1.5>
- AlQahtani, A. (2015). *EFFECT OF TRADITIONAL, BLENDED, E-LEARNING ON STUDENT' ATTITUDES IN A COURSE ON ISLAMIC CULTURE*. 8.
- Asarta, C. J., & Schmidt, J. R. (2017). Comparing student performance in blended and traditional courses: Does prior academic achievement matter? *The Internet and Higher Education*, 32, 29–38. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2016.08.002>.
- Hamdani. (2011). *Strategi Belajar Mengajar*. Pustaka Setia
- Kazu, İ., & Demirkol, M. (2014). Effect of blended learning environment model on high school students' academic achievement. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 13, 78–87.
- Khan, A. I., Qayyum, N., Shaik, M. S., Ali, A. M., & Bebi, Ch. V. (2012). Study of Blended Learning Process in Education Context. *International Journal of Modern Education and Computer Science*, 4(9), 23–29. <https://doi.org/10.5815/ijmecs.2012.09.03>.
- Klein, H. J., Noe, R. A., & Wang, C. (2006). MOTIVATION TO LEARN AND COURSE OUTCOMES: THE IMPACT OF DELIVERY MODE, LEARNING GOAL ORIENTATION, AND PERCEIVED BARRIERS AND ENABLERS. *Personnel Psychology*, 59(3), 665–702. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2006.00050.x>
- Mulyasa, E. (2014). *Pengembangan dan implementasi kurikulum 2013* (Cetakan pertama). PTRemaja Rosdakarya.
- Muntoha, M., Subali, B., & Fisika, J.P. (2010). *PENGEMBANGAN SISTEM EVALUASI PEMBELAJARAN BERBASIS WEB (WEB BASED LEARNING ASSESSMENT SYSTEM)*.
- Niken, A., & Haryanto, D. (2010). *Pembelajaran multi media di sekolah: Pedoman pembelajaran inspiratif, konstruktif, dan prospektif*. Prestasi Pustaka.
- Parsad, B., Lewis, L., & Tice, P. (2008). Distance Education at Degree-Granting Postsecondary Institutions. *Washington DC: National Center for Education Statistics, Institute of Education Sciences, US Department of Education*, 2006–07.
- Purcell, M. A. (2012). *The networked library: A guide for the educational use of social networking sites*. Linworth, an imprint of ABC-CLIO, LLC.
- Rohmawati, A. (2015). *EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN*. <https://doi.org/10.21009/JPUD.091.02>
- Samarescu, N. (2016). *The Teacher's Role In Blended Learning and Teaching. Paper presented at the Conference proceedings of» eLearning and Software for Education «(eLSE)*.
- Singh, H. (2003). Building Effective Blended Learning Programs. *Educ. Technol*, 43.
- Tosun, S. (2015). The Effects of Blended Learning on EFL Students' Vocabulary Enhancement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 199, 641–647. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.592>.
- Turki Fahed, A. (2014). *THE EFFECT OF USING BLENDED LEARNING STRATEGY ON ACHIEVEMENT AND ATTITUDES IN TEACHING SCIENCE AMONG 9TH GRADE STUDENTS*. 14.
- Uno, H. B. (2012). *Belajar dengan pendekatan PAILKEM* (Cetakan ke-5 ed.). Bumi Aksara.
- Wei, Y., Shi, Y., Yang, H. H., & Liu, J. (2017). Blended Learning versus Traditional Learning: A Study on Students' Learning Achievements and Academic Press. *2017 International Symposium on Educational Technology (ISET)*, 219–223. <https://doi.org/10.1109/ISET.2017.57>.

PENGARUH DOMPET DIGITAL DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA SURAKARTA

¹Madhan Abidzar, ¹Mintasih Indriayu, ¹Aniek Hindrayani

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret

Alamat e-mail: m.abidzar4@student.uns.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital wallets on consumptive behavior, the effect of financial literacy on consumptive behavior, and its simultaneous effect on consumptive behavior in college students in Surakarta City. The research method used was a descriptive quantitative method and data collection techniques used questionnaire. The sampling technique used was non-probability sampling, namely purposive sampling with a sample of 385 undergraduate students in Surakarta. Validity test using product moment and reliability test using Cronbach alpha. The data analysis technique of this research uses multiple linear regression analysis, t test, and F test. The results of this study are obtained: (1) Digital wallets have a significant positive effect on college student consumptive behavior in Surakarta City, digital wallets make it easier for college students to shop anywhere make college students become consumers. (2) Financial literacy has a significant negative effect on the consumptive behavior of college students in Surakarta City, a good understanding of finance makes college students have low consumptive behavior. (3) Digital wallets and financial literacy have a simultaneous effect on the consumptive behavior of college students in Surakarta City.

Keywords: Digital wallet, Financial literacy, Consumptive behavior, Students

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dompet digital terhadap perilaku konsumtif, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, dan pengaruhnya secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa di Kota Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif secara kuantitatif dan teknik pengambilan data menggunakan angket atau kuesioner. Teknik pengambilan sampel memakai teknik *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 385 Mahasiswa S1/D3 di Kota Surakarta. Uji validitas menggunakan *product moment* dan uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha*. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa: (1) Dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta, dompet digital memudahkan mahasiswa untuk berbelanja di mana saja membuat mahasiswa menjadi konsumtif. (2) Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta, pemahaman yang baik mengenai keuangan membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang rendah. (3) Dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta.

Kata kunci: Dompet digital, Literasi keuangan, Perilaku konsumtif, Mahasiswa

PENDAHULUAN

Konsumsi berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan. Konsumsi yang berdasarkan pada keinginan dapat membuat perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yaitu kegiatan konsumsi yang berlebihan tanpa pertimbangan rasional. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan kegiatan belanja untuk mengurangi penat dan stres akibat kesibukan sehari-hari (Dewi et al., 2017). Menurut Andriani & Nugraha (2018) Kebiasaan belanja yang berlebihan akan menimbulkan perilaku konsumtif dan masalah pada pengelolaan

keuangan. Perkembangan teknologi membuat banyak orang lebih mudah untuk mencari barang yang diinginkan. Hal tersebut membuat orang-orang berbelanja untuk memenuhi keinginan dari pada kebutuhan. Kemudahan dalam bertransaksi dapat membuat masyarakat memiliki perilaku konsumtif. (Mujahidin & Astuti, 2020).

Teknologi memiliki peran untuk mempermudah manusia memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan. Salah satu teknologi dalam sektor keuangan yang banyak digunakan adalah dompet digital. Menurut Riyanto et al., (2020) dompet digital merupakan akun prabayar yang dilindungi *password* dan uang penggunanya disimpan secara elektronik dan dapat digunakan untuk pembayaran *online*. Dompet digital dioperasikan menggunakan *smartphone* yang akan mempermudah proses transaksi. Tidak hanya digunakan untuk bertransaksi, dompet digital juga dapat digunakan untuk membayar kebutuhan masyarakat, seperti pembayaran listrik, internet dan lain-lain (Wulantika & Zein, 2020). Pengguna aplikasi dompet digital berkembang pesat dan banyak perusahaan bersaing untuk memberikan layanan terbaik seperti Gopay, OVO, DANA, Shopeepay dan LinkAja. Persebaran dompet digital sudah hampir di seluruh wilayah Indonesia dan salah satu provinsi dengan pengguna dompet digital terbanyak di Indonesia adalah Jawa Tengah (Kusumawardhani & Purnaningrum, 2021). Dompet digital juga berkembang seiring dengan perkembangan *marketplace* dan *e-commerce* di Indonesia, seperti Bukalapak, Shopee, dan Tokopedia (Wulantika & Zein, 2020). Kemudahan dan promosi yang ditawarkan mendorong pengguna untuk bertransaksi menggunakan dompet digital.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Fauziah & Nurhasanah (2020) menunjukkan bahwa dompet digital berdampak signifikan dan positif terhadap tingkat konsumtif mahasiswa. Saat penggunaan dompet digital tinggi perilaku konsumtif mahasiswa pun ikut meningkat. Wulantika & Zein (2020) berpendapat bahwa dompet digital mudah diterima masyarakat. Mayoritas masyarakat sering bertransaksi menggunakan dompet digital. Banyaknya promo dan penawaran lain membuat banyak orang beralih menggunakan dompet digital. Pendapat lain dikemukakan oleh Kamil & Istianingsih (2020) yang menjelaskan bahwa penggunaan dompet digital tidak berdampak kepada perilaku konsumtif secara signifikan. Masyarakat pengguna dompet digital selalu mengontrol penggunaan dompet digital untuk menghindari masalah pengeluaran berlebihan.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif salah satunya ialah literasi keuangan. Pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan merupakan pengertian dari literasi keuangan. Literasi keuangan membuat seseorang serius dalam melihat pelayanan, kualitas, dan harga serta membantu seseorang menjadi konsumen yang baik (Dewi et al., 2017). Berdasar pada pendapat tersebut, dapat dikatakan bahwa seseorang yang tingkat literasi keuangannya baik akan menjadi konsumen yang baik. Di sisi lain, rendahnya literasi keuangan akan menyebabkan kecenderungan seseorang berperilaku konsumtif. Bersumber pada Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2019 (OJK, 2020) penduduk Indonesia memperoleh tingkat literasi keuangan sebesar 38,03% yang maksudnya belum separuh warga Indonesia mempunyai literasi keuangan yang baik. Begitu pula dengan tingkat literasi keuangan Jawa Tengah yang menunjukkan persentase sebesar 47,38%. Menurut Hidayatinnisa et al., (2021) literasi keuangan Indonesia masih tergolong rendah walaupun mengalami peningkatan dari tahun 2016, hal ini dikarenakan peningkatan literasi keuangan tidak dibarengi dengan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Literasi keuangan yang rendah menunjukkan perlunya edukasi keuangan mengenai bagaimana mengembangkan perencanaan keuangan untuk menghindari pembelian yang tidak penting (Andriani & Nugraha, 2018).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Tibrisi et al. (2020) menjelaskan literasi keuangan mempunyai pengaruh negative signifikan kepada perilaku konsumtif mahasiswa. Maksudnya mahasiswa yang literasi keuangannya baik akan berkurang kemungkinannya berperilaku konsumtif. Hasil berbeda ditunjukkan dalam penelitian Kamil & Istianingsih (2020) yang menjelaskan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Bisa diartikan meningkatnya pemahaman literasi keuangan masyarakat bisa berdampak pada meningkatnya perilaku konsumtif.

Kota Surakarta dipilih menjadi lokasi penelitian dengan responden mahasiswa di Kota Surakarta. Survei awal sudah dilakukan peneliti terhadap 30 tentang perilaku konsumtif. Peneliti menggunakan indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono (2002). Berikut adalah survei awal yang sudah dilakukan.

Tabel 1. Perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta

No.	Indikator	Indeks Persentase	Kategori Interval
1.	Membeli produk karena tawaran hadiah	88,3%	Sangat Setuju
2.	Membeli produk karena dikemas secara menarik	74,2%	Setuju
3.	Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi	78,3%	Sangat Setuju
4.	Menggunakan produk karena kesesuaian model iklan	63,3%	Setuju
5.	Mencoba lebih dari dua produk serupa (merek berbeda)	63,3%	Setuju

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 1 survei awal menunjukkan bahwa mahasiswa di Kota Surakarta cenderung berperilaku konsumtif. Mayoritas mahasiswa di Kota Surakarta setuju dengan indikator perilaku konsumtif. Halimatussakdiyah et al. (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa mahasiswa lebih suka menghabiskan uang mereka untuk mengikuti tren saat ini dan untuk diakui dari pada membeli buku atau hal penting lainnya yang berhubungan dengan perkuliahan. Hal ini menunjukkan mahasiswa lebih mementingkan keinginannya dari pada memenuhi kebutuhannya.

LANDASAN TEORI

Dompot Digital

Inovasi dalam produk layanan keuangan salah satunya adalah dompet digital. Dompot digital merupakan sejenis akun prabayar di mana penggunaannya dapat menyimpan uang mereka secara elektronik untuk pembayaran *online* (Ali & Gopalan, 2018; Riyanto et al., 2020). Dengan dompet digital pengguna dibantu dalam berbagai transaksi seperti pembayaran tagihan, transportasi, dan pemesanan tiket. Dompot digital dapat digunakan untuk membayar tagihan, belanja, rekreasi dan berbagai alasan lain (Ali & Gopalan, 2018). Menurut Mujahidin & Astuti (2020) dompet digital adalah alat pembayaran non tunai menggunakan sistem aplikasi yang memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Dompot digital memberikan lebih banyak keuntungan bagi penggunaannya untuk bertransaksi dari pada secara tunai (Wulantika & Zein, 2020). Berdasarkan beberapa pendapat mengenai dompet digital dapat disimpulkan dompet digital adalah aplikasi di mana penggunaannya dapat menyimpan uang mereka secara elektronik untuk bertransaksi secara non tunai.

Variabel dompet digital diukur menggunakan 2 indikator yang mengacu pada *Technology Acceptance Model* yang dikemukakan Davis (1989) yaitu *Perceived ease of use* dan *Perceived usefulness*. Indikator ini digunakan karena *technology acceptance model* akan menggambarkan bagaimana penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna sistem teknologi. Indikator ini akan menggambarkan bagaimana dompet digital memberikan kemudahan dan manfaat bagi para penggunaannya

Literasi Keuangan

Perry dan Morris dalam Tibrisi et al. (2020) menyatakan literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai keuangan serta kemampuan perencanaan keuangan yang dibutuhkan individu untuk bisa mengambil keputusan yang efektif tentang keuangan pribadi yang merupakan hal yang berguna untuk pengelolaan keuangan. Literasi keuangan membuat seseorang serius dalam melihat pelayanan, kualitas, dan harga serta membantu

seseorang menjadi konsumen yang baik (Dewi et al., 2017). Menurut *Program for International Student Assessment* (OECD, 2017) literasi keuangan merupakan pemahaman seseorang mengenai konsep, risiko, keterampilan, dorongan atau motivasi serta adanya rasa percaya diri dalam membuat keputusan efektif di berbagai aspek keuangan. Pemahaman serta pengetahuan tersebut bertujuan pada kesejahteraan keuangan individu maupun kelompok masyarakat serta sebagai bentuk partisipasi dalam perekonomian. Menurut Tomášková et al. (2011) literasi keuangan merupakan bagian dari literasi ekonomi yang lebih luas termasuk kemampuan untuk menjaga pendapatan, mempertimbangkan risiko dari keputusan tentang pendapatan, orientasi pada pasar tenaga kerja, dan kemampuan membuat keputusan tentang konsumsi. Literasi keuangan selalu terkait dengan literasi numerik (keterampilan matematika), literasi informasi (kemampuan menggunakan informasi), dan literasi hukum (orientasi sistem hukum). Berdasarkan beberapa pendapat yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan literasi keuangan ialah pemahaman dan pengetahuan tentang keuangan dalam menentukan keputusan mengenai aspek keuangan. Seorang konsumen yang baik tercipta karena memiliki literasi keuangan yang baik pula.

Variabel literasi keuangan diukur Menggunakan 4 indikator dari pendapat Chen & Volpe (2002) yaitu *general knowledge*, *Saving and loans*, *Insurance*, dan *Investment*. Indikator ini digunakan karena akan menggambarkan bagaimana seseorang paham mengenai keuangan dan pengelolaan keuangan pribadinya. Jika seseorang paham dengan baik mengenai pengetahuan dasar keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi maka orang tersebut memiliki literasi keuangan yang baik.

Perilaku Konsumtif

Menurut Tibrisi et al. (2020) Perilaku konsumtif ialah kecenderungan ingin membeli serta memakai produk yang sebenarnya kurang dibutuhkan. Kecenderungan mengonsumsi atau membeli barang yang kurang perlu tidak bersumber pada alasan yang masuk akal sebab orang-orang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan (Dikria & Widjaja, 2016). Sesuai dengan Sari et al. (2020) yang menyatakan perilaku konsumtif ialah pemborosan yang dalam mengonsumsi barang ataupun jasa secara berlebihan tidak bersumber pada kebutuhan. Perilaku konsumtif menurut Giswandhani & Hilmi (2020) adalah perilaku seseorang yang diperuntukkan untuk mengonsumsi ataupun membeli produk berlebihan, tidak masuk akal, menimbulkan pemborosan, dan membuat rasa cemas dan rasa tidak aman. Seorang yang konsumtif melakukan konsumsi tidak untuk penuhi kebutuhan, namun untuk penuhi keinginan, sehingga membuat pemborosan serta pengeluaran yang tidak tepat (Yudasella & Krisnawati, 2019). Bersumber pada uraian tersebut, dapat dibuat kesimpulan bahwa perilaku konsumtif ialah suatu perilaku seseorang yang melakukan kegiatan belanja ataupun mengonsumsi jasa serta barang berlebihan yang tidak bersumber pada alasan yang masuk akal. Faktor keinginan lebih penting dari pada faktor kebutuhan yang hendak memunculkan pemborosan serta kecemasan.

Variabel perilaku konsumtif diukur Menggunakan 5 indikator dari pendapat Sumartono (2002) yaitu Membeli produk karena tawaran hadiah, Membeli produk karena dikemas secara menarik, Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi, Menggunakan produk karena kesesuaian model iklan, dan Mencoba lebih dari dua produk serupa (merek berbeda). Indikator ini digunakan karena akan menggambarkan bagaimana seseorang memiliki perilaku yang konsumtif. Jika seseorang melakukan konsumsi tidak berdasarkan suatu kebutuhan maka orang tersebut memiliki perilaku konsumtif.

METODOLOGI

Metode deskriptif secara kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Pengambilan data penelitian memakai kuesioner yang selanjutnya dianalisis dengan bantuan aplikasi SPSS 26. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa D3/S1 pengguna dompet digital yang sedang menempuh pendidikan di salah satu perguruan tinggi di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan jenis populasi *infinite* (tidak terbatas) karena jumlah mahasiswa di Kota Surakarta yang memakai dompet digital tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

Jumlah besaran sampel dihitung menggunakan rumus *Unknown Population*. Dengan rumus tersebut maka dapat diukur besarnya sampel yaitu sebanyak 384,16 atau dibulatkan menjadi 385 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel memakai *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan kriteria yaitu mahasiswa di Kota Surakarta yang menggunakan dompet digital untuk berbelanja dan menggunakan promo yang ditawarkan pada dompet digital.

Penelitian ini memakai uji validitas *product moment* dan *cronbach alpha* untuk uji reliabilitasnya. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan uji prasyarat yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas serta uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji F

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

1. Uji Prasyarat

Uji *Kolmogorov-smirnov* digunakan untuk uji normalitas dan didapati nilai signifikansi *Unstandardized Residual* 0,197. Hasil tersebut $>0,05$ yang bisa diartikan data penelitian berdistribusi normal. Uji linearitas penelitian ini mendapati nilai signifikansi *Deviation from Linearity* dari variabel dompet digital sebesar 0,094 serta literasi keuangan sebesar 0,086. Nilai tersebut $>0,05$ maka bisa berarti ditemukan hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil uji multikolinearitas penelitian ini juga mendapati nilai *Tolerance* 0,955 serta nilai VIF 1,047. Hasil *Tolerance* $>0,10$ serta nilai VIF $<10,00$ maka bisa diartikan tidak ada permasalahan multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan *Rank Spearman* dan didapati nilai signifikansi *Unstandardized Residual* variabel dompet digital 0,298 serta literasi keuangan 0,995. Nilai signifikansi *Unstandardized Residual* tersebut $>0,05$ maka bisa diartikan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1,973	0,221		8,923	0,000
Dompet Digital (X1)	0,349	0,041	0,409	8,532	0,000
Literasi Keuangan (X2)	-0,123	0,048	-0,123	-2,555	0,011

Tabel 2 menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda. Dari tabel tersebut didapati nilai konstanta 1,973. Hal ini mengartikan apabila variabel dompet digital serta literasi keuangan memiliki nilai 0 maka nilai perilaku konsumtif sebesar 1,973. Nilai koefisien regresi dompet digital didapati 0,349 mengartikan dompet digital mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif akan bertambah 0,349 ketika dompet digital mengalami kenaikan sebesar satu. Nilai koefisien regresi literasi keuangan didapati -0,123 mengartikan literasi keuangan mempunyai pengaruh negatif kepada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif akan berkurang sebesar -0,123 ketika literasi keuangan mengalami kenaikan sebesar satu.

Hasil uji t variabel dompet digital mendapatkan nilai sig. 0,000 serta nilai t_{hitung} 8,532. Nilai signifikansi dompet digital $<0,05$ serta nilai $t_{hitung} >1,966$ (t_{tabel}), sehingga bisa disimpulkan ada pengaruh positif signifikan dompet digital kepada perilaku konsumtif. Variabel literasi keuangan mendapatkan hasil uji t dengan nilai sig. 0,011 serta nilai t_{hitung} -2,555. Nilai signifikansi literasi keuangan $<0,05$ serta nilai $t_{hitung} >1,966$ (t_{tabel}) sehingga bisa disimpulkan ada pengaruh negatif signifikan literasi keuangan kepada perilaku konsumtif.

Hasil uji F memperoleh F_{hitung} 36,697 serta nilai signifikansinya 0,000. $F_{hitung} > 3,019$ (F_{tabel}) serta nilai signifikansinya $< 0,05$ maka bisa ditarik kesimpulan ada pengaruh dompet digital serta literasi keuangan secara simultan kepada perilaku konsumtif.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji hipotesis menyatakan terdapat pengaruh positif signifikan dompet digital kepada perilaku konsumtif. Dibuktikan dengan hasil uji t yang menghasilkan t_{hitung} $8,532 > 1,966$ (t_{tabel}) serta nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Koefisien regresi dompet digital 0,349 yang dapat diartikan perilaku konsumtif akan bertambah 0,349 ketika dompet digital mengalami kenaikan sebesar satu. Dengan demikian bisa ditarik kesimpulan dompet digital memiliki pengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Fauziah & Nurhasanah (2020) yang menjelaskan dompet digital memiliki dampak signifikan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dompet digital dalam penelitian ini meliputi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Mujahidin & Astuti (2020) juga mengatakan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat dompet digital mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa kemudahan dan manfaat dompet digital dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa dompet digital mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta, yang berarti ketika pemakaian dompet digital tinggi maka perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh kondisi di lapangan dengan kuesioner yang menunjukkan variabel dompet digital memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Berikut uraian dari hasil kuesioner dompet digital menggunakan dua indikator:

- a. Berdasarkan indikator *Perceived ease of use* yang terdiri dari tiga pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang menggunakan dompet digital dimudahkan dalam bertransaksi atau berbelanja di mana saja. Kemudahan menyimpan uang di dompet digital ini membuat mahasiswa memiliki kecenderungan untuk berbelanja memenuhi keinginannya. Hal ini menimbulkan perilaku yang konsumtif pada mahasiswa.
- b. Berdasarkan indikator *Perceived usefulness* yang terdiri dari tiga pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang menggunakan dompet digital merasa terbantu saat berbelanja. Belanja menggunakan dompet digital dinilai lebih efisien dibandingkan dengan menggunakan uang tunai. Kenyamanan menggunakan dompet digital ini membuat mahasiswa berbelanja mengikuti keinginannya dan cenderung berperilaku konsumtif.

Namun tidak semua transaksi atau belanja menggunakan dompet digital merupakan suatu perilaku yang konsumtif. Bisa saja mahasiswa menggunakan dompet digital untuk memenuhi kebutuhannya, seperti membeli kuota internet untuk menunjang perkuliahan.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji hipotesis menyatakan ada pengaruh negatif signifikan literasi keuangan kepada perilaku konsumtif. Dibuktikan dengan hasil uji t yang menghasilkan t_{hitung} $-2,555 > 1,966$ (t_{tabel}) serta nilai signifikansi $0,011 < 0,05$. Koefisien regresi literasi keuangan $-0,123$ yang bisa diartikan perilaku konsumtif akan berkurang $-0,123$ ketika literasi keuangan meningkat sebesar satu. Dengan demikian bisa ditarik kesimpulan literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dikria & Widjaja (2016); Tibrisi et al. (2020); dan Sari et al. (2020) yang mengatakan literasi keuangan mempunyai pengaruh

negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Literasi keuangan dalam penelitian ini meliputi *general knowledge*, *savings and loans*, *insurance*, dan *investment*. Dengan pemahaman yang baik mengenai keuangan mahasiswa akan memiliki perilaku konsumtif yang rendah. Dikria & Widjaja (2016) mengatakan literasi keuangan yang baik membuat mahasiswa selektif dalam melakukan konsumsi, kebutuhan akan menjadi prioritas mereka dan keinginan akan dikesampingkan. Literasi keuangan akan menjadikan mahasiswa memiliki pola konsumsi yang baik. Hal ini membuktikan bahwa literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh kondisi di lapangan dengan kuesioner yang menunjukkan variabel literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Berikut uraian dari hasil kuesioner literasi keuangan menggunakan empat indikator:

- a. Berdasarkan indikator *general knowledge* yang terdiri dari dua pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman dasar keuangan yang baik akan terhindar dari pemborosan dan perilaku konsumtif. Mahasiswa akan menyimpan catatan keuangannya dan membuat rencana kebutuhan agar terhindar dari perilaku konsumtif.
- b. Berdasarkan indikator *saving and loans* yang terdiri dari dua pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman mengenai tabungan dan pinjaman akan terhindar dari perilaku konsumtif. Mahasiswa akan menyisihkan uang saku mereka agar memiliki tabungan dan terhindar dari pengeluaran tidak penting.
- c. Berdasarkan indikator *insurance* yang terdiri dari dua pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang paham mengenai konsep asuransi akan terhindar dari pemborosan dan perilaku konsumtif. Mahasiswa akan sadar pentingnya asuransi untuk melindungi diri atau kendaraan dari kerugian dibanding menghabiskan keuangannya untuk hal yang tidak dibutuhkan.
- d. Berdasarkan indikator *investment* yang terdiri dari dua pernyataan menunjukkan bahwa mahasiswa yang paham mengenai konsep investasi akan terhindar dari pemborosan dan perilaku konsumtif. Mahasiswa akan lebih memilih merencanakan dan melaksanakan program investasi dari pada menghabiskan uang untuk belanja hal yang kurang dibutuhkan.

3. Pengaruh Dompot Digital dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji hipotesis menyatakan ada pengaruh secara simultan dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Dibuktikan dengan hasil uji F yang menghasilkan $F_{hitung} 36,697 > 3,019$ (F_{tabel}) serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka bisa ditarik kesimpulan dompet digital serta literasi keuangan mempunyai pengaruh secara simultan kepada perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Besar kemampuan dompet digital serta literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah 16,1%. Variabel lain di luar penelitian ini mempengaruhi 83,9% sisanya.

Hasil penelitian ini didukung oleh kondisi di lapangan dengan kuesioner yang menunjukkan bahwa dompet digital dengan indikator *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* serta variabel literasi keuangan dengan indikator *general knowledge*, *saving and loans*, *insurance*, dan *investment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Dompot digital dan literasi keuangan secara simultan akan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan penggunaan dan manfaat dompet digital membantu seseorang dalam bertransaksi. Hal tersebut mengubah pola konsumsi masyarakat terutama kalangan mahasiswa yang mahir menggunakan *smartphone*. Jika penggunaan dompet digital didukung dengan literasi keuangan yang baik akan mengontrol mahasiswa dari penggunaan dompet digital untuk hal konsumtif. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik dapat mengatur keuangannya menggunakan dompet digital. Mahasiswa dapat

memanfaatkan fitur yang terdapat pada dompet digital untuk mengatur keuangannya seperti fitur pengelolaan tabungan, investasi, dan asuransi.

Berdasarkan fenomena tersebut maka dapat disimpulkan dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Namun kemampuan dompet digital dan literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta terbilang cukup kecil. Kedua variabel ini hanya mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 16,1%. Hal ini bisa dikarenakan mahasiswa yang berbelanja menggunakan dompet digital belum tentu untuk kegiatan konsumtif atau mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik tetap memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1). Dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta. 2). Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. 3). Dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, J. M., & Gopalan, L. V. (2018). E-Wallet Payment: Swot Analysis from Customer Perception. *International Journal of Recent Research Aspects*, 155–158.
- Andriani, D., & Nugraha, N. (2018). Spending habits and financial literacy based on gender on employees. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 407(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/407/1/012089>
- Chen, H., & Volpe, R. (2002). Gender Differences in Personal Financial Literacy among College Students. *Financial Services Review*, 11(3), 289.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Dikria, O., & Widjaja, S. . (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 128–139.
- Fauziah, N., & Nurhasanah, N. (2020). the Effect of the Perception of Electronic Money on Consumptive Behavior of Stei Sebi Students. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 63–84. <https://doi.org/10.46899/jeps.v8i1.176>
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 239–250.
- Halimatussakdiyah, Martono, S., & Sudarma, K. (2019). Influence of Life Style and Financial Literacy to Consumptive Behavior Through Self Control of Unisnu FEB College Students Jepara. *Journal Of Economic Education*, 8(1), 75–80.
- Hidayatinnisa, N., Fauziah, Trivena, S. M., & Aini, Y. N. (2021). The Effect of Financial Literacy and Financial Inclusion on Economic Growth in Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan*, 7(2), 339–359. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v7vi2.1539>
- Kamil, I., & Istianingsih. (2020). Spending Behavior as an Impact of Lifestyle and Financial Literation in the Intensity of use of Mobile Payment Services. *TEST Engineering & Management*, 83, 29120–29132.
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Penyebaran pengguna digital wallet di indonesia berdasarkan google trends analytics. *INOVASI*, 17(2), 377–385.
- Mujahidin, A., & Astuti, R. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif

- Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 143–150. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- OECCD. (2017). *PISA 2015 Assessment and Analytical Framework: Science, Reading, Mathematic, Financial Literacy and Collaborative Problem Solving* (Revised ed). OECD Publishing. <https://doi.org/dx.doi.org/10.1787/9789264281820-en>
- OJK. (2020). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*. [www.Ojk.Go.Id](http://www.ojk.go.id). <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>
- Riyanto, Firmansyah, R., Kartono, R., & Sundjaja, A. (2020). Factors affecting the use of E-Wallet in JABODETABEK Area. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 9(2), 1005–1012. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2020/17922020>
- Sari, D. E., Tiara, Narimo, S., & Saputra, R. C. (2020). The effect of financial literacy and pocket money on consumer behavior of universitas muhammadiyah surakarta (Ums) students. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 4235–4237.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan*. Alfabeta.
- Tibrisi, A. S. A., Hasan, M., Dinar, M., Mustari, & Ahmad, M. I. S. (2020). *The Effect of the Intensity of Accessing Instagram and Financial Literacy on the Consumptive Behavior : a Research Study*. 3(5), 26–31.
- Tomášková, H., Mohelská, H., & Němcová, Z. (2011). Issues of financial literacy education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 28, 365–369. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.069>
- Wulantika, L., & Zein, S. R. (2020). E-Wallet Effects on Community Behavior. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 879(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012121>
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa sekolah menengah atas di kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687.

ANALISIS DETERMINAN INVESTASI DI INDONESIA

¹Nunung Emalya Putri, ²Alpon Satrianto

Universitas Negeri Padang

nunungemalyaputri@gmail.com, alponsatrianto@fe.unp.ac.id

Abstract

This study aims to determine and analyze the extent of the influence of human development, labor, infrastructure and inflation indices on investment in Indonesia. This type of research is descriptive and associative research using a quantitative approach. The data used in this study are panel data with the 2016-2020 time series and cross sections of 34 provinces in Indonesia, which are sourced from BPS. The analytical method used is the classen typology and multinomial logistic regression. The results showed that: (1) the human development index variable had a positive and significant effect on investment in the classification of fast-developing and fast-growing and depressed areas, while it had a positive and insignificant effect on rapidly developing regions (2) the labor variable had a negative and significant effect on investment in the classification of fast-developed and fast-growing, depressed and rapidly developing regions (3) the infrastructure variable has a negative and significant effect on fast-developing and fast-growing regions, while a negative and insignificant effect on depressed and rapidly developing developed areas. (4) inflation has no significant effect on investment in the classification of fast-developed and fast-growing, depressed and fast-developing regions.

Keywords : Investment, Human Development Index, Labor, Infrastructure, and Inflation.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana pengaruh indeks pembangunan manusia, tenaga kerja, infrastruktur dan inflasi terhadap investasi di Indonesia. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data panel dengan time series tahun 2016-2020 dan cross section 34 provinsi di Indonesia yang bersumber dari BPS. Metode analisis yang digunakan yaitu tipologi klassen dan regresi logistik multinomial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel indeks pembangunan manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap investasi pada klasifikasi daerah cepat maju dan cepat tumbuh dan maju tertekan, sementara berpengaruh positif dan tidak signifikan pada daerah berkembang pesat (2) variabel tenaga kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap investasi pada klasifikasi daerah cepat maju dan cepat tumbuh, maju tertekan dan berkembang pesat (3) variabel infrastruktur berpengaruh negatif dan signifikan pada daerah cepat maju dan cepat tumbuh, sementara berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada daerah maju tertekan dan berkembang pesat. (4) inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap investasi pada klasifikasi daerah cepat maju dan cepat tumbuh, maju tertekan dan berkembang pesat.

Kata kunci : Investasi, Indeks Pembangunan Manusia, Tenaga Kerja, Infrastruktur, dan Inflasi.

PENDAHULUAN

Investasi atau penanaman modal adalah pengeluaran-pengeluaran untuk membeli barang-barang modal dan peralatan-peralatan produksi dengan tujuan untuk menambah atau mengganti barang-barang modal dalam perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa di masa yang akan datang. Investasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu daerah (Orisu et al., 2018). Investasi penting di suatu negara dikarenakan besarnya pendapatan perkapita suatu daerah yang merupakan ukuran dari kesejahteraan masyarakat ditentukan dari besar kecilnya investasi yang ada di daerah tersebut (Adry, 2013). Selain itu, dengan adanya

investasi dapat meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi yang pada gilirannya juga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja.

Indonesia adalah salah satu negara yang masih tergolong ke dalam negara yang sedang berkembang. Negara yang sedang berkembang dicirikan dengan pendapatan perkapita rendah, taraf hidup masyarakat rendah, produktifitas rendah dan investasi rendah (Jhingan, 2012). Karakteristik negara berkembang tersebut menyebabkan sulitnya negara berkembang untuk dapat mencapai pembangunan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi. Sehingga pemerintah selalu berupaya untuk meningkatkan pendapatan nasional melalui investasi yang mana merupakan salah satu sumber utama penggerak ekonomi negara (Jannah & Asnawi, 2019).

Setiap daerah di Indonesia mempunyai karakteristik yang berbeda baik dari segi sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun dari segi kultur atau kebudayaan. Perbedaan ini akan berpengaruh pada sisi ekonomi yang menyebabkan pembangunan dan pertumbuhan daerah juga mengalami perbedaan yang pada akhirnya akan menimbulkan masalah ketidakmerataan atau ketimpangan (Riandoko Adi Kurniawan & Sugiyanto, 2013). Ketimpangan pembangunan salah satunya disebabkan karena ketidakmerataan alokasi investasi, baik investasi pemerintah maupun investasi swasta (Sjafrizal, 2014a). Sehingga dengan ketidakmerataan tersebut menimbulkan adanya daerah maju dan daerah tertinggal (Sjafrizal, 2014b). Berikut tabel perkembangan realisasi penanaman modal dalam negeri (PMDN) berdasarkan lokasi di Indonesia dari tahun 2016-2020 :

Tabel 1
Realisasi Investasi PMDN Menurut Provinsi di Indonesia
Tahun 2016-2020 (Milyar Rupiah)

No.	Provinsi	2016	2017	2018	2019	2020
1	Aceh	2.456	783	970	3.607	8.241
2	Sumatera Utara	4.864	11.684	8.372	19.749	18.190
3	Sumatera Barat	3.796	1.517	2.309	3.027	3.106
4	Riau	6.614	10.830	9.056	26.292	34.118
5	Jambi	3.884	3.007	2.877	4.437	3.512
6	Sumatera Selatan	8.534	8.200	9.520	16.921	15.825
7	Bengkulu	949	297	4.903	5.458	5.399
8	Lampung	6.032	7.015	12.315	2.429	7.121
9	Kep. Bangka Belitung	2.202	1.735	3.113	2.915	1.864
10	Kep. Riau	493	1.398	4.386	5.656	14.249
11	DKI Jakarta	12.217	47.262	49.097	62.095	42.955
12	Jawa Barat	30.360	38.391	42.278	49.284	51.401
13	Jawa Tengah	24.070	19.866	27.475	18.655	30.606
14	DI Yogyakarta	949	295	6.132	6.299	2.683
15	Jawa Timur	46.332	45.045	33.333	45.453	55.661
16	Banten	12.426	15.142	18.638	20.708	31.146
17	Bali	482	593	1.549	7.393	5.433
18	Nusa Tenggara Barat	1.343	5.414	4.135	3.519	6.582
19	Nusa Tenggara Timur	822	1.082	4.246	3.753	3.029
20	Kalimantan Barat	9.016	12.381	6.591	7.699	9.257
21	Kalimantan Tengah	8.179	3.038	13.092	8.592	3.710
22	Kalimantan Selatan	6.163	2.982	9.975	10.061	4.286
23	Kalimantan Timur	6.885	10.980	25.942	21.952	25.934
24	Kalimantan Utara	3.346	853	1.357	4.401	2.235
25	Sulawesi Utara	5.070	1.488	4.320	8.260	3.006
26	Sulawesi Tengah	1.081	1.930	8.489	4.439	5.261
27	Sulawesi Selatan	3.335	1.969	3.276	5.673	9.142
28	Sulawesi Tenggara	1.794	3.149	1.603	3.827	2.866
29	Gorontalo	2.203	888	2.667	844	684
30	Sulawesi Barat	84	660	3.144	1.187	253
31	Maluku	11	52	1.014	283	475
32	Maluku Utara	9	1.151	2.276	683	662
33	Papua Barat	11	59	51	380	1.925
34	Papua	221	1.218	105	568	2.722
	Indonesia	216.231	262.351	328.605	386.498	413.536

Sumber : Badan Pusat Statistik

Melihat dari tabel 1 persebaran realisasi investasi PMDN berdasarkan provinsi yang ada di Indonesia pada kurun waktu 2016-2020 tampak tidak merata. Dari tahun 2016-2020 dilihat bahwa Provinsi DKI Jakarta, Jawa Timur, dan Jawa Barat selalu masuk dalam 5 besar penyumbang PMDN. Pada kurun waktu yang sama daerah di luar Jawa yang masuk ke dalam 5 besar penyumbang PMDN yaitu Kalimantan Timur: tahun 2018 dan 2019, Riau: tahun 2019 dan 2020. Jika dilihat secara keseluruhan dari tahun 2016-2020 Provinsi DKI Jakarta memang menjadi kawasan paling tinggi menerima akumulasi modal yaitu sebesar 13,66 % dari total investasi PMDN di Indonesia, kemudian disusul oleh Provinsi Jawa Barat dengan 12,67 % , dan Provinsi Jawa Timur dengan 11,91 %. Kondisi ini menggambarkan bahwa terdapat ketidakmerataan akumulasi modal di Indonesia yang mana daerah Jawa lebih banyak menerima akumulasi modal daripada daerah-daerah lain yang ada di Indonesia.

Adanya kesenjangan akumulasi modal atau investasi antara daerah satu dengan yang lainnya akan mengakibatkan masalah ketimpangan pembangunan antar wilayah juga semakin tinggi. Hal ini dikarenakan investasi juga merupakan salah satu faktor penyokong pembangunan ekonomi. Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada investasi di Indonesia maka penting untuk dikaji apa saja faktor yang dapat mempengaruhi investasi di Indonesia dan bagaimana penyebaran investasi di Indonesia.

Melihat dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan mengkaji secara mendalam sejauh mana pengaruh indeks pembangunan manusia, tenaga kerja, infrastruktur dan inflasi terhadap investasi di Indonesia dengan mengangkat judul “Analisis Determinan Investasi di Indonesia”.

LANDASAN TEORI

Investasi

Berdasarkan teori yang dikembangkan secara sederhana oleh Lutfi dan Hendrian (2012), investasi didefinisikan sebagai setiap tindakan yang bersifat menunda penggunaan dana untuk konsumsi pada saat ini, pada masa yang akan datang guna memperoleh peningkatan kesejahteraan dan/atau kekayaan dalam ukuran keuangan. Menurut Jones et al. (2009), investasi dapat didefinisikan sebagai komitmen suatu dana atas keperuntukan satu atau lebih aset yang akan dimiliki selama beberapa periode waktu mendatang, sehingga investasi digambarkan sebagai suatu tindakan investor atas sejumlah dana atau aktiva-aktiva lainnya yang akan ditempatkan pada saat ini untuk jangka waktu tertentu ke masa yang akan datang guna memperoleh hasil atau pengembalian. Dapat disimpulkan bahwa investasi merupakan suatu bentuk pengorbanan kekayaan di masa sekarang untuk mendapatkan keuntungan di masa depan dengan tingkat resiko tertentu.

Teori Investasi

Model standar investasi tetap bisnis disebut model investasi Neo-Klassik (*neoclassical model of investment*). Menurut Jorgenson (1967), konsep awal terkait teori investasi dalam pandangan neo-klasik ialah terkait masalah optimasi perusahaan, yakni memaksimalkan keuntungan pada setiap periode akan menghasilkan persediaan modal yang optimal. Hal tersebut diasumsikan bahwa fungsi produksi dapat ditulis sebagai fungsi Cobb-Douglas konvensional, sebagai berikut:

$$Y(t) = f(K(t), L(t)) = AK^\alpha L^{1-\alpha} \dots \dots \dots (1)$$

di mana $Y(t)$ adalah output perusahaan, K adalah modal dan L menunjukkan tenaga kerja, semuanya dalam periode waktu t . Disisi lain, Fungsi laba untuk perusahaan perwakilan kemudian dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$(t) = p(t)Y(t) - s(t)I(t) - w(t)L(t) \dots \dots \dots (2)$$

$\pi(t)$ menunjukkan laba, $p(t)$ adalah harga output, $s(t)$ adalah harga modal dan $w(t)$ adalah upah.

Berdasarkan persamaan $pf'_K = c$ yang dikembangkan oleh Eklund (2013) tersebut, maka saat ini dapat digunakan untuk menurunkan persediaan modal yang optimal, K^* , dan fungsi investasi. Dengan menggunakan teknologi Cobb-Douglas produk marjinal modal menjadi:

$$\frac{\partial Y}{\partial K} = f'_K = \alpha K^{\alpha-1} L^{1-\alpha} \dots \dots \dots (3)$$

yang selanjutnya dapat dinyatakan sebagai:

$$\frac{\partial Y}{\partial K} = \frac{\alpha Y}{K} \dots \dots \dots (4)$$

Mengalikan dengan p_t dan mengingat persamaan $pf'_K = c$, maka dapat diperoleh:

$$p \frac{\alpha Y}{K} = c \dots \dots \dots (5)$$

Melalui penyelesaian atas modal K , maka akan diperoleh hasil untuk persediaan modal optimal:

$$K^\Phi = \frac{p\alpha Y}{c} \dots \dots \dots (6)$$

Sekarang dapat dengan mudah untuk menggambarkan bahwa K^Φ bergantung terhadap output, harga output dan pengguna biaya modal, c . Dengan demikian, investasi menjadi perubahan modal antara dua periode, yakni:

$$I = \frac{p\alpha Y}{c} - K^\Phi(t - \tau) \dots \dots \dots (7)$$

Beberapa hal yang perlu diperhatikan menurut Eklund (2013), dimana mengasumsikan bahwa $K(t)$ menyesuaikan seketika dan sepenuhnya ke K^Φ . Dengan asumsi bahwa penyesuaian terhadap persediaan modal optimal hanya sebagian setiap periode, hal ini dapat dimasukkan ke dalam persamaan $I = \frac{p\alpha Y}{c} - K^\Phi(t - \tau)$ dengan memperkenalkan parameter penyesuaian yang bergantung pada perbedaan antara modal aktual dan yang diinginkan seperti yang dijabarkan oleh Muller (2003).

Hal ini disebabkan, teori neoklasik mengasumsikan bahwa modal menyesuaikan segera dan sepenuhnya dengan persediaan modal yang diinginkan, fungsi investasi pada dasarnya dihilangkan, dimana investasi hanya didefinisikan sebagai aliran dari waktu ke waktu; dalam hal ini berarti investasi adalah aliran antara $t-\tau$ dan t .

Tipologi Klassen

Tipologi kelas adalah suatu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui gambaran tentang pola dan struktur pertumbuhan ekonomi daerah. Pengelompokan daerah pada tipologi kelas biasanya menggunakan dua indikator utama yaitu laju pertumbuhan daerah dan pendapatan perkapita daerah. Dengan menggunakan rata-rata pertumbuhan ekonomi sebagai sumbu vertical dan rata-rata pendapatan perkapita sebagai sumbu horizontal maka diperoleh 4 kelompok daerah yang dapat diamati dengan klasifikasi yaitu : daerah cepat maju dan cepat tumbuh (*high growth dan high income*), daerah maju tapi tertekan (*high income but low growth*), daerah berkembang cepat (*high growth but low income*) dan daerah relatif tertinggal (*low growth and low income*) (Kuncoro, 2015). Dalam penelitian ini, tipologi kelas daerah menggunakan dua indikator utama yaitu pertumbuhan ekonomi sebagai sumbu vertical dan rata-rata investasi perkapita sebagai sumbu horizontal. Dua indikator ini juga digunakan dalam penelitian Briwantara (2018) dan Khosiyatillah (2021). Dari dua indikator tersebut maka akan diperoleh klasifikasi daerah dalam tabel berikut.

Tabel 2 Tipologi Daerah Dengan Indikator Pertumbuhan Ekonomi dan Investasi Perkapita

Investasi Perkapita (i)	($i_1 > i$)	($i_1 < i$)
Pertumbuhan Eko (r)		
($r_1 > r$)	<i>Daerah cepat maju dan cepat tumbuh</i>	<i>Daerah berkembang cepat</i>
($r_1 < r$)	<i>Daerah maju tapi tertekan</i>	<i>Daerah relatif tertinggal</i>

Sumber : Briwantara (2018)

Kriteria yang digunakan untuk membagi daerah provinsi dalam penelitian ini yaitu :

1. Daerah cepat maju dan cepat tumbuh (*high growth dan high investment*) yaitu daerah yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi tinggi dan investasi yang lebih tinggi dibanding rata-rata provinsi di Indonesia.
2. Daerah maju tapi tertekan (*low growth but high investment*) yaitu daerah yang memiliki investasi lebih tinggi, tetapi tingkat pertumbuhan ekonominya lebih rendah dibanding rata-rata provinsi.
3. Daerah berkembang cepat (*high growth but low investment*) yaitu daerah yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi tetapi tingkat investasi lebih rendah dibanding rata-rata provinsi di Indonesia.
4. Daerah relatif tertinggal (*low growth and low investment*) yaitu daerah yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi dan investasi yang lebih rendah dibanding rata-rata provinsi di Indonesia.

Indeks Pembangunan Manusia

Indeks Pembangunan Manusia merupakan suatu indeks yang menggambarkan kemakmuran masyarakat. IPM terdiri dari 3 unsur yaitu daya beli (*pendapatan*), pendidikan dan kesehatan masyarakat. IPM menggambarkan tinggi rendahnya kemampuan masyarakat untuk bekerja. Apabila IPM suatu daerah tinggi maka bisa diasumsikan bahwa tenaga kerja yang ada di daerah tersebut berkualitas dan mempunyai skill dalam bekerja dan begitu sebaliknya. Masyarakat atau penduduk yang mempunyai skill dan kemudian mampu menawarkan keahlian dan kemampuannya di sektor produksi maka akan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan di sektor produksi. Hal ini tentu saja dapat menarik calon investor domestik ataupun dalam negeri untuk menginvestasikan dana-dananya ke sektor produksi tersebut. Dari penelitian Astrid dan Soejapdo (2020) mengasumsikan bahwasannya ada hubungan yang positif antara IPM terhadap investasi. Dasar dari asumsi tersebut ialah jika Indonesia atau suatu wilayah memiliki pertumbuhan ekonomi yang baik dan sumber daya manusia yang baik, maka akan meningkatkan minat investor asing atau dalam negeri untuk berinvestasi di wilayah tersebut.

Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah penduduk yang bekerja dan memasuki usia kerja dengan batas bawah usia 15 tahun dan batas atas usia 65 tahun. Tenaga kerja terdiri dari dua kategori yaitu angkatan kerja dan bukan angkatan kerja (Suparmoko, 2002).

Investasi di suatu daerah juga ditentukan oleh tersedianya tenaga kerja. Jika tenaga kerja di suatu daerah banyak maka akan mendorong minat investor untuk berinvestasi. Adanya tenaga kerja tidak menyulitkan investor untuk mencari sumber daya manusia yang akan digunakan sebagai faktor produksi dalam kegiatan penanaman modal. Begitu sebaliknya, jika jumlah angkatan kerja yang tersedia di suatu wilayah sedikit, maka akan mengurangi investasi yang ada di daerah tersebut. Investor akan lebih cenderung tertarik untuk berinvestasi pada tempat yang produktifitas tinggi yang nantinya dapat memberikan keuntungan lebih besar (Muhammad Syaikhu & Haryati, 2018). Penggunaan variabel tenaga kerja berdasarkan studi mengenai investasi yang menyatakan bahwa MNCs lebih

tertarik untuk datang ke suatu daerah yang ketersediaan jumlah tenaga kerja yang banyak dan murah (Bagchi-Sen & Hayter, 2001).

Infrastruktur

Menurut Sari (2017) infrastruktur merujuk pada sistem fisik dalam menyediakan transportasi, pengairan, drainase, bangunan-bangunan gedung dan fasilitas publik lain yang diperlukan untuk memperlancar kegiatan manusia dalam menjalankan aktivitas ekonomi dan sosial. Infrastruktur yang digunakan dalam penelitian ini adalah infrastruktur jalan. Infrastruktur jalan sangat penting untuk kelancaran dalam proses transportasi dan kemudahan distribusi barang atau jasa. Tanpa adanya infrastruktur yang memadai maka akan menghambat aktivitas distribusi dan produksi (Borrillo, 1994). Keterbatasan infrastruktur akan membuat para pengusaha tidak terdorong untuk mengeskpansi perusahaanya dan para investor juga tidak akan tertarik untuk mlakukan investasi. Alhasil akan berdampak pada penurunan PDRB atau pendapatan daerah. Dalam hal ini, hubungan yang dimiliki oleh infrastruktur terhadap investasi memiliki korelasi yang positif, ketika adanya perbaikan atas infrastruktur yang dimiliki oleh suatu negara mengalami peningkatan, maka hal tersebut dapat menjadi daya tarik kepada investor untuk melakukan investasi pada negara atau wilayah terkait. Hal tersebut akan berdampak pada kenaikan investasi, kondisi tersebut dipengaruhi oleh perspektif yang dimiliki oleh investor atas suatu negara yang memiliki kondisi infratraktur yang baik dan siap melakukan rencana investasi yang dimiliki oleh investor (Lardé dan Sánchez, 2014)

Inflasi

Inflasi merupakan kenaikan tingkat harga barang atau jasa secara umum dan terjadi secara terus-menerus (Lacey, 2016). Teori kuantitas sumber terjadinya inflasi dibagi menjadi dua macam yaitu : (1) inflasi karena tarikan permintaan (*demand pull inflation*);(2)inflasi karena dorongan penawaran (*cost push inflation*). Inflasi berpengaruh terhadap naik turunnya produksi. Hal ini disebabkan jika inflasi naik maka harga-harga barang ataupun jasa akan melambung tinggi, sehingga daya beli masyarakat akan turun. Jika daya beli masyarakat turun terhadap barang ataupun jasa, maka akan mengurangi keuntungan perusahaan. Berkurangnya keuntungan perusahaan akan mengurungkan niat investor untuk berinvestasi disebabkan sedikitnya keuntungan yang akan diperoleh dari biasanya. Kestabilan tingkat inflasi berpengaruh terhadap minat investor untuk berinvestasi. Menurut Nopirin (2012:26) investor cenderung berinvestasi pada wilayah dengan tingkat inflasi stabil. dalam penelitian yang dilakukan oleh Asab dan Al-Tarawneh (2018) pada kasus pelaksanaan investasi di negara Jordan, bahwa investasi dapat dipengaruhi oleh inflasi ketika tingkat inflasi mencapai ambang batas 10%. Hubungan yang harus dimiliki oleh inflasi terhadap investasi ialah berkorelasi negatif, dimana untuk meningkatkan investasi pada suatu negara atau wilayah tertentu, maka kondisi inflasi yang harus dimiliki harus lebih rendah dan sebaliknya, jika kondisi inflasi mengalami kenaikan maka akan berdampak pada penurunan tingkat investasi (Alshamsi et al., 2015).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis peneltian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada seluruh provinsi di Indonesia yang terdiri dari 34 provinsi. Data yang digunakan adalah data sekunder dalam bentuk data panel yaitu gabungan antara *data time series dan crossetional*. Untuk data time series dalam penelitian ini menggunakan data selama kurun waktu tahun 2016-2020, sedangkan *data cross sectioanal* adalah 34 provinsi di Indonesia.

Model Penelitian

Pada penelitian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh indeks pembangunan manusia, tenaga kerja, infrastruktur dan inflasi terhadap investasi di Indonesia menggunakan pendekatan tipologi klassen dan regresi logistik multinomial. Tipologi Klassen untuk mengklasifikasikan daerah mana yang masih kekurangan investasi. Kemudian dilanjutkan dengan menggunakan metode regresi logistik multinomial untuk menemukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi investasi di Indonesia. Model yang

digunakan adalah model regresi logistik multinomial, dengan spesifikasi model yang dimodifikasi dari model yang digunakan (Kuncoro, 2001) sebagai berikut.

$$D_4(x) = \beta_0 + \beta_1 IPM + \beta_2 TK + \beta_3 Infrastruktur + \beta_4 Inflasi \dots\dots\dots(2.8)$$

Dimana :

- D4 : Daerah berdasarkan posisi ekonomi
- IPM : indeks pembangunan manusia dengan satuan indeks
- TK : Jumlah tenaga kerja yang bekerja dengan satuan jiwa
- Infrastruktur : Infrastruktur Panjang jalan dalam keadaan dengan satuan km
- Inflasi : Inflasi dengan satuan persen
- $\beta_0 \dots n$: estimasi parameter

Definisi Operasional

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Investasi. Investasi adalah komitmen sejumlah dana pada suatu periode untuk mendapatkan pendapatan yang diharapkan di masa yang akan datang sebagai unit kompensasi. Data investasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah investasi PMDN perkapita yang diperoleh dari pembagian investasi PMDN dan jumlah penduduk.

Data investasi berskala nominal yang terdiri dari 4 kategori. Kategori didasarkan pada tipologi klassen antara investasi yang menggunakan data PMDN perkapita dinyatakan dalam satuan rupiah/jiwa dan pertumbuhan ekonomi dalam satuan persen. Berdasarkan tipologi klassen diperoleh 4 klasifikasi daerah berdasarkan investasi dan pertumbuhan ekonomi diantaranya : (1) Daerah cepat maju dan cepat tumbuh (*high growth dan high investment*) (2) Daerah maju tapi tertekan (*low growth but high investment*) (3) Daerah berkembang cepat (*high growth but low investment*) (4) Daerah relatif tertinggal (*low growth and low investment*).

Variabel Independen

Indeks Pembangunan Manusia

Indeks pembangunan manusia adalah suatu indeks yang menjelaskan bagaimana penduduk dapat mengakses hasil pembangunan dalam memperoleh pendapatan kesehatan, pendidikan dan sebagainya. Data dinyatakan dalam satuan indeks.

Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah penduduk yang bekerja dan memasuki usia kerja (15-65 tahun). Data tenaga kerja dalam penelitian ini adalah total tenaga kerja laki laki dan perempuan yang bekerja baik di perdesaan maupun di perkotaan. Data tenaga kerja diukur dalam satuan jiwa.

Infrastruktur

Infrastruktur yang digunakan dalam penelitian ini adalah infrastruktur jalan. Infrastruktur diukur dari panjang jalan provinsi dalam keadaan baik yang dinyatakan dalam satuan km.

Inflasi

Inflasi merupakan kenaikan tingkat harga yang terjadi secara terus-menerus yang mempengaruhi individu, pengusaha dan pemerintah. Data ini diukur dari inflasi yang dinyatakan dalam satuan persen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data Penelitian

Dalam melakukan regresi logistik multinomial, perlu dilakukan pengkategorian terhadap variabel investasi dengan menggunakan analisis tipologi klassen. Adapun hasil dari Tipologi Klassen dalam penelitian ini adalah digunakan untuk mengklasifikasikan daerah berdasarkan pertumbuhan ekonomi dan rata-rata investasi pmdn perkapita . Berikut adalah hasilnya analisis tipologi antar 34 Provinsi di Indonesia seperti terlihat pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2 Hasil Tipologi Klassen Investasi di 34 Provinsi Indonesia 2016-2020

<p>Kuadran I Pertumbuhan Tinggi dan Investasi Tinggi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bengkulu 2. DKI Jakarta 3. Kalimantan Tengah 4. Kalimantan Utara 5. Sulawesi Utara 	<p>Kuadran II Pertumbuhan Rendah, Tapi Investasi Tinggi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Riau 2. Kep. Bangka Belitung 3. Kep. Riau 4. Banten 5. Kalimantan Barat 6. Kalimantan Selatan 7. Kalimantan Timur
<p>Kuadran III Pertumbuhan Tinggi, Tapi Investasi Rendah</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumatera Selatan 2. DI Yogyakarta 3. Nusa Tenggara Timur 4. Sulawesi Tengah 5. Sulawesi Selatan 6. Sulawesi Tenggara 7. Gorontalo 8. Sulawesi Barat 9. Maluku 10. Maluku Utara 	<p>Kuadran IV Pertumbuhan Rendah dan Investasi Rendah</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aceh 2. Sumatera Utara 3. Sumatera Barat 4. Jambi 5. Lampung 6. Jawa Barat 7. Jawa Tengah 8. Jawa Timur 9. Bali 10. Nusa Tenggara Barat 11. Papua Barat 12. Papua

Sumber : Data Diolah

Hasil analisis tipologi klassen diatas berdasarkan indikator pertumbuhan ekonomi dan investasi perkapita diperoleh empat kuadran klasifikasi daerah. Daerah di Indonesia yang termasuk ke dalam kategori I, II, III dan IV dapat dilihat pada tabel 2 diatas.

Setelah melakukan pengkategorian variabel dependen yaitu investasi, selanjutnya dilakukan uji analisis regresi logistik multinomial . Metode analisis regresi logistik multinomial digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dimana variabel terikatnya bersifat *polychotomous* atau variabel dengan lebih dari dua kategori (Latan, 2014).

Hasil estimasi regresi logistik multinomial pada penelitian ini diolah menggunakan aplikasi STATA 14.0 dan memakai nilai signifikansi $\alpha = 0,05$. Berikut disajikan tabel yang merupakan hasil dari estimasi regresi logistik multinomial.

Tabel 3 Hasil Pendugaan Parameter, *Odd Ratio* Regresi Logistik Multinomial Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Investasi Berdasarkan Tipologi Klassen di Indonesia Tahun 2016-2020

Variabel	Cepat Maju dan CepatTumbuh				
	β	SE	Sig.	OR	dy/dx
Indeks Pembangunan Manusia	0.297	0.099	0.003	1.346	0.015
Tenaga Kerja	-1.973	0.424	0.000	0.139	-0.104
Infrastruktur	-0.901	0.409	0.028	0.405	-0.071
Inflasi	0.151	0.249	0.544	1.163	0.011
Konstanta	11.731	8.360	0.161	124416	
Variabel	Maju Tertekan				
	β	SE	Sig.	OR	dy/dx

Indeks Pembangunan Manusia	0.254	0.086	0.003	1.289	0.021
Tenaga Kerja	-1.041	0.287	0.000	0.352	-0.007
Infrastruktur	-0.370	0.375	0.324	0.690	-0.014
Inflasi	0.252	0.209	0.228	1.287	0.040
Konstanta	-1.463	7.488	0.845	0.231	
Variabel	Berkembang Pesat				
	β	SE	Sig.	OR	dy/dx
Indeks Pembangunan Manusia	0.094	0.068	0.169	1.099	-0.009
Tenaga Kerja	-1.278	0.275	0.000	0.278	-0.094
Infrastruktur	-0.108	0.385	0.778	0.896	0.037
Inflasi	-0.146	0.189	0.440	0.864	-0.047
Konstanta	13.003	6.251	0.035	444019	

Sumber : Stata 14 (diolah,2022)

Pada tabel 3 memperlihatkan tiga variabel yang signifikan pada kategori daerah cepat maju dan cepat tumbuh yaitu variabel indeks pembangunan manusia, tenaga kerja, dan infrastruktur. Kemudian pada kategori daerah maju tertekan memperlihatkan dua variabel yang signifikan yaitu indeks pembangunan manusia dan tenaga kerja. Kemudian pada kategori daerah berkembang pesat memperlihatkan satu variabel yang signifikan yaitu tenaga kerja.

Tabel 4 Uji G dan Koefisien Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi investasi pada daerah dengan Klasifikasi Tipologi Klassen di Indonesia Tahun 2016-2020

Pseudo R2	0,1883
LR statistic	85,48
Prob (LR statistic)	0,0000

Sumber : Stata 14 (diolah,2022)

Berdasarkan tabel 4 nilai koefisien determinan investasi di Indonesia yaitu sebesar 0,1883 sehingga dari ini dapat diketahui kontribusi variabel indeks pembangunan manusia (X_1), tenaga kerja (X_2), infrastruktur (X_3), dan inflasi (X_4) terhadap investasi berdasarkan tipologi kelas adalah sebesar 18,83 persen sedangkan sisanya 81,17 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Parameter

Uji Parsial (Wald Test)

Tabel 5 Uji Wald Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi investasi di Indonesia Tahun 2016-2020

Variabel	Maju Cepat Tumbuh		
	SE	Sig.	W
Indeks Pembangunan Manusia	0.099	0.003	3.00
Tenaga Kerja	0.424	0.000	-4.65
Infrastruktur	0.409	0.028	-2.20
Inflasi	0.249	0.544	0.61
Konstanta	8.360	0.161	1.40
Variabel	Maju Tertekan		
	SE	Sig.	W
Indeks Pembangunan Manusia	0.086	0.003	2.95
Tenaga Kerja	0.287	0.000	-3.63
Infrastruktur	0.375	0.324	-0.99
Inflasi	0.209	0.228	1.21
Konstanta	7.488	0.845	-0.20
Variabel	Berkembang Pesat		

	SE	Sig.	W
Indeks Pembangunan Manusia	0.068	0.169	1.38
Tenaga Kerja	0.275	0.000	-4.64
Infrastruktur	0.385	0.778	-0.28
Inflasi	0.189	0.440	-0.77
Konstanta	6.251	0.035	2.08

Sumber : Stata 14 (diolah,2022)

Analisis hasil variabel pada tabel 5 dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a) Indeks Pembangunan Manusia
Variabel indeks pembangunan manusia memiliki pengaruh signifikan dan tidak signifikan terhadap peluang ketiga kategori investasi di Indonesia berdasarkan tipologi klassen. Pada kategori daerah cepat maju dan cepat tumbuh dapat dilihat nilai sig. adalah $0.003 < \alpha = 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sementara pada kategori daerah maju tertekan dapat dilihat nilai sig $0.003 < \alpha = 0.05$. Kemudian pada kategori daerah berkembang pesat memiliki nilai sig $0.169 > \alpha = 0.05$ yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga, dapat diketahui bahwa indeks pembangunan manusia berpengaruh terhadap peluang investasi pada daerah cepat maju dan cepat tumbuh dan maju tertekan.
- b) Tenaga Kerja
Variabel tenaga kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap peluang ketiga kategori investasi di Indonesia berdasarkan tipologi klassen. Pada kategori daerah cepat maju dan cepat tumbuh dapat dilihat nilai sig. adalah $0.000 < \alpha = 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sementara pada kategori daerah maju tertekan dapat dilihat nilai sig $0.000 < \alpha = 0.05$. Kemudian pada kategori daerah berkembang pesat dapat dilihat nilai sig $0.000 < \alpha = 0.05$. Sehingga, dapat diketahui bahwa tenaga kerja berpengaruh terhadap peluang investasi pada daerah maju cepat tumbuh, maju tertekan, dan berkembang pesat.
- c) Infrastruktur
Variabel infrastruktur memiliki pengaruh signifikan dan tidak signifikan terhadap peluang ketiga kategori investasi di Indonesia berdasarkan tipologi klassen. Pada kategori daerah cepat maju dan cepat tumbuh dapat dilihat nilai sig. adalah $0.028 < \alpha = 0.05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Sementara pada kategori daerah maju tertekan dapat dilihat nilai sig $0.324 > \alpha = 0.05$. Kemudian pada kategori daerah berkembang pesat dapat dilihat nilai sig $0.778 > \alpha = 0.05$. Artinya, diketahui bahwa infrastruktur berpengaruh terhadap peluang investasi pada daerah cepat maju dan cepat tumbuh, Sementara pada daerah maju tertekan dan berkembang pesat infrastruktur tidak berpengaruh terhadap investasi
- d) Inflasi
Variabel inflasi memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap peluang ketiga kategori investasi di Indonesia berdasarkan tipologi klassen. Pada kategori daerah cepat maju dan cepat tumbuh dapat dilihat nilai sig. adalah $0.544 > \alpha = 0.05$ yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Sementara pada kategori daerah maju tertekan dapat dilihat nilai sig $0.228 > \alpha = 0.05$. Kemudian pada kategori daerah berkembang pesat dapat dilihat nilai sig $0.440 > \alpha = 0.05$. Sehingga, dapat diketahui bahwa inflasi tidak berpengaruh terhadap peluang investasi pada daerah cepat maju dan cepat tumbuh, maju tertekan, dan berkembang pesat.

Uji Serentak (Uji G)

Tabel 6 Hasil Uji Serentak atau Likelihood Ratio(G) Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi investasi pada daerah dengan Klasifikasi Tipologi Klassen di Indonesia Tahun 2016-2020

LR statistic	59.84
Prob. (LR statistic)	0.0000

Sumber : Stata 14 (diolah,2022)

Berdasarkan tabel 6 terlihat bahwa nilai probabilitas (LR statistic) adalah 0.0000 dengan taraf nyata 5 persen signifikan $0.0000 < \alpha = 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara bersama-sama variabel indeks pembangunan manusia, tenaga kerja, infrastruktur dan inflasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peluang investasi pada ketiga kategori daerah berdasarkan tipologi klassen di Indonesia.

Uji Kesesuaian Model (*Goodness Of Fit*)

Tabel 7 Hasil Uji *Goodness Of Fit*

Chi-Square	Sig.
85.48	0.161

Sumber :

Stata 14 (diolah,2022)

Dalam memilih model dengan fungsi penghubung dan variabel penjelas yang memiliki hasil yang paling cocok adalah menggunakan uji *goodness of fit* untuk membandingkan kecocokan dari model-model yang berbeda. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai variabel sig yaitu 0.161 yang artinya model fit (layak digunakan) karena $P\text{-Value} > \alpha = 0.05$.

PEMBAHASAN

Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia Terhadap Investasi

Berdasarkan hasil analisis data regresi logistik multinomial pada kategori daerah cepat maju dan cepat tumbuh dan daerah maju tertekan variabel indeks pembangunan manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap peluang investasi di daerah cepat maju&cepat tumbuh dan daerah maju tertekan dibandingkan daerah relatif tertinggal. Sementara pada kategori daerah berkembang pesat variabel indeks pembangunan manusia berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap peluang investasi di daerah berkembang pesat dibandingkan daerah relatif tertinggal. Dengan semakin tingginya indeks pembangunan manusia di daerah cepat maju dan cepat tumbuh maka menentukan peluang daerah tersebut memperoleh investasi adalah sebesar 1.346 kali lebih besar dibandingkan daerah relatif tertinggal. Sedangkan pada kategori daerah maju tertekan, dengan semakin tingginya indeks pembangunan manusia maka menentukan peluang daerah maju tertekan untuk memperoleh investasi adalah 1.289 kali lebih besar dibandingkan daerah relatif tertinggal. Kemudian pada kategori daerah berkembang pesat, dengan semakin tingginya indeks pembangunan manusia maka menentukan peluang daerah berkembang pesat untuk memperoleh investasi adalah sebesar 1.099 kali lebih besar dibandingkan daerah relatif tertinggal.

Hasil dari regresi logistik multinomial tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Caceres & Caceres (2015) yang menyatakan bahwa variabel indeks pembangunan manusia merupakan faktor yang signifikan dalam menentukan investasi Hal ini dilandasi karena pentingnya penduduk yang sehat dengan keterampilan dan pendidikan sebagai penentu investasi swasta. Jika semakin tinggi tingkat kualitas sumber daya manusia di suatu daerah menandakan daerah tersebut memiliki tenaga kerja yang terampil dan mempunyai skill sehingga hal ini akan menarik minat investor untuk berinvestasi. Selanjutnya hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Wiryananta, K., Safitri, R., & Prasetyo (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel indeks pembangunan manusia terhadap aliran masuk investasi disuatu Negara. Sementara itu bertentangan dengan penelitian Mahendra (2021) yang menyatakan bahwa HDI atau indeks pembangunan manusia tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap investasi.

Pengaruh Tenaga Kerja Terhadap Investasi

Berdasarkan hasil pengujian dengan analisis data regresi logistik multinomial pada kategori daerah cepat maju dan cepat tumbuh, maju tertekan dan berkembang pesat variabel tenaga kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap peluang investasi di daerah cepat maju dan cepat tumbuh, daerah maju tertekan, daerah berkembang pesat

dibandingkan daerah relatif tertinggal. Dengan semakin meningkatnya jumlah tenaga kerja yang berkerja di daerah cepat maju dan cepat tumbuh maka menentukan peluang daerah tersebut memperoleh investasi sebesar 0.139 kali lebih kecil dibandingkan daerah relatif tertinggal. Sedangkan dengan semakin meningkatnya jumlah tenaga kerja yang bekerja di daerah maju tertekan maka menentukan peluang daerah tersebut memperoleh investasi sebesar 0.352 kali lebih kecil dibandingkan daerah relative tertinggal. Dan dengan semakin meningkatnya jumlah tenaga kerja yang berkerja di daerah berkembang pesat maka menentukan peluang daerah tersebut memperoleh investasi sebesar 0.278 kali lebih kecil dibandingkan daerah relatif tertinggal. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis awal yang diajukan dimana pada hipotesis awal menyatakan bahwa tenaga kerja memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap investasi di Indonesia.

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Muhammad Syaikh & Haryati (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang negatif dan signifikan dari variabel tenaga kerja terhadap investasi di Indonesia. Hal ini diduga walaupun dengan meningkatnya jumlah tenaga kerja di suatu wilayah tetapi itu tidak akan berpengaruh pada meningkatnya investasi di Indonesia, karena dengan banyaknya tenaga kerja belum tentu dapat meningkatkan produksi perusahaan. Hasil penelitian sesuai dengan teori David Ricardo yaitu *the law diminishing return* yang mengungkapkan jika salah satu input selalu ditambahkan secara terus menerus dalam jumlah yang sama, maka mula-mula akan terjadi tambahan output yang lebih dari proporsional, tapi pada suatu titik hasil output yang diperoleh akan semakin berkurang. Berkurangnya output akan menurunkan pendapatan perusahaan yang juga akan berpengaruh pada menurunnya minat investor berinvestasi di Indonesia. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Rizal (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap investasi dalam negeri di Indonesia. Bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Firadlan et al (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan tenaga kerja terhadap investasi di Indonesia. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian Dwi Hastuti dan Nanang Ruslana (2013) dengan hasil bahwa tenaga Kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap investasi di Indonesia.

Hubungan negatif dan signifikan variabel tenaga kerja terhadap investasi di Indonesia dikarenakan terjadinya pandemi covid 19 yang ada di Indonesia pada tahun 2019 dan 2020 memberikan dampak yang negatif terhadap penurunan kualitas sumber daya manusia terutama kesehatan masyarakat Indonesia. Dengan rendahnya kualitas sumber daya manusia dan meningkatnya jumlah tenaga kerja yang bekerja mengurungkan niat investor untuk berinvestasi. Hal ini dikarenakan jika investor berinvestasi pada kondisi pandemic maka output perusahaan tidak akan meningkat dikarenakan kualitas kesehatan masyarakat yang menurun.

Pengaruh Infrastruktur Terhadap Investasi

Berdasarkan hasil pengujian dengan analisis data regresi logistik multinomial pada kategori daerah cepat maju & cepat tumbuh variabel infrastruktur berpengaruh negatif dan signifikan terhadap peluang investasi di daerah cepat maju & cepat tumbuh dibandingkan daerah relatif tertinggal. Sedangkan pada daerah maju tertekan dan berkembang pesat variabel infrastruktur berpengaruh negatif dan tidak signifikan dibandingkan daerah relative tertinggal. Semakin baik kondisi infrastruktur jalan di daerah cepat maju dan cepat tumbuh maka menentukan peluang daerah tersebut untuk memperoleh investasi sebesar 0.405 kali lebih kecil dibandingkan daerah relatif tertinggal. Sedangkan dengan semakin baik kondisi infrastruktur jalan di daerah maju tertekan maka menentukan peluang daerah tersebut untuk memperoleh investasi sebesar 0.690 kali lebih kecil dibandingkan daerah relatif tertinggal. Dan dengan semakin baiknya kondisi infrastruktur jalan di daerah berkembang pesat maka menentukan peluang daerah tersebut untuk memperoleh investasi sebesar 0.896 kali lebih kecil dibandingkan daerah relatif tertinggal. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis awal yang diajukan dimana pada hipotesis awal menyatakan bahwa infrastruktur memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap investasi di Indonesia.

Hasil logistik multinomial tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Salsiyah (2016) yang menyatakan bahwa infrastruktur panjang jalan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap investasi. Tidak berpengaruhnya infrastruktur jalan terhadap investasi dikarenakan kegiatan distribusi lebih cepat dan aman menggunakan transportasi udara atau laut serta para investor melihat lingkungan disekitar perusahaan untuk pendistribusian yang menggunakan prinsip *market oriented industry* yakni penentuan lokasi perusahaan berdasarkan kedekatan dengan pasar. Selain itu, dengan adanya perbaikan dan pembangunan jalan akan diikuti dengan biaya pajak yang bertambah, sehingga para investor menghindari pengeluaran-pengeluaran yang tidak terduga. Selanjutnya hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian (Astuty & Siregar, 2018) yang menyatakan bahwa dalam jangka pendek variabel infrastruktur memiliki efek negative tetapi tidak signifikan terhadap investasi. Sedangkan dalam jangka panjang variabel infrastruktur memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap investasi.

Sementara itu bertentangan dengan penelitian Eriawati et al (2015) yang menunjukkan bahwa infrastruktur memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap investasi. Yang mana apabila infrastruktur mengalami peningkatan maka akan meningkatkan perekonomian dan begitu sebaliknya. Hubungan negatif dan tidak signifikan variabel infrastruktur terhadap investasi di Indonesia dikarenakan pada saat sekarang ini investor-investor dalam negeri cenderung berinvestasi di wilayah yang menjadi pusat-pusat kegiatan ekonomi atau wilayah yang sudah maju dan memiliki kondisi infrastruktur yang memadai sehingga baik tidak nya kondisi infrastruktur jalan di daerah-daerah lain tidak menjadi patokan investor untuk berinvestasi lagi.

Pengaruh Inflasi Terhadap Investasi

Berdasarkan hasil pengujian dengan analisis data regresi logistik multinomial kategori daerah cepat maju & cepat tumbuh dan daerah maju tertekan variabel inflasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap peluang investasi di daerah cepat maju & cepat tumbuh dan daerah maju tertekan dibandingkan daerah relatif tertinggal. Sementara itu pada kategori daerah berkembang pesat variabel inflasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap peluang investasi di daerah berkembang pesat dibandingkan daerah relatif tertinggal. Dengan semakin meningkatnya inflasi pada daerah cepat maju & cepat tumbuh maka menentukan peluang daerah tersebut memperoleh investasi sebesar 1.163 kali lebih besar dibandingkan daerah relatif tertinggal. Sementara dengan semakin meningkatnya inflasi pada daerah maju tertekan maka menentukan peluang daerah tersebut memperoleh investasi sebesar 1.287 kali lebih besar dibandingkan daerah relatif tertinggal. Dan dengan semakin meningkatnya inflasi pada daerah berkembang pesat maka menentukan peluang daerah tersebut memperoleh investasi sebesar 0.864 kali lebih kecil dibandingkan daerah relatif tertinggal. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis awal yang diajukan dimana pada hipotesis awal menyatakan bahwa inflasi memiliki hubungan yang negatif dan signifikan terhadap investasi di Indonesia.

Hasil regresi logistik multinomial tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Messakh & Amtiran (2019) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan pengaruh yang tidak signifikan variabel inflasi terhadap investasi dalam negeri. Hasil penelitian ini juga sama dengan penelitian Dewi & Cahyono (2016) yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif dan pengaruh yang tidak signifikan antara inflasi dan investasi di Indonesia. Tingkat inflasi tidak memiliki dampak yang besar terhadap arus masuk investasi di Indonesia. Hal ini menandakan bahwa para investor sudah kurang begitu berpengaruh dengan ekspektasi yang dilakukan atas dasar inflasi. Sehingga ada tidaknya inflasi menjadi kondisi yang sudah dianggap biasa. Selanjutnya, hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Firdlan (2021) yang menyatakan bahwa inflasi memiliki hubungan negatif terhadap investasi di Indonesia.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada klasifikasi daerah cepat maju dan cepat tumbuh investasi dipengaruhi secara

signifikan oleh variabel indeks pembangunan manusia, tenaga kerja dan infrastruktur. Sementara itu, pada klasifikasi daerah maju tertekan investasi dipengaruhi secara signifikan oleh variabel indeks pembangunan manusia dan tenaga kerja. Dan pada klasifikasi daerah berkembang pesat investasi dipengaruhi secara signifikan oleh variabel tenaga kerja. Dan hasil uji koefisien determinasi sebesar 0.1883 atau 18,83%. Hal ini berarti pengaruh variabel independen yaitu indeks pembangunan manusia, tenaga kerja, infrastruktur, dan inflasi terhadap investasi sebagai variabel dependen sebesar 18,83% atau kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 18,83%. Sedangkan sisanya 81,17 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

DAFTAR RUJUKAN

- Adry, M. R. (2013). Analisis Investasi Sumatera Barat (Pendekatan Error Correction Models). *Jurnal Kajian Ekonomi*, 1(2), 7103.
- Alshamsi, K. H., Hussin, M. R. Bin, & Azam, M. (2015). The impact of inflation and GDP per capita on foreign direct investment: The case of United Arab Emirates. *Investment Management and Financial Innovations*, 12(3), 132–141.
- Asab, N. A., & Al-Tarawneh, A. (2018). The Impact of Inflation on Investment: The Non-Linear Nexus and Inflation Threshold in Jordan. *Modern Applied Science*, 12(12), 113. <https://doi.org/10.5539/mas.v12n12p113>
- Astuty, F., & Siregar, I. N. P. (2018). Analisis Produk Domestik Bruto, Infrastruktur, Nilai Tukar Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Investasi Asing Langsung Di Indonesia. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 5(1), 91. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v5i1.1875>
- Bagchi-Sen, S., & Hayter, R. (2001). The Dynamics of Industrial Location: The Factory, the Firm and the Production System. *Economic Geography*, 77.
- Borrillo, M. (1994). World Development Report 1994: Infrastructure for Development. In *Denver Journal of International Law & Policy* (Vol. 23, Issue 1).
- Briwantara, R. I. (2018). Analisis Pola Penyebaran Investasi dan Faktor Yang Mempengaruhinya di Jawa Tengah. *Economics Development Analysis Journal*, 7(1). <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj/article/view/21932>
- Caceres, L. R., & Caceres, S. A. (2015). Financing investment in sub-Saharan Africa: Savings, human development, or institutions? *The Journal of Developing Areas*, 49(4), 1–23. <https://doi.org/10.1353/jda.2015.0122>
- Dewi, T. M., & Cahyono, H. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, BI Rate, dan Inflasi Terhadap Investasi Asing Langsung Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3), 1–7.
- Eklund, J. E. (2013). Theories of Investment: A Theoretical Review with Empirical Applications. *Swedish Entrepreneurship Forum*, 6.
- Eriawati, Y., Amar, S., & Idris, I. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perekonomian Dan Investasi Di Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi*, 3(6), 103473.
- Firadlan, R., Julliannisa Arrafi, I., & Sugianto. (2021). ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING INVESTMENT IN INDONESIA. *International Journal of Economics, Business and Accounting Resesarch (IJEBAR)*, 5(3). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Jannah, R., & Asnawi, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Investasi Di Indonesia Tahun 1990 – 2017. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 2(2), 78. <https://doi.org/10.29103/jeru.v2i2.1721>
- Jhingan, M. L. (2012). *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Jones, C. P., Utama, S., Frensidy, B., Ekaputra, I. A., & Budiman, R. U. (2009). *Investments : Analysis and management (an Indonesia Adaptation)*. Salemba Empat.
- Jorgenson, D. W. (1967). The Theory of Investment Behavior. In R. Ferber (Ed.), *Determinants of Investment Behavior* (pp. 129–175). National Bureau of Economic Research.

- Khosiyatillah, U. (2021). Distribution and Factors Affecting Investment in Yogyakarta Special Region. *Efficient: Indonesian Journal of Development ...*, 4(1), 1142–1159. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/efficient/article/view/43275%0Ahttps://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/efficient/article/download/43275/18132>
- Kuncoro, M. (2015). *Mudah Memahami & Menganalisis : Indikator Ekonomi* (kedua). UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Lacey, J. I. (2016). Integration tests. *Printed Classification Tests: Report No. 5.*, 191–225. <https://doi.org/10.1037/14946-010>
- Lardé, J., & Sánchez, R. (2014). The economic infrastructure gap in and investment in Latin America. *Boletín FAL*, 4(332), 9.
- Latan, H. (2014). *Aplikasi Analisis Data Statistik untuk Ilmu Sosial Sains dengan STATA* (1st ed.). ALFABETA CV.
- Lutfi, D. M., & Hendrian, S. E. M. S. (2012). Dasar-Dasar Manajemen Investasi. In *Manajemen Investasu*. Universitas Terbuka.
- Mahendra, W. (2021). Determinan Foreign Direct Investment (FDI) di Negara-negara Organisasi Kerjasama Islam (OKI) Periode 2010-2019. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 4(1), 99–118. <https://doi.org/10.14421/panangkaran.2020.0401-06>
- Messakh, S. R., & Amtiran, P. Y. (2019). Pengaruh Inflasi dan Suku Bunga terhadap Investasi Dalam Negeri di Indonesia. *Journal of Management*, 8(1), 2–2.
- Muhammad Syaikhu, A., & Haryati, T. (2018). Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga Kredit, Tenaga Kerja, Teknologi Terhadap Investasi di Indonesia. *Economics Development Analysis Journal*, 6(1), 8–15. <https://doi.org/10.15294/edaj.v6i1.22195>
- Orisu, L. M., Salju, J. G., & Barat, M. (2018). *Determinan Investasi di Provinsi Papua Barat Tahun 2006 – 2017*. XII(2).
- Pratama, F. H., & Salsiyah, S. M. (2016). Analisis Pengaruh Angkatan Kerja, Upah Karyawan Domestik dan Infrastruktur terhadap Penanaman Modal Asing di Jawa Tengah melalui Badan Penanaman Modal Daerah (BPMD) Provinsi Jawa Tengah (Periode 2000-2013). *Journal of Business Studies*, 67–80.
- Riandoko Adi Kurniawan, B., & Sugiyanto, F. (2013). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Share Sektor Industri Dan Pertanian Serta Tingkat Jumlah Orang Yang Bekerja Terhadap Ketimpangan Wilayah Antar Kabupaten/Kota Di Jawa Tengah Tahun 2002-2010. *Diponegoro Journal of Economics*, 2(1), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>
- Rizal, Y. (2018). Analisis Pengaruh Tenaga Kerja dan Kurs Terhadap Investasi Dalam Negeri. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 2(1), 30–37.
- Sari, P. M. (2017). *Studi Mengenai Hambatan dan Kesulitan Penerapan Konsep Green Infrastructure*. 1–14.
- Sjafrizal. (2014a). *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- Sjafrizal. (2014b). *Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Era Otonomi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Suparmoko, M. (2002). *Ekonomi Pembangunan*. BPFE.

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS, DANELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP NIAT BELI

¹Hilda Aulia,²Ajeng Aquinia

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Stikubank
Semarang Jawa Tengah, Semarang, Indonesia¹

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Stikubank
Semarang Jawa Tengah, Semarang, Indonesia²

Abstrak

The research objective is to analyze the effect of Social Media Marketing, Brand Awareness, and Electronic Word of Mouth on Purchase Intentions. The research was conducted on consumers who use Samsung Smartphones. Consumers who use Samsung smartphones are determined to be the population of this study. The purposive sampling method was used as a sampling technique and a total of 100 respondents were obtained. Data were analyzed through reliability test with Cronbach alpha. validity test with KMO and Component Matrix, as well as multiple regression analysis. The results of the study found that "there is a significant positive influence on Social Media Marketing, and Electronic Word of Mouth on Purchase Intentions. Meanwhile, Brand Awareness has no effect on Purchase Intentions.

Keywords : Social Media Marketing, Brand Awareness, Electronic Word of Mouth

Abstract

Tujuan penelitian yaitu menganalisis pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Awareness*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Niat Beli. Pelaksanaan penelitian terhadap konsumen pengguna *Smartphone* Samsung. Konsumen pengguna *Smartphone* Samsung ditetapkan menjadi populasi penelitian ini. Metode *purposive sampling* dimanfaatkan menjadi teknik sampling dan didapatkan sejumlah 100 responden. Data dianalisis melalui uji reabilitas dengan Cronbach alpha. uji validitas dengan KMO serta Matrik Component, serta analisis regresi berganda. Penelitian didapatkan hasil yakni "adanya pengaruh signifikan positif terhadap *Social Media Marketing*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Niat Beli. Sedangkan Brand Awareness tidak berpengaruh terhadap Niat Beli"

Kata Kunci : Social Media Marketing, Brand Awareness, Electronic Word of Mouth

PENDAHULUAN

Kaitannya dalam bersaing di industri ponsel, atau smartphone secara umum, inovasi, kualitas, promosi, saluran, distribusi, dan kualitas merek yang Anda miliki harus efektif - ini sangat perlu diperhatikan bagi produsen smartphone agar berdaya saing. Tidak kalah dengan kompetitor, dan dapat mempengaruhi niat beli konsumen yaitu ketertarikan konsumen atas produk (jasa/barang) yang dipengaruhi perilaku dari konsumen itu sendiri, baik perilaku internal ataupun eksternal (fradipta, 2017).

Perkembangan teknologi menyebabkan kebutuhan untuk menggunakan teknologi dan perangkat komunikasi yang memudahkan pekerjaan manusia, seperti semakin banyaknya smartphone. Di zaman modern ini, menggunakan smartphone adalah hal yang sangat umum. Semuanya dimulai pada awal 1973 pada saat Martin Bell, karyawan Motorola mengadakan panggilan telepon seluler di dunia untuk pertama kalinya. Kurang dari 50 tahun kemudian, kini mencapai kisaran lebih dari 5 miliar orang terhubung ke layanan seluler, serta hampir semuanya merupakan pelanggan seluler. Seiring berkembangnya zaman, ponsel yang dulunya canggih telah menjadi alat presisi yang dapat memudahkan pekerjaan manusia. Saat ini telepon genggam bukan sebatas sarana komunikasi saja, namun pula alat bisnis dan alat hiburan, telepon genggam yang berfungsi penuh disebut telepon pintar, dan merupakan perangkat yang dapat memenuhi semua kebutuhan.

Penelitian ini memilih *smartphone* merek Samsung sebagai obyek penelitian. Berdasarkan data yang diperoleh dari Stat Counter Global Stats, pihaknya rutin memantau

perkembangan data perangkat elektronik di dunia dan di beberapa negara. Data dihitung dari Oktober 2020-Oktober 2022. Ditemukan bahwa Samsung menduduki peringkat pertama di Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 21,87%. Menurut laporan situs web StatCounter.com, dari tahun 2020 hingga 2022 Samsung akan terus menempati posisi teratas dalam hal nilai pangsa pasar rata-rata yang cukup bersaing dengan perusahaan sejenis.

Samsung terus berinovasi dengan berbagai cara agar tetap memimpin penjualan smartphone. Inovasi adalah pendekatan pemasaran yang membuat produk berfungsi dan berkembang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Alasan mendasar untuk ini adalah karena banyak ponsel mulai banyak berinovasi, terutama di zaman yang sangat maju, dan niat beli mulai berubah dan hal yang penting untuk niat membeli, terutama ketika ada semua jenis pesaing ponsel sudah sangat beragam. Untuk itu dipilih smartphone Samsung sebagai obyek penelitian. Beberapa faktor yang memengaruhi kemampuan pemasaran produk antara lain strategi pemasaran yang dipilih, inovasi produk, harga yang bersaing, kualitas produk, dan citra merek. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor ini dalam mengembangkan strategi pemasaran produk yang efektif. Selain itu, dengan adanya perkembangan teknologi dan internet, harusnya dapat mengintegrasikan pemasaran digital dalam strategi pemasaran produk mereka (Sopiansah, V. A., 2023).

Penelitian dari Salvation & Sorooshian, (2018) menunjukkan hasil yaitu variabel social media marketing berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Hal ini juga didukung oleh peneliti lain yaitu Chrisniyanti & Fah, (2022) yang memperoleh hasil yaitu social media marketing berpengaruh positif terhadap niat beli. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Ariesta & Zuliestiana, (2019) menunjukkan bahwa pemasaran media sosial berdampak negatif terhadap niat beli menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan kemampuan pemasar untuk mengkomunikasikan fitur dan manfaat produk mereka dengan biaya yang efektif dan efektif sehingga konsumen dapat membeli produk tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Büyükdağ, (2021) menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap niat beli, yang ditunjang pula dari peneliti lain yaitu Bimrew Sendekie Belay, (2022) menyatakan bahwa variabel kesadaran merek berpengaruh positif terhadap niat beli. Namun penelitian Sanjeev, (2016) menunjukkan hasil yaitu tidak adanya pengaruh signifikan kesadaran merek terhadap niat beli. Artinya, kesadaran merek mengarah kepada seberapa mampunya konsumen dalam mengingat dan mengenali suatu merek, terutama di antara merek-merek pesaing lainnya.

Penelitian dari Iqbal et al., (2022) didapatkan hasil yaitu adanya pengaruh positif e-WOM terhadap niat beli, ini didukung dari peneliti lain yaitu Sulthana & Vasantha, (2019) dengan hasilnya yaitu e-WOM terhadap niat beli memiliki pengaruh signifikan, namun penelitian yang dilakukan oleh Eriza, (2017) menunjukkan bahwa e-WOM berdampak negatif terhadap niat beli. Artinya melalui electronic word of mouth, konsumen akan memberikan review online dalam jumlah yang banyak untuk memberikan gambaran bagi perusahaan untuk menentukan strategi kedepannya.

METODE

Studi ini menggunakan studi secara kuantitatif. Adapun sampel pada studi ini memakai teknik *non probability sampling*. Dimana jumlah populasinya tidak diketahui dan beberapa anggota populasi tidak memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yang bertujuan memilih sampel secara objektif. Data yang dipakai ialah memakai data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada orang yang bersangkutan serta data sekunder ialah informasi yang didapat melalui beberapa jurnal, artikel, dan dokumen yang diambil melalui website mengenai topic ini. Skala likert ialah subjek dari studi yang diberikan pertanyaan serta dari responden diminta untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner. Data diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, Uji Adjusted R — Squared.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

	KMO	Item	Componen Matrix
SOCIAL MEDIA MARKETING (X1)	0,670	X1.1	0,858
		X1.2	0,731
		X1.3	0,773
		X1.4	0,812
BRAND AWARENESS(X2)	0,748	X2.1 X2.2	0,893
		X2.3	0,627
		X2.4	0,783
			0,828
E-WoM(X3)	0,662	X3.1X3.2	0,848
		X3.3	0,759
			0,806
NIAT BELI(Y1)	0,805	Y1.1	0,828
		Y1.2	0,789
		Y1.3Y1.4	0,787
			0,830
		Y1.5	0,778

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 1. menunjukkan hasil perhitungan uji validitas diketahui KMO seluruh item indikator masing – masing variabel lebih dari 0,5 dan loading faktor (component matrix) lebih dari 0,4 sehingga dinyatakan valid.

perhitungan validitas dapat menggunakan analisis faktor ketentuan KMO yang dikehendaki > 0,5 untuk dapat dilakukan analisis faktor dan nilai *Loading Factor* > 0,4. Pengujian validitas hanya dilakukan pada faktor – faktor yang terdapat pada penelitian ini hasil pengujian validitas dalam penelitian ini adalah *Social Media Marketing, Brand Awareness, E- WoM* dan Niat Beli.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach Alpha	Nilai Standar
SOCIAL MEDIA MARKETING(X1)	0,800	>0,7
BRAND AWARENESS (X2)	0,791	>0,7
E-WoM(X3)	0,727	>0,7
NIAT BELI(Y1)	0,861	>0,7

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Tabel 2. menunjukkan bahwa semua variabel penelitian memiliki Cronbach's Alpha lebih besar dari standar reliabilitas yaitu 0,7 sehingga setiap item pertanyaan variabel *Social Media Marketing, Brand Awareness, Electronic Word of Mouth*, dan Niat Beli dapat dinyatakan reliableserta semua item pertanyaan dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

Hasil pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menunjukan seluruh variabel *Social Media Marketing*, *Brand Awareness*, *Electronic Word of Mouth* dan Niat Beli memperoleh nilai Cronbach alpha > 0,7 sehingga dapat disimpulkan reliable.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Liner Berganda

Persamaan I	R ²	Uji F		Uji t	
		F	Sig	B	Sig
SOCIAL MEDIA MARKETING(X1)	110.066		.000	0.440	0.000
BRAND AWARENESS(X2)	0,768			0.176	0.011
E-WoM(X3)				0.651	0.000

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 3 diatas, maka didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,440 X1 + 0,176 X2 + 0,651 X3 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukan bahwa :

Koefisien regresi *Social Media Marketing* (X1) menunjukan angka 0,440 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Tingkat signifikan ini lebih rendah dibandingkan dengan taraf signifikan yang ditentukan yaitu 0,05. Hal tersebut mengindikasi bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli. Yang memiliki arti bahwa *Social Media Marketing* yang semakin baik akan diikuti dengan Niat Beli yang semakin tinggi.

Koefisien regresi *Brand Awareness* (X2) menunjukan angka 0,176 dan tingkat signifikan sebesar 0,011. Tingkat signifikan ini lebih tinggi dibandingkan dengan taraf signifikan yang ditentukan yaitu 0,05. *Brand Awareness* bertanda positif tetapi tidak signifikan yang memiliki arti bahwa *Brand Awareness* tidak berpengaruh terhadap Niat Beli. Sehingga yang terjadi adalah semakin baik *Brand Awareness* maka tidak akan berpengaruh pada Niat Beli.

Koefisien regresi *Electronic Word of Mouth* (X3) menunjukan angka 0,651 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Tingkat signifikan ini lebih rendah dibandingkan dengan taraf signifikan yang ditentukan yaitu 0,05. Hal tersebut mengindikasi bahwa *E-WoM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli. Yang memiliki arti bahwa *Electronic Word of Mouth* yang semakin baik akan diikuti dengan Niat Beli yang semakin meningkat.

Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama — sama terhadap variabel dependennya. Berdasarkan tabel 4.7 menunjukan bahwa nilai F hitung sebesar 110,066 dengan nilai signifikan .000 kurang dari (0,05), yang berarti variabel *Social Media Marketing*, *Brand Awareness*, *Electronic Word of Mouth* secara simultan berpengaruh terhadap Niat Beli.

Adjusted R² (Koefisien Determinasi)

Dari tabel di atas menunjukan Adjust R Square pada uji diatas dapat dijelaskan sebagai berikut : Nilai Koefisien determinasi adalah R Square yaitu menunjukan bahwa hasil koefisien determinasi sebesar 0,768 atau sebesar 76,8% (persen) yang diartikan bahwa 76,8% (persen) variasi variabel dependen yaitu Niat Beli (Purchase Intention) pada model dapat diterangkan oleh variabel independen yaitu *Social Media Marketing* (X1), *Brand Awareness* (X2), dan *Electronic Word of Mouth* (X3). Sedangkan (23,2%) dipengaruhi oleh sebab — sebab lain diluar penelitian.

Uji t

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji t).

berdasarkan Tabel 3 didapatkan hasil dari ketiga persamaan sebagai berikut:

H1 : *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap Niat Beli

Tabel 3 nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis dinyatakan diterima dengan nilai *standart coefficients beta* sebesar 0,440 yang berarti variabel *Social Media Marketing* berpengaruh positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli.

H2 : *Brand Awareness* tidak berpengaruh terhadap Niat Beli

Dilihat dari Tabel 3 nilai signifikan sebesar $0,011 > 0,05$ yang berarti hipotesis dinyatakan tidak diterima dengan nilai *standart coefficients beta* sebesar 0,176 yang dinyatakan variabel *Brand Awareness* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Niat Beli.

H3 : *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap Niat Beli

Dilihat dari Tabel 3 nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis dinyatakan diterima dengan nilai *standart coefficients beta* sebesar 0,366 yang berarti variabel *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Niat Beli

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli berarti hipotesis diterima. Hasil penelitian yang dapat dilihat dari hasil uji deskripsi variabel *Social media Marketing* menunjukkan bahwa indikator X1.1 (Pesan yang disampaikan) dengan angka mean 4,32, hasil uji dari analisa regresi linier berganda pada variabel *Social Media Marketing* terhadap Niat Beli menunjukkan hasil regresinya pada beta dengan angka 0,440 dengan tingkat signifikan 0,000 yang diartikan signifikan terhadap Niat beli. Hasil tersebut menggambarkan bahwa semakin baik *Social Media Marketing*, maka akan meningkatkan banyak Niat Beli.

Social Media Marketing yang diteliti dalam penelitian ini diukur dengan empat indikator yaitu Konteks (*Contex*), Komunikasi (*Communication*), Kolaborasi (*Collaboration*), Koneksi (*Connection*). Hasil analisis deskriptif responden yang menjadi pengguna *Smartphone* Samsung mayoritas perempuan dengan usia 22 — 26 tahun, sebagai SMA/SMK, berpenghasilan < Rp. 1.000.000 setiap bulanya, dan responden yang telah menggunakan produk *Smartphone* Samsung sebanyak 97 orang. Hasil analisis *Social Media Marketing* mempunyai rata — rata skor tertinggi 4,25. Hasil ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan dalam hal ini tanggapan pengguna *Smartphone* Samsung tentang *Social Media Marketing* tergolong tinggi.

Hasil Penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mark Dirikorigha Salvation & Shahryar Sorooshian (2018) yang mana hasil penelitian ini menunjukkan *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan pada peningkatan Niat Beli konsumen terhadap produk *Smartphone* Samsung. Artinya *Social Media Marketing* meningkatkan kemampuan pemasar untuk mengkomunikasikan fitur dan manfaat produk mereka secara efektif dengan biaya yang efektif sehingga konsumen dapat membeli produk atau layanan mereka.

Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Niat Beli Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Awareness* tidak berpengaruh tetapi terhadap Niat Beli yang berarti hipotesis ditolak. Hasil penelitian pada uji deskripsi variabel *Brand Awareness* dengan indikator X2.1 (merek Samsung mudah disebut sehingga mudah diingat). Dengan nilai tertinggi 4,55, dan hasil analisis regresi linier berganda pada variabel *Brand Awareness* terhadap Niat Beli dengan hasil regresi beta dengan nilai 0,176 dan tingkat signifikannya 0,011 lebih dari 0,05 yang diartikan tidak signifikan terhadap Niat Beli. Hal tersebut menggambarkan bahwa *Brand Awareness* semakin baik tidak berpengaruh

terhadap Niat Beli.

Hasil deskriptif responden yang menjadi pengguna Smartphone Samsung mayoritas perempuan dengan usia 22 – 26 tahun, sebagai SMA/SMK, berpenghasilan <Rp. 1.000.000 setiap bulanya, dan responden yang telah menggunakan produk Smartphone Samsung sebanyak 97 orang. Hasil analisis Brand Awareness mempunyai rata – rata skortertinggi 4,46. Hasil ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan dalam hal ini tanggapan pengguna Smartphone Samsung tentang Brand Awareness tergolong tinggi

Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Büyükdağ, 2021) Artinya dengan adanya kesadaran merek dapat mempengaruhi Niat Beli. Dengan demikian merek yang memiliki tingkat kesadaran merek yang tinggi memiliki kekuatan yang jauh lebih besar untuk mengetahui pangsa pasar merek, sekaligus menciptakan tingkat citra merek, ekuitas merek dan loyalitas merek yang lebih besar.

Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Niat Beli

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa E-WoM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli berarti hipotesis diterima. Hasil penelitian yang dapat dilihat dari hasil uji deskripsi variabel E-WoM menunjukkan bahwa indikator X3.2 (Smartphone Samsung memiliki model tipis, model simple dan mudah dibawa kemana mana) dengan angka mean 4,35, hasil uji dari analisis regresi linier berganda pada variabel E-WoM terhadap Niat Beli menunjukkan hasil regresinya pada beta dengan angka 0,651 dengan tingkat signifikan 0,000 yang diartikan signifikan terhadap Niat Beli. Hasil tersebut menggambarkan bahwa semakin baik Electronic Word of Mouth maka akan meningkatkan Niat Beli.

Electronic Word of Mouth yang diteliti dalam penelitian ini diukur dengan tiga indikator. Indikator pertama yaitu Intensitas (Intensity), Konten (Content), dan Valensi opini (Valensi of Opinion). Hasil analisis deskriptif responden yang menjadi pengguna Smartphone Samsung mayoritas perempuan dengan usia 22 — 26 tahun, sebagai SMA/SMK, berpenghasilan < Rp 1.000.000 setiap bulanya, dan responden yang telah menggunakan produk Smartphone Samsung. Hasil E-WoM mempunyai rata — rata skor tertinggi 4,28. Hasil ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan dalam hal ini tanggapan pengguna Smartphone Samsung tentang E-WoM tergolong tinggi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anum saleem & Abida Ellahi (2017) menunjukkan bahwa variabel E-WoM terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli. Artinya E-WoM memiliki dampak penting pada niat pembelian konsumen karena mereka mempercayai E-WoM sebelum melakukan pembelian produk berdasarkan hasil tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. *Social Media Marketing* terhadap Niat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Niat Beli pada pengguna *Smartphone* Samsung, artinya *Social Media Marketing* dapat mempengaruhi Niat Beli masyarakat pada pengguna *Smartphone* Samsung.
2. *Brand awareness* tidak berpengaruh terhadap Niat Beli pada pengguna *Smartphone* Samsung, artinya bahwa dengan adanya kesadaran merek yang tinggi tidak terbukti dapat mempengaruhi Niat Beli masyarakat pada pengguna *Smartphone* Samsung.
3. *Electronic Word of Mouth* terhadap Niat Beli berpengaruh positif dan signifikan pada pengguna *Smartphone* Samsung, artinya *Electronic Word of Mouth* dapat mempengaruhi Niat Beli masyarakat pengguna *Smartphone* Samsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariesta, I., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Facebook Terhadap Minat Beli Produk Kartu Halo Pt. Telkomsel West â€“ Jabodetabek. *EProceedings* ..., 6(2), 2761–2766.

- <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/10381>
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/10381/10236>
- Bimrew Sendekie Belay. (2022). The impact of Brand Awareness on Purchase Intention Among Consumers Using Social Media. *γαρχη*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Büyükdag, N. (2021). The effect of brand awareness, brand image, satisfaction, brand loyalty and WOM on purchase intention: An empirical research on social media. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(4), 1380–1398. <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i4.1902>
- Chrisniyanti, A., & Fah, C. T. (2022). the Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention of Skincare Products Among Indonesian Young Adults. *Eurasian Journal of Social Sciences*, 10(2), 68–90. <https://doi.org/10.15604/ejss.2022.10.02.001>
- Eriza, Z. N. (2017). Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko pada Hubungan antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik E-Commerce di Solo Raya). *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 9(1), 14–
24. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v9i1.3501>
- Fandos, C., & Flavián, C. (2006). Intrinsic and extrinsic quality attributes, loyalty and buying intention: An analysis for a PDO product. *British Food Journal*, 108(8), 646–662. <https://doi.org/10.1108/00070700610682337>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode penelitian Manajemen : Pedoman untuk penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Handoko, B. S. D. dan T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen / Edisi Pertama* (M. 2000 Ed.1, Cet.3 (ed.)). Yogyakarta : BPFE., 2000.
- Iqbal, A., Khan, N. A., Malik, A., & Faridi, M. R. (2022). E-WOM effect through social media and shopping websites on purchase intention of smartphones in India. *Innovative Marketing*, 18(2), 13–25. [https://doi.org/10.21511/im.18\(2\).2022.02](https://doi.org/10.21511/im.18(2).2022.02)
- Kotler, Phillip, & Keller, K. . (2016). *Marketing Management* (15th Globa). Pearson Education Limited.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1094>
- Purba, R. (2006). *Measuring Consumer Perception Throught Factor Analysis*. The Asian Manager (February-March).
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73–80. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i1.1849>
- Putri Kinanti, S., & Primadani Satria Putri, B. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 53–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.164>
- Salvation, M. D., & Sorooshian, S. (2018). The role of social media marketing and product involvement on consumers' purchase intentions of smartphones. *Computational Methods in Social Sciences (CMSS)*, 6(1), 65–81.
- Sanjeev, R. (2016). Independent Journal of Management & Production (Ijm&P). *Social Quality and Quality of Work Life Outline the Employees' Quality of Life in Indian Public Sector: An Investigation*, 13(September), 86. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v>
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan

- Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Siahaan, H. D., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret diPVJ Bandung). *E-Proceeding of Management*, 3(1), 497–505. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3193>
- Sopiansah, V. A., Riani, D., Khoerudin, C. M., & Maryani, L. (2023). Kemampuan Pemasaran Produk Berbasis Media Sosial Dengan Model Problem Based Learning. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 44-52.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung (R &D). Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D* /Sugiyono (Cet.21). Bandung : Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian kuantitatif / Prof.Dr. Sugiyono (Cet.1)*. Bandung : Alfabeta,2018.
- Suharsimi, A.-. (2002). *Prosedur Penelitian satu pendekatan praktek edisi revisi V (ED Rev. V)*. Jakarta Rineka Cipta, 2002.
- Sulthana, A. N., & Vasantha, S. (2019). Influence of electronic word of mouth eWOM on purchase intention. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 1– 5.
- Sulthana, A. N., & Vasantha, S. (2020). *Influence Of Electronic Word Of Mouth eWOM OnPurchase Intention*. May.

Pengaruh Rasio *Leverage*, Modal Kerja, dan Tanggung Jawab Sosial terhadap Profitabilitas

¹ Agus Munandar, ² Indah Rahayu, ³ Friska Yolanda

¹ Program Studi Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul

^{2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul
Alamat e-mail : agus.munandar@esaunggul.ac.id

ABSTRACT

Good performance in a company can be the foundation for the company to achieve its goals. This goal will be achieved by the company if it can develop its profitability. This study aims to see the effect of DER, DAR, WC, and CSR on ROA and ROE. The methods used in this research are descriptive, correlation, and multiple linear regression. DER's first research results affect ROA and ROE. Second, WC have no effect on ROA or ROE. Third, CSR only affects ROA but does not affect ROE. Finally, DAR only affects ROE but not ROA.

Keywords: CSR, DER, Profitabilitas, WC.

ABSTRAK

Kinerja yang baik dalam suatu perusahaan dapat menjadi landasan bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Tujuan ini akan tercapai oleh perusahaan jika dapat mengembangkan profitabilitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh DER, DAR, WC, dan CSR terhadap ROA dan ROE. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, korelasi, dan regresi linear berganda. Hasil penelitian pertama DER memengaruhi ROA dan ROE. Kedua, WC tidak memengaruhi ROA dan ROE. Ketiga, CSR hanya memengaruhi ROA, tetapi tidak memengaruhi ROE. Terakhir, DAR hanya memengaruhi ROE, tetapi tidak memengaruhi ROA.

Kata kunci: CSR, DER, Profitabilitas, WC.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi di Indonesia berkembang dengan pesat dikarenakan adanya perusahaan-perusahaan di Indonesia yang berdiri dan maju dengan cepat. Hal ini dapat dilihat dan dibuktikan dengan hadirnya berbagai macam usaha mulai dari usaha mikro, kecil, menengah, dan usaha besar yang sudah memiliki beberapa cabang. Hadirnya usaha-usaha tersebut memicu persaingan antar perusahaan sehingga setiap perusahaan diharuskan untuk dapat mengelola usahanya sendiri agar dapat mencapai tujuan perusahaan dan dapat mempertahankan usahanya dalam siklus perekonomian Indonesia. Tujuan perusahaan tersebut adalah memajukan nilai perusahaan untuk mewujudkan laba yang ideal. Oleh karena itu, perusahaan menekan bidang manajemen agar mengembangkan performanya dalam segala aspek perusahaan untuk mengupayakan ekonomi perusahaan supaya bekerja dengan efektif juga efisien sehingga dapat mengoptimalkan profitabilitas perusahaan. Kemampuan suatu perusahaan dalam meraih laba dapat membuktikan bahwa perusahaan tersebut memiliki peluang yang besar atau tidak pada masa depan.

Berdasarkan pendapat Sutrisno (2009), profitabilitas merupakan hasil dari profit setiap modal yang berperan di dalamnya mengenai kemampuan perusahaan. Perusahaan yang hendak memperoleh keuntungan harus berusaha dengan baik untuk mengoptimalkan profitabilitasnya. Kelanjutan hidup perusahaan akan lebih kredibel jika profitabilitas perusahaannya tinggi dan sebaliknya jika profitabilitas perusahaan rendah, maka kelangsungan hidup perusahaan menjadi tidak kredibel. Secara umum permasalahan profitabilitas lebih utama bagi perusahaan dibandingkan dengan permasalahan profit sebab

efisiensi sebuah perusahaan belum tentu mencerminkan besar kecilnya profit yang diperoleh. Indeks yang dipakai pada rasio profitabilitas adalah *Return on assets* atau ROA dan *Return on Equity* atau ROE untuk melihat seberapa banyak perolehan laba bersih yang diwujudkan terpaut dengan total aset yang disimpan perusahaan dan terpaut dengan ekuitas yang sudah ditanamkan oleh pemegang saham. Profitabilitas dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu rasio *leverage*, modal kerja, dan tanggung jawab sosial.

Faktor terpenting yang memberikan pengaruh pada profitabilitas adalah rasio *leverage*. Rasio *leverage* digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan modal perusahaan dalam meningkatkan laba. Rasio *leverage* juga dipergunakan untuk memperkirakan sejauh mana perusahaan dimodali oleh modal pinjaman. Berdasarkan pendapat Kasmir (2017), rasio *leverage* ialah rasio yang dimanfaatkan dalam memperkirakan seberapa banyak aset perusahaan dimodali oleh liabilitas. Banyaknya jumlah liabilitas yang ada pada perusahaan akan dipakai untuk memodali aktivitas usahanya dibandingkan dengan memakai modal perusahaan sendiri. Apabila perusahaan memakai lebih besar jumlah liabilitas dibanding memakai modal perusahaannya sendiri, maka kualitas rasio *leverage* menjadi berkurang sebab kewajiban bunga yang perlu dibiayai akan bertambah. Keadaan ini akan memberikan pengaruh pada berkurangnya profitabilitas. Indeks yang dipakai dalam mencari rasio *leverage* adalah *Debt to Total Asset rasio* atau DAR dan *Debt to Equity rasio* atau DER yang dipakai dalam melihat informasi ekuitas dan juga utang serta menimbang total aset yang dibebani oleh liabilitas.

Modal kerja dalam sebuah perusahaan dibutuhkan sebagai dana untuk menjalankan kegiatan operasional. Berdasarkan pendapat Kasmir (2019), modal kerja ialah dana yang dipakai oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Modal kerja juga dimaksudkan sebagai pendanaan yang dimasukkan ke dalam aset. Modal kerja merupakan aset yang selalu bergerak yang awalnya digunakan untuk mengatur kegiatan operasional agar kegiatan berjalan dengan baik dan lancar. Hasil dari kegiatan tersebut akan memperoleh sebuah produk yang kemudian dijual. Hasil produk yang dijual tersebut akan memberikan perusahaan sebuah laba (profitabilitas) yang diharapkan selalu berkembang. Separuh laba tersebut akan dikelola menjadi modal kerja. Peredaran dari modal kerja tersebut akan selalu bergerak selagi perusahaan terus beroperasi, maka dari itu perusahaan harus dapat berkompetisi dalam mengelola modal kerjanya. Pengelolaan modal kerja akan memberikan pengaruh pada profitabilitas perusahaan sebab kegiatan operasional akan memberikan dampak pada penghasilan yang dihasilkan oleh perusahaan. Indeks yang dipakai dalam mencari rasio modal kerja adalah *Working Capital (WC)* yang mencakup likuiditas dalam sebuah perusahaan.

Tanggung jawab sosial ialah bentuk tanggung jawab perusahaan dalam segala aspek operasional yang dilakukan perusahaan kepada golongan lain di luar dari perusahaan. Berdasarkan pendapat Dougherty (2003), tanggung jawab sosial merupakan serangkaian proses dalam menilai *stakeholders* dan menjalankan tuntutan lingkungan serta melaksanakan kebijakan dalam mengurus isu-isu sosial. Tanggung jawab sosial diakui sebagai dasar dari etika usaha di mana pengusaha memiliki kewajiban bukan hanya kepada pemegang saham atau *stakeholders* saja, tetapi juga kepada golongan yang tidak berkepentingan di luar usahanya. Tanggung jawab sosial dapat memberikan peningkatan pada profitabilitas perusahaan dengan menjamin keutuhan antara lingkungan dan masyarakat sekitar yang sesuai dengan syarat dari *stakeholders*. Apabila tanggung jawab sosial dilakukan secara tersusun dan teratur, maka hal tersebut akan menghasilkan pengaruh yang baik bagi masyarakat, lingkungan, dan bagi perusahaan.

Sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga ialah salah satu sub sektor dari kegiatan manufaktur yang ikut serta dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Pada Bursa Efek Indonesia ada tujuh perusahaan yang sudah terdaftar di dalam sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga, yaitu KINO, ADES, TCID, UNVR, MBTO, MRAT, dan KPAS. Sub sektor ini menghasilkan produk kecantikan juga produk keperluan rumah tangga. Produk tersebut adalah kebutuhan sekunder dari manusia yang setiap harinya akan mengalami peningkatan karena pertambahan jumlah populasi manusia dan perkembangan

teknologi yang meningkat. Sub sektor ini mempunyai peluang yang besar dalam pasar. Peluang tersebut juga akan meningkatkan pesaing yang tinggi sehingga perusahaan yang ada pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga harus berkompetisi untuk dapat bertahan dalam siklus perekonomian Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini bermaksudkan untuk menguji lebih lanjut variabel independen dengan variabel dependen. Oleh karena itu, penulis tertarik mengangkat penelitian dengan judul "Pengaruh Rasio *Leverage*, Modal Kerja, dan Tanggung Jawab Sosial terhadap Profitabilitas"

Adapun tujuan penulis berdasarkan pada uraian di atas, yaitu: (1) Menguji pengaruh rasio *leverage* terhadap profitabilitas. (2) Menguji pengaruh *Working Capital* atau modal kerja terhadap profitabilitas. (3) Menguji pengaruh tanggung jawab sosial terhadap profitabilitas.

Berdasarkan penelitian ini, harapan penulis untuk para penuntut ilmu dapat memperoleh banyak manfaat dari hasil penelitian dan untuk perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan saran dalam menetapkan kebijakan tentang rasio *leverage*, modal kerja, dan tanggung jawab sosial.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini berlandaskan pada teori mengenai profitabilitas, rasio *leverage*, modal kerja, dan tanggung jawab sosial. Profitabilitas membuktikan kesanggupan perusahaan dalam meraih profit pada satu periode tertentu. Profitabilitas perusahaan dinilai melalui keberhasilan perusahaan dan kesanggupan perusahaan dalam mengelola asetnya secara produktif, maka dari itu profitabilitas pada suatu perusahaan dapat dilihat melalui perbandingan antara profit yang dihasilkan pada satu periode dengan total aset atau total modal dalam perusahaan. Modal atau dana pada suatu perusahaan biasanya berasal dari internal dan eksternal. Modal internal berasal dari perusahaan itu sendiri, sedangkan modal eksternal berasal dari luar perusahaan yang dikenal dengan istilah kreditur atau modal asing. Berdasarkan pendapat Munawir (2004), keterkaitan modal berasal dari dua sumber yang berbeda, maka profitabilitas pada perusahaan dapat dijumlah menggunakan dua cara. Cara pertama perbandingan laba dengan total modal sendiri yang dipakai atau dikenal sebagai profitabilitas ekonomis. Cara kedua membandingkan laba yang ada pada pemilik perusahaan dengan total modal pribadi disertakan profitabilitas usaha. Total laba yang didapat secara berkala dan cenderung meningkat adalah faktor penting yang perlu diperhatikan untuk analisis dalam mengukur profitabilitas perusahaan. Profitabilitas biasa dipakai untuk menilai efisiensi pemakaian modal dalam perusahaan menggunakan cara perbandingan laba dengan modal yang dipakai dalam kegiatan operasional. Laba yang banyak tidak selalu menjamin atau tidak dapat menjadi standar perusahaan tersebut terjamin. Oleh karena itu, pihak terkait atau manajemen perlu mengetahui bahwa profitabilitas suatu perusahaan lebih utama dibandingkan laba yang banyak.

Rasio *leverage* ialah rasio yang dimanfaatkan dalam memperkirakan seberapa banyak aset perusahaan dimodali oleh pinjaman. Berdasarkan pendapat Kasmir (2013), rasio *leverage* dipakai untuk menilai kesanggupan perusahaan dalam membiayai keseluruhan utangnya, yaitu utang jangka panjang dan utang lancar apabila perusahaan mengalami likuidasi. Berdasarkan pendapat Kasmir (2013), rasio *leverage* mempunyai sejumlah keterkaitan, yaitu pertama kreditur menginginkan ekuitas sebagai margin keamanan. Apabila pemilik mempunyai dana yang sedikit sebagai modal, maka dampak usaha terbesar akan dibebankan kepada kreditur. Kedua, dengan penyediaan modal melewati kewajiban, pemilik mendapatkan manfaat berbentuk tetap menguasai perusahaan. Ketiga, ketika perusahaan memperoleh laba lebih dari modal yang dipinjamkan dibandingkan dengan bunga yang wajib dilunasi, maka dana yang akan dikembalikan kepada pemilik akan dilebihkan. Apabila dalam sebuah perusahaan perhitungan rasio *leverage* tinggi, maka hal tersebut akan berdampak pada penyusutan yang lebih banyak. Namun, tetap memiliki harapan dalam mendapatkan profit yang lebih banyak. Apabila yang terjadi sebaliknya ketika perhitungan rasio *leverage* rendah, maka hal

tersebut akan memberikan dampak kerugian yang lebih kecil terlebih saat menurunnya perekonomian. Hal ini juga akan memberikan pengaruh pada minimnya tingkat pengembalian hasil (*return*) saat tingginya perekonomian. Hal inilah yang menyebabkan bagian keuangan ditekan untuk mengupayakan rasio *leverage* sebaik mungkin agar mampu memberikan keseimbangan pada pemulihan yang tinggi terhadap tahap dampak yang dialami.

Berdasarkan pendapat Sawir (2000), rasio *leverage* dapat digunakan dalam menilai kualitas solvabilitas perusahaan. Rasio *leverage* ialah pemakaian setiap aktiva tetap untuk memajukan penghasilan perusahaan. Uraian di atas memberikan kesimpulan bahwa rasio *leverage* bentuk dari cara perusahaan untuk upaya memenuhi kesanggupan utang jangka pendek maupun jangka panjang.

Modal kerja merupakan modal yang dikeluarkan perusahaan ketika akan membuat sebuah usaha. Modal kerja juga dapat bersumber dari dua arah, yaitu eksternal dan internal. Modal yang bersumber dari internal dikeluarkan oleh pemilik usaha dan sumber modal tersebut merupakan milik pribadi, sedangkan modal yang bersumber dari eksternal merupakan modal yang diperoleh dari hasil pinjaman, seperti pinjaman pada bank. Hal ini dilakukan ketika modal yang dikeluarkan oleh pemilik dalam jumlah yang kurang sehingga memerlukan sumber dana tambahan. Modal merupakan suatu hal terpenting yang pastinya dibutuhkan oleh sebuah perusahaan baik perusahaan produksi maupun perusahaan jasa. Modal akan digunakan untuk menunjang segala kelangsungan yang terjadi saat usaha dijalankan. Perusahaan berharap dana yang telah di keluarkan akan segera tertutup kembali oleh pendapatan yang didapat. Berdasarkan pendapat Atmaja (2008), modal merupakan dana yang dipakai untuk mendapatkan aset dari proses kegiatan usaha. Kesimpulannya modal ialah dana yang akan digunakan perusahaan dalam menunjang segala urusan biaya operasional.

Tanggung jawab sosial adalah bentuk kerja etis di mana perusahaan bertanggung jawab untuk memenuhi kewajiban yang diambil. Demi keberlangsungan perusahaan, tetapi menguntungkan bagi masyarakat sekitar. Apabila suatu perusahaan mengambil keputusan yang dapat merugikan masyarakat, maka perusahaan tidak memiliki rasa tanggung jawab sosial. Manajer suatu perusahaan harus dapat mengambil keputusan dengan melihat dampak pada masyarakat sekitar. Manajer juga tidak dapat mengambil keputusan secara sepihak karena hal ini akan menyebabkan kerugian bagi masyarakat sekitar. Perusahaan harus memiliki etika dalam memutuskan segala tindakan yang diambil, maka dari itu perusahaan harus menerapkan etika dalam kegiatan operasionalnya agar masyarakat di sekitar menyukainya sehingga memberikan dampak baik untuk perusahaan. Suatu perusahaan ketika tidak menerapkan etika dalam kegiatan operasionalnya akan berdampak buruk bagi perusahaan. Berdasarkan pendapat Howard R Bowen (1953), tanggung jawab sosial dapat diartikan sebagai kewajiban suatu perusahaan berdasarkan pada kesesuaian yang bertujuan objektif dengan nilai-nilai yang terdapat disuatu masyarakat. Tanggung jawab sosial adalah hal terpenting yang harus diperhatikan dalam suatu perusahaan karena dampak dari tanggung jawab sosial tersebut dapat berbentuk hal yang positif jika dilakukan dengan baik dan dapat berdampak negatif jika tidak dilakukan dengan baik. Semua perusahaan yang akan memulai usahanya harus memikirkan ketentuan dari tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dilakukan guna menjaga keamanan dan kenyamanan masyarakat dengan adanya usaha yang akan dimulai oleh perusahaan. Tanggung jawab ini dapat memberikan keuntungan dan juga kerugian bagi perusahaan ketika diterapkan. Keuntungan yang akan didapat jika diterapkan, yaitu memberikan keunggulan pada perusahaan, dapat menarik kandidat, menarik dimata investor, dan dapat meningkatkan profitabilitas karena penjualan yang meningkat. Penerapan tanggung jawab sosial juga akan merugikan perusahaan karena dalam menerapkannya memerlukan biaya yang dapat memengaruhi pendapatan.

Kaitan Rasio *Leverage* terhadap Profitabilitas

Rasio *leverage* ialah penggunaan aktiva dan modal perusahaan yang mempunyai beban tetap untuk tujuan memperoleh laba terpendam pemangku saham. Berdasarkan

pendapat Hery (2015), makin menurunnya total modal pemilik perusahaan yang digunakan untuk menjamin likuiditas, maka makin meningkatnya *Debt to Equity Ratio*. Menurunnya total modal yang dimiliki akan memberikan efek beban yang makin besar pada kreditur. Perusahaan yang tidak memperhatikan rasio *leverage* akan memberikan dampak pada menurunnya tingkat profitabilitas. Pengaruh positif dari rasio *leverage* pada profitabilitas perusahaan terjadi sebab tingkat rasio *leverage* yang rendah akan berdampak rendah juga pada tingkat beban utang yang makin kecil. Rasio *leverage* yang tidak dikelola dengan baik berdampak pada berkurangnya profitabilitas sebab pemakaian utang menyebabkan beban bunga bersifat tetap. Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa apabila perusahaan memodali aset dengan utang, maka akan memberikan pengaruh pada menurunnya profitabilitas sebab perusahaan wajib membayar beban yang wajib dilunasi dari pemakaian utang tersebut.

Kaitan Modal Kerja terhadap Profitabilitas

Modal kerja dapat memberikan pengaruh yang cukup signifikan dalam profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi modal kerja yang dihasilkan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi profitabilitas yang dapat diraih oleh perusahaan. Hal itu berlaku dengan syarat harus sejalan dengan penggunaan modal kerja karena jika modal kerja yang dihasilkan tidak sejalan dan tidak digunakan dengan baik, maka tidak menutup kemungkinan perusahaan mendapatkan profitabilitas yang rendah meskipun banyak modal kerja yang digunakan. Kegiatan operasional juga dapat berjalan secara maksimal ketika profitabilitas tinggi. Hal ini disebabkan oleh modal kerja yang digunakan pemilik terhadap perusahaan.

Kaitan Tanggung Jawab Sosial terhadap Profitabilitas

Sesuai yang telah di jelaskan sebelumnya tanggung jawab sosial memiliki keuntungan dan kerugian tersendiri bagi profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial memiliki dampak positif pada profitabilitasnya, seperti ketika perusahaan menjual produk di mana perusahaan tersebut sudah terkenal di kalangan masyarakat dengan etika berjualan yang baik, maka masyarakat sekitar akan membeli produk yang telah perusahaan jual. Secara tidak langsung masyarakat sekitar pun dapat merasakan keuntungan dari penjualan produk tersebut, maka mereka akan membeli produk yang perusahaan jual secara terus-menerus. Tanggung jawab sosial memiliki sisi positif, tetapi keuntungan yang didapat tidak bisa dirasakan secara maksimal karena ada sebagian masyarakat yang tidak peduli. Hanya peduli terhadap apa yang diberi oleh perusahaan saja, tetapi tidak memberikan keuntungan balik untuk perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memutuskan dan mempertimbangkan apakah akan menggunakan tanggung jawab sosial atau tidak. Perusahaan harus memutuskan secara tepat karena hal ini juga akan berdampak pada profitabilitas yang ada pada perusahaan.

METODOLOGI

Desain pada penelitian ini memakai desain hubungan antara sebab dan akibat. Desain ini digunakan untuk mengkaji dan mencari dampak apa yang terjadi dari sebab dan akibat variabel yang ditentukan sebelumnya. Desain ini juga digunakan untuk melihat hubungan antara sebab dan akibat yang ada di dalam variabel yang memengaruhi dan variabel yang dipengaruhi. Variabel independen dalam penelitian ini, yaitu modal kerja, rasio *leverage* dan tanggung jawab sosial, sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah profitabilitas.

Perusahaan yang berhubungan dengan sub sektor terkait adalah subjek penelitian, yaitu sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan kurung waktu 2018-2021. Adapun yang menjadi objek penelitian, yaitu modal kerja, rasio *leverage*, tanggung jawab sosial yang berpengaruh pada profitabilitas. Perusahaan yang diteliti, yaitu KINO, ADES, TCID, UNVR, MBTO, MRAT, dan KPAS. Jumlah perusahaan yang diteliti sebanyak 7 perusahaan yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia. Perolehan dan pemakaian data berasal dari laporan keuangan yang bersumber dari laporan keuangan 4 tahun secara berurutan, yaitu dari tahun 2018 hingga tahun 2021.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan dan pencatatan dokumen laporan keuangan selama 4 tahun terakhir yang dicari dari *website* beberapa perusahaan terkait. Hal ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang lebih signifikan melalui *website* terpercaya. Oleh karena itu, laporan yang diambil pun akan dapat dipertanggungjawabkan. Informasi penting yang diambil dalam penelitian ini, yaitu modal awal, laporan laba rugi, neraca dan beberapa catatan laporan keuangan yang mendukung penelitian. Hal ini yang menyebabkan tidak boleh adanya kekeliruan dalam pencatatan karena jika ada kesalahan dalam pengumpulan dan pencatatan, maka akan berdampak pada semua aspek yang ada di dalamnya. Peneliti berharap penelitian ini dapat memperoleh hasil data mengenai pengaruh rasio *leverage*, modal kerja, dan tanggung jawab sosial pada tahun yang telah ditentukan, yaitu dari tahun 2018 hingga 2021 serta informasi lain yang memiliki hubungan dengan penelitian.

Penelitian menggunakan analisis data yang berupa rumus-rumus yang terdapat pada excel. Contoh rumus yang digunakan, yaitu deskriptif, korelasi, dan regresi linear berganda. Rumus ini digunakan untuk menentukan kebenaran dalam analisis data-data yang telah dicantumkan menurut variabel. Metode analisis yang dipakai dalam penelitian juga memakai analisis regresi linear berganda di mana analisis ini digunakan dalam membuktikan pengaruh modal kerja, rasio *leverage*, dan tanggung jawab sosial terhadap profitabilitas. Persamaan regresi dapat diuraikan seperti di bawah ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil data diperoleh menggunakan aplikasi excel, di mana dalam analisis data excel tersebut dicari analisis deskriptif, analisis korelasi, dan analisis regresi linear berganda terkait dengan subjek dan objek yang diteliti.

Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif

	ROA	ROE	DAR	DER	WC	CSR
<i>Mean</i>	0,06	0,19	0,42	0,97	0,18	30,48
<i>Standard Error</i>	0,03	0,10	0,03	0,17	0,05	9,86
<i>Median</i>	0,02	0,04	0,41	0,69	0,15	6,00
<i>Standard Deviation</i>	0,16	0,52	0,17	0,88	0,26	51,24
<i>Sample Variance</i>	0,03	0,27	0,03	0,77	0,07	2625,72
<i>Kurtosis</i>	0,55	1,82	-0,19	2,71	-1,17	12,62
<i>Skewness</i>	0,74	1,68	0,65	1,86	-0,12	3,26
<i>Range</i>	0,66	1,83	0,58	3,17	0,80	248,00
<i>Minimum</i>	-0,21	-0,38	0,19	0,24	-0,25	0,00
<i>Maximum</i>	0,45	1,45	0,77	3,41	0,55	248,00
<i>Sum</i>	1,49	5,18	11,40	26,22	4,79	823,00
<i>Count</i>	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00

Sumber: Data primer diolah menggunakan excel

Menurut uraian di atas ROA memiliki Mean dengan nilai 0,06 yang berarti ROA memiliki kekuatan aset yang sangat baik dalam memperoleh laba bersih. ROE memiliki mean dengan nilai 0,19 yang berarti ROE memiliki kekuatan yang sangat baik dalam mengelola laba bersih dengan menggunakan modal sendiri. DAR memiliki mean dengan nilai 0,42 yang berarti DAR memiliki kekuatan yang sangat baik dalam menggunakan saham investor. DER memiliki mean dengan nilai 0,97 yang berarti DER memiliki keadaan vital perusahaan yang baik. WC memiliki mean dengan nilai 0,18 yang berarti perusahaan sangat mampu dalam membayar utang. CSR memiliki mean dengan nilai 30,48 yang berarti perusahaan dapat bertanggung jawab dengan baik terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Diketahui juga median dari ROA sebesar 0,03, ROE sebesar 0,10, DAR sebesar 0,41, DER sebesar 0,69, WC sebesar 0,15, dan CSR sebesar 9,86. Kurtosis dan skewness mempunyai standar normal dari -2 sampai dengan 2 yang berarti jika nilai ROA, ROE, DAR, DER, dan WC memiliki nilai dari -2 sampai dengan 2 artinya distribusi perusahaan berjalan dengan baik dan berdasarkan tabel 1 di atas kurtosis dan skewness ROA memiliki nilai 0,55 dan 0,74, ROE memiliki nilai 1,82 dan 1,83, DAR memiliki nilai -0,19 dan 0,65, DER 2,71

dan 1,86, serta WC memiliki nilai -1, 17 dan -0, 12, maka dapat dikatakan ROA, ROE, DAR, dan WC berdistribusi dengan baik. Hasil dari data tersebut menunjukkan hanya DER pada kurtosis saja yang tidak terdistribusi dengan baik. Berdasarkan data tabel 1 juga diketahui nilai minimum dan maximum serta sum. ROA memiliki nilai minimum -0, 21 nilai maksimal 0,45, dan sum 1,49. ROE memiliki nilai minimum -0, 38, nilai maximum 1,45, dan sum 5,18. DAR memiliki nilai minimum 0, 19, nilai maximum 0,77, dan sum 11,40. DER memiliki nilai minimum 0,24, nilai maximum 3,41, dan sum 26,22. WC memiliki nilai minimum -0, 25, nilai maximum 0,55 dan sum 4,79. CSR memiliki nilai minimum 0,00, nilai maximum 248,00, dan sum 823,00. Count pada ROA, ROE, DAR, DER, WC, dan CSR adalah 27 yang menunjukkan bahwa data diambil dari tujuh perusahaan dengan tahun analisis keuangan yang dipakai 2018 sampai 2021 dan satu tahun yang tidak digunakan karena tidak adanya data keuangan yang diperoleh pada salah satu perusahaan, yaitu tahun 2021 perusahaan KPAS.

Tabel 2 Hasil Analisis Korelasi

	ROA	ROE	DAR	DER	WC	CSR
ROA	1,00					
ROE	0,94	1,00				
DAR	0,46	0,65	1,00			
DER	0,60	0,81	0,94	1,00		
WC	-0,35	-0,53	-0,82	-0,75	1,00	
CSR	0,55	0,49	0,42	0,32	-0,37	1

Sumber: Data primer diolah menggunakan excel

Berdasarkan data tabel 2 tersebut korelasi ROA terhadap ROA sangat kuat, ROA terhadap ROE korelasi sangat kuat, ROA terhadap DAR korelasi sedang, ROA terhadap DER korelasi sedang, ROA terhadap WC tidak ada korelasi, ROA terhadap CSR korelasi sedang. ROE terhadap ROE korelasi sangat kuat, ROE terhadap DAR korelasi kuat, ROE terhadap DER sangat kuat, ROE terhadap WC tidak ada korelasi. DAR terhadap DAR korelasi sangat kuat, DER terhadap DER sangat kuat, DAR terhadap WC tidak ada korelasi, DAR terhadap CSR korelasi sedang. DER terhadap DER korelasi sangat kuat, DER terhadap WC tidak ada korelasi, DER terhadap CSR korelasi lemah. WC terhadap WC korelasi kuat, WC terhadap CSR tidak ada korelasi, dan CSR terhadap CSR sangat kuat.

Menurut uraian di atas dapat disimpulkan seberapa kuat korelasi rasio *leverage*, modal kerja, dan tenaga kerja terhadap profitabilitas. Dari data tersebut korelasi antara profitabilitas ROA terhadap rasio *leverage* DER sebesar 0,60 yang artinya sedang atau dengan kata lain tidak terlalu kuat begitu juga korelasi antara profitabilitas ROA terhadap rasio *leverage* DAR sebesar 0,46 yang artinya sedang atau dengan kata lain tidak terlalu kuat. Adapun korelasi antara profitabilitas ROE terhadap rasio *leverage* DER sebesar 0,81 yang artinya sangat kuat, lebih kuat dibandingkan dengan korelasi antara profitabilitas ROE terhadap rasio *leverage* DAR yang hanya sebesar 0,65 yang artinya kuat. Selanjutnya dapat kita ketahui dari data tersebut korelasi antara profitabilitas ROA terhadap modal kerja WC -0,35 yang artinya tidak ada hubungannya sama sekali begitu juga korelasi antara profitabilitas ROE terhadap modal kerja WC sebesar -0,53 yang artinya tidak ada hubungannya sama sekali. Selanjutnya dapat kita lihat korelasi antara profitabilitas ROA terhadap tanggung jawab sosial CSR 0,55 yang artinya sedang atau dengan kata lain tidak terlalu kuat begitu juga korelasi antara profitabilitas ROE terhadap tanggung jawab sosial CSR sebesar 0,49 yang artinya sedang atau dengan kata lain tidak terlalu kuat.

Tabel 3.1 Hasil Analisis DER, WC, dan CSR terhadap ROA

	Coefficients	P-value
Intercept	-0,16	0,02
DER	0,13	0,00
WC	0,22	0,12
CSR	0,00	0,01

Sumber: Data primer diolah menggunakan excel

Hasil tersebut menunjukkan bahwa DER terhadap ROA berpengaruh positif, WC terhadap ROA berpengaruh positif, CSR terhadap ROA berpengaruh negatif karena hasil koefisien 0,00. Berlandaskan tabel 3.1 dapat dijelaskan bahwa konstanta memiliki nilai koefisien -0,16 maksudnya jika DER, WC, dan CSR memiliki nilai 0, maka profitabilitas menjadi -0,16. Nilai koefisien DER adalah 0,13 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka DER akan meningkat 1% dan profitabilitasnya juga meningkat sama banyaknya 0,13. DER memiliki koefisien yang positif terhadap profitabilitas (ROA) sehingga ketika DER meningkat, maka profitabilitas (ROA) juga meningkat. *P-value* DER juga memiliki nilai 0,00 yang berarti DER sangat berpengaruh terhadap ROA. Nilai koefisien WC adalah 0,22 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka WC akan meningkat 1% dan profitabilitas juga meningkat sama banyaknya 0,22. WC memiliki koefisien yang positif terhadap profitabilitas (ROA) sehingga ketika WC meningkat, maka profitabilitas (ROA) juga meningkat. Akan tetapi, *P-value* WC memiliki nilai 0,12 yang berarti WC tidak berpengaruh terhadap ROA. Nilai koefisien CSR adalah 0,00 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka CSR akan meningkat 1% dan profitabilitas akan menurun sebanyak -0,16. CSR memiliki koefisien yang negatif terhadap profitabilitas (ROA) sehingga ketika CSR meningkat, maka profitabilitas (ROA) akan menurun. *P-value* CSR juga memiliki nilai 0,01 yang berarti CSR sangat berpengaruh terhadap ROA.

Tabel 3.2 Hasil Analisis DER, WC, dan CSR terhadap ROE

	<i>Coefficients</i>	<i>P-value</i>
<i>Intercept</i>	-0,50	0,00
DER	0,53	0,00
WC	0,49	0,15
CSR	0,00	0,02

Sumber: Data primer diolah menggunakan excel

Hasil tersebut menunjukkan bahwa DER terhadap ROE berpengaruh positif, WC terhadap ROE berpengaruh positif, CSR terhadap ROE berpengaruh negatif karena hasil koefisien 0,00. Berlandaskan tabel 3.2 dapat dijelaskan bahwa konstanta memiliki nilai koefisien -0,50 maksudnya jika DER, WC, dan CSR memiliki nilai 0, maka profitabilitas menjadi -0,50. Nilai koefisien DER adalah 0,53 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka DER akan meningkat 1% dan profitabilitasnya juga meningkat sama banyaknya 0,53. DER memiliki koefisien yang positif terhadap profitabilitas (ROE) sehingga ketika DER meningkat, maka profitabilitas (ROE) juga meningkat. *P-value* DER juga memiliki nilai 0,00 yang berarti DER sangat berpengaruh terhadap ROE. Nilai koefisien WC adalah 0,49 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka WC akan meningkat 1% dan profitabilitasnya juga meningkat sama banyaknya 0,49. WC memiliki koefisien yang positif terhadap profitabilitas (ROE) sehingga ketika WC meningkat, maka profitabilitas (ROE) juga meningkat. Akan tetapi, *P-value* WC memiliki nilai 0,15 yang berarti WC tidak berpengaruh terhadap ROE. Nilai koefisien CSR adalah 0,00 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka CSR akan meningkat 1% dan profitabilitasnya akan menurun sebanyak -0,50. CSR memiliki koefisien yang negatif terhadap profitabilitas (ROE) sehingga ketika CSR meningkat, maka profitabilitasnya akan menurun. *P-value* CSR memiliki nilai 0,02 yang berarti CSR sangat berpengaruh terhadap ROE.

Tabel 3.3 Hasil Analisis DAR, WC, dan CSR terhadap ROA

	<i>Coefficients</i>	<i>P-value</i>
<i>Intercept</i>	-0,15	0,32
WC	0,07	0,71
CSR	0,00	0,02
DAR	0,35	0,23

Sumber: Data primer diolah menggunakan excel

Hasil tersebut menunjukkan bahwa DAR terhadap ROA berpengaruh positif, WC terhadap ROA berpengaruh positif, CSR terhadap ROA berpengaruh negatif karena hasil koefisien 0,00. Berlandaskan tabel 3.3 dapat dijelaskan bahwa konstanta memiliki nilai

koefisien-0,15 maksudnya jika DER, WC, dan CSR memiliki nilai 0, maka profitabilitas menjadi -0,15. Nilai koefisien DAR adalah 0,35 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka DAR akan meningkat 1% dan profitabilitasnya juga meningkat sama banyaknya 0,35. DAR memiliki koefisien yang positif terhadap profitabilitas (ROA) sehingga ketika DAR meningkat, maka profitabilitas (ROA) juga meningkat. Akan tetapi, *P-value* DAR memiliki nilai 0,23 yang berarti DAR tidak berpengaruh terhadap ROA. Nilai koefisien WC adalah 0,07 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka WC akan meningkat 1% dan profitabilitasnya juga meningkat sama banyaknya 0,07. WC memiliki koefisien yang positif terhadap profitabilitas (ROA) sehingga ketika WC meningkat, maka profitabilitasnya juga meningkat. Akan tetapi, *P-value* WC memiliki nilai 0,71 yang berarti WC tidak berpengaruh terhadap ROA. Nilai koefisien CSR adalah 0,00 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka CSR akan meningkat 1% dan profitabilitasnya akan menurun sebanyak -0,16. CSR memiliki koefisien yang negatif terhadap profitabilitas (ROA) sehingga ketika CSR meningkat, maka profitabilitasnya akan menurun. *P-value* CSR memiliki nilai 0,02 yang berarti CSR sangat berpengaruh terhadap ROA.

Tabel 3.4 Hasil Analisis DAR, WC, dan CSR terhadap ROE

	<i>Coefficients</i>	<i>P-value</i>
<i>Intercept</i>	-0,63	0,15
WC	0,05	0,92
CSR	0,00	0,12
DAR	1,74	0,04

Sumber: Data primer diolah menggunakan excel

Hasil tersebut menunjukkan bahwa DER terhadap ROE berpengaruh positif, WC terhadap ROE berpengaruh positif, CSR terhadap ROE berpengaruh negatif karena hasil koefisien 0,00. Berlandaskan tabel 3.4 dapat dijelaskan bahwa konstanta memiliki nilai koefisien-0,63 maksudnya jika DER, WC, dan CSR memiliki nilai 0, maka profitabilitas menjadi -0,63. Nilai koefisien DAR adalah 1,74 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka DAR akan meningkat 1% dan profitabilitasnya juga meningkat sama banyaknya 1,74. DAR memiliki koefisien yang positif terhadap profitabilitas (ROE) sehingga ketika DAR meningkat, maka profitabilitas (ROE) juga meningkat. *P-value* DAR juga memiliki nilai 0,04 yang berarti DAR sangat berpengaruh terhadap ROE. Nilai koefisien WC adalah 0,05 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka WC akan meningkat 1% dan profitabilitasnya juga meningkat sama banyaknya 0,05. WC memiliki koefisien yang positif terhadap profitabilitas (ROE) sehingga ketika WC meningkat, maka profitabilitas (ROE) juga meningkat. Akan tetapi, *P-value* WC memiliki nilai 0,92 yang berarti WC tidak berpengaruh terhadap ROE. Nilai koefisien CSR adalah 0,00 yang artinya ketika nilai variabel lain tetap, maka CSR akan meningkat 1% dan profitabilitasnya akan menurun sebanyak -0,50. CSR memiliki koefisien yang negatif terhadap profitabilitas (ROE) sehingga ketika CSR meningkat, maka profitabilitasnya akan menurun. *P-value* CSR memiliki nilai 0,12 yang berarti CSR tidak berpengaruh terhadap ROE.

PENUTUP

Berlandaskan hasil dan pembahasan yang dilaksanakan dapat ditarik kesimpulan bahwa rasio *leverage* DER sangat memengaruhi profitabilitas ROA maupun ROE dan bergerak searah sehingga ketika rasio *leverage* DER mengalami peningkatan profitabilitasnya juga akan mengalami peningkatan. Adapun rasio *leverage* DAR yang hanya memengaruhi profitabilitas ROE, tetapi tidak memengaruhi profitabilitas ROA. Selanjutnya ada modal kerja WC yang tidak memengaruhi profitabilitas ROA maupun ROE. Terakhir ada CSR yang sangat memengaruhi profitabilitas ROA, tetapi tidak memengaruhi profitabilitas ROE. Saran yang dapat disampaikan berlandaskan hasil penelitian diharapkan para investor dapat menjadikan jurnal ini sebagai referensi untuk keputusan menanam modal dan untuk peneliti jurnal ini diharapkan dapat memberikan banyak wawasan serta dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut mengenai rasio *leverage*, modal kerja dan tanggung jawab sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhani, D. (2019). Pengaruh Debt To Total Asset Ratio (DAR) dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Net Profit Margin (NPM) Serta dampaknya terhadap Harga Saham pada Perusahaan Elektronik di Bursa Efek Tokyo tahun 2007-2016. *Jurnal Sekuritas*. 3(1), 45-64.
- Andreas, H. H., Usil, S. S., & Delima, E. (2015). Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen*, 15 (1), 119-136.
- Atmaja, Lukas S. (2008). *Teori dan praktik manajemen keuangan*. Jakarta : Andi.
- Bowen, Howard R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Ann Arbor, Michigan : Harper.
- Dougherty, J. E., and Robert, L. P. (1997). *Contending Thories of International Relations*. Boadway: Harper Collins.
- Hery. (2015). *Pengantar Akuntansi*. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kasmir. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2019). *Pengantar manajemen keuangan*. Jakarta : Prenadamedia.
- Prihanto, S. (2021). *Tanggung Jawab Sosial: Pengertian dan Contohnya pada Bisnis*. Diunduh pada 12 Januari 2023 dari <https://aksaragama.com/tanggung-jawab-sosial-bisnis/>
- Putri, P. I. G., dan Gede M. S. (2022). *Pengaruh Modal Kerja terhadap Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman*. Diunduh pada 13 Januari 2023 dari https://www.academia.edu/28809442/PENGARUH_MODAL_KERJA_TERHADAP_PROFITABILITAS_PERUSAHAAN_FOOD_AND_BEVERAGES
- Salma, N., dan Tiara J. R. (2019). Pengaruh Rasio Leverage, Likuiditas, Profitabilitas terhadap Kualitas Laba Perusahaan Makanan Minuman BEI. *COMPETITIVE*, 14 (2), 84-95.
- S, Munawir. (2004). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sutrisno. (2009). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Tnius, N. (2018). Pengaruh Modal Kerja terhadap Profitabilitas pada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. *Jurnal Sekuritas*, 1 (4), 66-79.
- Widhi, N. N., dan Nengah, S. (2021). Pengaruh Leverage dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 11 (2), 267-275.

PENGARUH *E-COMMERCE* DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DI KOTA BELOPA

Darlis¹ Altri Wahida² Hapid³

¹Universitas Muhammadiyah Palopo;

²Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Palopo

darlis@student.umpalopo.ac.id¹, altri.wahida@umpalopo.ac.id²,

hapid.umpalopo@gmail.com³

ABSTRACK

The existence of different income expectations or it can also be called the expectation of a person's income from business activities, it is increasingly difficult to determine the low and erratic income planning to have a business but if someone has their own business the right to manage it is unlimited, if it is managed properly well, coupled with the responsibility of one's own career is not easy, sometimes the expected results are far from estimates, sometimes beyond our imagination, and vice versa, not in accordance with the original purpose. This study aims to analyze E-Commerce and income expectations on entrepreneurial interest in Belopa City. Sampling research using accidental sampling method with a total of 30 respondents. Data were analyzed using a quantitative approach through Multiple Regression Analysis using the SPSS Application. The results of this study indicate that simultaneously E-Commerce and expectations influence the interest in entrepreneurship in Belopa City. Partially, E-Commerce has a positive and significant effect on entrepreneurial interest in Belopa City. Partially, income expectations have a positive and significant effect on entrepreneurial interest in Belopa City.

Keyword : E-Commerce, income_expectations, Entrepreneurial_interest

ABSTRAK

Adanya ekspektasi pendapatan yang berbeda-beda atau bisa juga disebut dengan ekspektasi pendapatan seseorang dari kegiatan usaha, maka semakin sulit untuk menentukan rendah dan tidak menentunya pendapatan berencana untuk memiliki usaha tetapi jika seseorang memiliki usaha sendiri hak atas mengelola itu tidak ada batasnya, jika dikelola dengan baik, ditambah dengan tanggung jawab karir sendiri tidaklah mudah, terkadang hasil yang diharapkan jauh dari perkiraan, terkadang di luar imajinasi kita, begitu pula sebaliknya, tidak sesuai dengan tujuan semula. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *E-Commerce* dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa. Pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah 30 responden. Data dianalisis dengan pendekatan kuantitatif melalui Analisis Regresi Berganda menggunakan Aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *E-Commerce* dan ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa. Secara parsial *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa. Secara parsial ekspektasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Ekspektasi_pendapatan, Minat_berwirausaha

PENDAHULUAN

Di era globalisasi fenomena jual beli di media online sangat populer, dengan munculnya media online kita rasakan dapat mengubah cara seseorang dalam berkomunikasi dan bertransaksi, inilah peran media online. Bisa menghubungkan lebih banyak orang, bahkan pengusaha, yang semuanya bisa menjadi penyebab seseorang memperoleh keuntungan (profit).

E-commerce adalah situs web yang menawarkan kesempatan kepada pengguna untuk melakukan transaksi jual beli secara online melalui Internet dengan bantuan sistem

komputer untuk memastikan efisiensi bisnis secara keseluruhan.(Sinulingga & Nawawi, 2022).Ekspektasi pendapatan merupakan suatu harapan individu untuk mencapai target pendapatan dari hasil pekerjaannya(Achmad Ihza Maulana Ibrahim & Muslimin, 2022)

Hasil perkembangan *e-commerce* di masyarakat membawa dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah transaksi *e-commerce* memberikan kemudahan dan kepraktisan bagi pelaku usaha untuk menawarkan barang konsumen untuk dijual secara online tanpa mengharuskan konsumen datang ke toko. Permasalahan yang sering dihadapi pelaku *e-commerce* terhadap konsumen bermacam-macam, mulai dari kesalahan teknis dalam artian barang tidak berjalan sesuai rencana hingga transaksi yang sulit, pesanan banyak yang tertunda, persaingan sangat tinggi, kurang percaya diri, kecepatan internet lambat, mudah tertipu, kurang pengetahuan.(Afifah & Swh, 2022)

Adanya ekspektasi pendapatan yang berbeda-beda atau bisa juga disebut dengan ekspektasi pendapatan seseorang dari kegiatan usaha, maka semakin sulit untuk menentukan rendah dan tidak menentunya pendapatan berencana untuk memiliki usaha tetapi jika seseorang memiliki usaha sendiri hak atas mengelola itu tidak ada batasnya, jika dikelola dengan baik, ditambah dengan tanggung jawab karir sendiri tidaklah mudah, terkadang hasil yang diharapkan jauh dari perkiraan, terkadang di luar imajinasi kita, begitu pula sebaliknya, tidak sesuai dengan tujuan semula.(Setiawan & Malik, 2021)

Dari permasalahan diatas,maka saya akan mengangkat judul "Pengaruh *E-commerce*,Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Dikota Belopa". Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan secara simultan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa, pengaruh *e-commerce* secara parsial terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa dan pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha di Kota Palopo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan secara simultan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa, untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa, dan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.

LANDASAN TEORI

1. *E-commerce*

E-commerce adalah cara untuk membeli secara online atau melakukan bisnis atau melakukan penjualan langsung menggunakan layanan Internet dengan situs web yang menawarkan layanan "*get and deliver*"(Gultom, 2021). E-commerce adalah bisnis elektronik dalam jaringan bisnis global, mencakup semua proses pemasaran, penjualan, pengiriman, layanan dan pembayaran pelanggan serta pengembangan, tidak hanya jual beli di Internet. Sistem e-commerce berdasarkan sumber daya dan teknologi online Informasi lainnya E-commerce adalah perusahaan atau bisnis yang menawarkan barang atau memfasilitasi penjualan produk dan layanan melalui perdagangan elektronik, yang pada gilirannya mengarah pada pembelian elektronik dan arahan pemasaran elektronik. E-commerce merupakan hasil dari perkembangan teknologi informasi di bidang startup yang sangat penting saat ini, karena setiap organisasi membutuhkannya untuk memasarkan produk dan juga barang yang mereka jual (Sinulingga & Nawawi, 2022). *E-commerce* merupakan proses membeli, menjual, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet(Erlinda & Astuti, 2019). Dari beberapa definisi dapat disimpulkan bahwa perdagangan elektronik adalah suatu sistem dan metode dimana transaksi jual beli dapat dilakukan melalui perangkat elektronik, khususnya telepon dan internet. E-commerce adalah proses membeli, menjual, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet (Erlinda & Astuti, 2019).

Menurut Dwi P dan Susinah K (2017), menyajikan indikator yang digunakan sebagai berikut:

- a. Proses pembelian produk
- b. Proses penjualan produk
- c. Ketersediaan sarana pendukung

- d. Kesiapan sumber daya
- e. Kecepatan merespon konsumen

2. Ekspektasi Pendapatan

Ekspektasi pendapatan merupakan harapan akan pendapatan yang lebih tinggi, sehingga dengan ekspektasi pendapatan yang lebih tinggi maka minat berwirausaha seseorang akan meningkat. (Agustin et al., 2020). Ekspektasi pendapatan merupakan harapan seseorang untuk menghasilkan pendapatan berupa uang dan atau barang yang nantinya digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidup (Setiawan & Malik, 2021). Ekspektasi pendapatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha, karena dalam menentukan suatu pekerjaan tidak lepas dari pertimbangan gaji atau pendapatan yang akan diperolehnya (Oktariani et al., 2021). Ekspektasi pendapatan adalah harapan akan pendapatan yang lebih banyak, apalagi dengan harapan pendapatan yang lebih tinggi dapat meningkatkan minat berwirausaha di masyarakat. (Anita Ilmaniati, 2017:42). Menurut Deden Setiawan dalam penelitiannya (2016:3) ekspektasi pendapatan adalah harapan seseorang akan pendapatan yang diperolehnya dari kegiatan usaha ataupun bekerja.

Indikator ekspektasi pendapatan menurut Muhammad Efendi (2017:455) ada 4 macam yaitu:

- a. Harapan memperoleh pendapatan yang tinggi di bandingkan menjadi karyawan
- b. Harapan memperoleh pendapatan di atas rata-rata
- c. Adanya keuntungan lebih besar daripada ikut orang
- d. Adanya pendapatan yang lebih potensial

3. Minat berwirausaha

Minat berwirausaha adalah tentang keinginan, minat, dan kemauan untuk bekerja keras atau memiliki kemauan yang kuat untuk berusaha sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang tanpa takut akan risiko di masa depan dan kemauan untuk bekerja dari kegagalan untuk belajar (Rahayu & Laela, 2018). Minat berwirausaha adalah kecenderungan hati subjek untuk tertarik memulai suatu usaha, yang kemudian mengorganisasikan, mengelola, mendukung dan mengembangkan usaha yang diciptakannya (Erlinda & Astuti, 2019). Minat berwirausaha adalah kemampuan untuk mendorong diri sendiri dan menyelesaikan sesuatu. Serta mempromosikan usaha atau memulai usaha baru dengan suka cita, karena bermanfaat baginya untuk berusaha mengumpulkan uangnya tanpa takut resiko dan ia selalu berani mengambil keputusan dalam pengembangan usaha yang dikelolanya. Kewirausahaan berbicara tentang keinginan, minat, dan kemauan seseorang untuk memunculkan ide-ide bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut akan risiko yang muncul, sehingga mereka menerima tantangan, lebih percaya diri, kreatif dan inovatif, serta memiliki kemampuan dan keterampilan untuk memenuhi kebutuhannya (Prodi et al., 2022). Minat berwirausaha merupakan motivasi dari dalam diri yang dapat berupa semangat usaha untuk memperoleh penghasilan secara mandiri dari orang lain (Setiani et al., 2022).

Menurut Harun dalam Amir Mahmud (2019:23) indikator minat berwirausaha adalah sebagai berikut:

- a. Membuat pilihan aktivitas
- b. Merasa tertarik untuk berwirausaha
- c. Merasa senang akan berwirausaha
- d. Keberanian mengambil resiko

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis 1 : Diduga *E-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.
2. Hipotesis 2 : Diduga ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.
3. Hipotesis 3 : Diduga *E-commerce* dan ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini metode Penelitian yang digunakan yaitu penelitian Kuantitatif, penelitian ini termasuk kedalam penelitian asosiatif kasual, dari mulai menyusun pertanyaan yang spesifik, membatasi pertanyaan, mengumpulkan data yang di perlukan dalam penelitian ini, menganalisis angka-angka dengan menggunakan statistik, melakukan penyidikan yang tidak memihak dengan cara yang obyektif. penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap etos kerja karyawan di PT. Bumi Mineral Sulawesi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dalam pengumpulan informasi mengenai indikator terkait variabel penelitian dengan menggunakan data primer. Pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah 30 responden. Data dianalisis dengan pendekatan kuantitatif melalui Analisis Regresi Berganda menggunakan Aplikasi SPSS Versi 26 yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji serempak (uji F), uji parsial (uji T), dan uji determinasi (R Square).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden karena agar pengujian mendekati kurva normal. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	<i>E-commerce</i>	X1.1	0,449	0,355	Valid
		X1.2	0,865	0,355	Valid
		X1.3	0,823	0,355	Valid
		X1.4	0,707	0,355	Valid
		X1.5	0,600	0,355	Valid
2.	Ekspektasi Pendapatan (X2)	X2.1	0,858	0,355	Valid
		X2.2	0,849	0,355	Valid
		X2.3	0,741	0,355	Valid
		X2.4	0,784	0,355	Valid
		X2.5	0,801	0,355	Valid
3.	Minat Berwirausaha (Y)	Y.1	0,690	0,355	Valid
		Y.2	0,923	0,355	Valid
		Y.3	0,791	0,355	Valid
		Y.4	0,838	0,355	Valid
		Y.5	0,819	0,355	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2023

Hasil uji validitas untuk variabel *e-commerce*, ekspektasi pendapatan dan minat berwirausaha, 5 item pernyataan untuk variabel *e-commerce*, 5 item pernyataan untuk variabel ekspektasi pendapatan dan 5 item pernyataan untuk variabel minat berwirausaha, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena *pearson correlation* r hitung > r tabel atau dengan kata lain *pearson correlatiannya* adalah diatas 0,355

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari satu variabel. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji

statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha*-nya $\geq 0,60$

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
<i>E-Commerce</i> (X1)	0,716	0,355	<i>Reliabel</i>
Ekspektasi Pendapatan (X2)	0,875	0,355	<i>Reliabel</i>
Minat Berwirausaha (Y)	0,878	0,355	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data Primer diolah 2023

Berdasarkan hasil dari hasil SPSS, hasil pengujian Reliabilitas variabel *e-commerce* dapat disimpulkan bahwa dari 5 item pernyataan pada variabel *e-commerce* penelitian ini menunjukkan nilai *cronbach,s alpha* sebesar 0,716 yang lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka dalam pelitian ini variabel *e-commerce* dikatakan *Reliabel*. Variabel ekspektasi pendapatan dengan 5 item pernyataan menunjukkan nilai *cronbach,s alpha* sebesar 0,875 yang lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka dalam pelitian ini variabel ekspektasi pendapatan dikatakan *Reliabel*. Variabel minat berwirausaha dengan 5 item pernyataan menunjukkan nilai *cronbach,s alpha* sebesar 0,878 yang lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka dalam pelitian ini variabel minat berwirausaha dikatakan *Reliabel*.

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan pengujian dibawah nilai sign $0,000 < 0,05$ maka terjadi signifikan,selanjutnya f hitung $16.671 > 3,33$ f tabel maka berpengaruh bersama sama.

Tabel 3

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	100.397	2	50.199	16.671	.000 ^b
	Residual	84.312	28	3.011		
	Total	184.710	30			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah SPSS

Dari data tabel diatas dapat di simpulkan nilai signifikan untuk pengaruh *E-commerce* dan Ekspektasi pendapatan secara simultan terhadap Minat Berwirausaha adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $16,671 > F_{tabel} 2,96$, sehingga dapat di simpulkan bahwa H_3 di terima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan antara *e-commerce* (X1) dan ekspektasi pendapatan (X2), terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa (Y).

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4

Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4.062	1.922		2.113	.044
	X1	-.135	.207	-.087	-.651	.520
	X2	.791	.139	.757	5.683	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah SPSS

1. Diketahui nilai Signifikan untuk variabel *e-commerce* adalah sebesar $0,520 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -0,651 < t_{tabel} 2,048$, sehingga diperoleh *e-commerce* (X_1) tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa (Y).
2. Diketahui nilai Signifikan untuk variabel ekspektasi pendapatan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,683 > t_{tabel} 1,981$, sehingga diperoleh bahwa ekspektasi pendatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.

Uji Determinasi (R Square)

Tabel 5
Hasil Nilai Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.511	1.73527

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,544 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan secara simultan (bersama-sama) terhadap minat beriwrausaha adalah sebesar 54.4% dengan sisanya 45,6% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *E-commerce* terhadap minat berwirausaha

Berdasarkan uji t di peroleh pengaruh *E-commerce* terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa dengan T_{hitung} sebesar $-0,651 < T_{tabel} 2,048$. Hal ini menunjukkan bahwa *E-commerce* secara langsung tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.

Dengan demikian semakin baik peran *E-commerce* yang dirasakan oleh masyarakat Kota Belopa maka semakin tinggi pula minat masyarakat Kota Belopa dalam berwirausaha. Sebaliknya semakin rendah pemahaman masyarakat tentang *E-commerce* maka semakin rendah minat masyarakat Kota Belopa untuk berwirausaha. Sehingga dapat di simpulkan bahwa **hipotesis 1** yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa **Ditolak**.

Pengaruh Ekspektasi Pendapatan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa

Berdasarkan uji t di peroleh pengaruh ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa dengan T_{hitung} sebesar $5,683 > T_{tabel} 2,048$. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.

Dengan demikian semakin tinggi ekspektasi pendapatan yang dirasakan oleh masyarakat Kota Belopa maka semakin tinggi pula minat masyarakat Kota Belopa dalam berwirausaha. Sebaliknya semakin rendah ekspektasi pendapatan masryarakat maka semakin rendah minat masyarakat Kota Belopa untuk berwirausaha. Sehingga dapat di simpulkan bahwa **hipotesis 2** yang menyatakan bahwa ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa **Diterima**.

Pengaruh *E-commerce* dan Ekspektasi Pendapatan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa

Melalui uji F diperoleh Fhitung sebesar 16.671 pada taraf signifikansi 5% dan Ftabel sebesar 2,96 pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian, Fhitung ($16.671 > Ftabel (2.96)$,

berarti regresi linear berganda Y atas X1 dan X2 bersifat nyata atau dengan kata lain ada pengaruh *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda dapat diketahui besarnya sumbangan yang diberikan oleh variabel *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa secara simultan (R²) adalah 0,544 atau 54,5%, hal ini berarti sistem minat berwirausaha sebesar 54,4% dipengaruhi oleh *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan dan sisanya sebesar 45,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti atau diluar model penelitian. Semakin baik *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan yang ada di mata masyarakat Kota Belopa maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk berwirausaha. Sebaliknya semakin rendah *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan yang ada di mata masyarakat Kota Belopa maka semakin rendah pula minat masyarakat untuk berwirausaha, sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 3** yang menyatakan bahwa *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa **diterima**. Berdasarkan hasil pengelolaan data di atas *e-commerce* dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa berpengaruh secara simultan, berarti secara bersama-sama memiliki hubungan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di masyarakat Kota Belopa dengan Judul “ Pengaruh *E-commerce* Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha di Kota Belopa”. Memiliki kesimpulan sebagai berikut :

1. *E-commerce* tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.
2. Ekspektasi pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.
3. *E-commerce* dan ekspektasi pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha di Kota Belopa.

Saran

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi yang berguna dalam mempertimbangkan pengaruh ekspektasi pendapatan dan *e-commerce* terhadap minat berwirausaha.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari variabel-variabel independen lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.
3. Dalam berwirausaha *e-commerce* ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, pemasarannya yang luas dan terjangkau, mudah di akses sehingga mudah digunakan dalam berwirausaha. *E-commerce* ini sangat baik diterapkan dalam berwirausaha sehingga bisa memaksimalkan usaha yang di jalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Ihza Maulana Ibrahim, & Muslimin. (2022). *Pengaruh E-Commerce, Ekspektasi Pendapatan, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha*. JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi), 14(1), 30–43. <https://doi.org/10.37151/jsma.v14i1.90>
- Afifah, Anna, and Maria SWH. 2022. “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung)”. *Jurnal Cita Ekonomika* 16 (2), 77-95. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v16i2.6646>.
- Agustin, R. R., Diana, N., Afifuddin. (2020). *Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Untuk Berwirausaha*.

- Cahya Purwati Sinulingga, Zuhri M Nawawi. 2022. Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha di Era Global. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen Volume 2 No.1 Hal 1611-1617
- Efendi Muhammad & Supeni Retno Endah. (2017). Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha Perguruan Tinggi Swasta. Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis ISBN:978-602-5617-01-0 hal.449-463.
- Erlinda, Rika Astuti. 2019. *Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Yang Dimoderasi Oleh Pendidikan Kewirausahaan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh*. Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah. Vol 9, No 2 (2019): Edisi: Juli - Desember 2019.
- Eswanto Sugeng Rahayu, Siti Laela. 2018. *Pengaruh Minat Berwirausaha dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kewirausahaan pada Mahasiswa*. Jurnal Pengembangan Wiraswasta Vol. 20 No. 03 – Desember 2018.
- Gultom, Elida. "Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru)." Journal of Business and Economics Research (JBE) 2, no. 2 (2021): 40-46.
- Mahmud Amir & Sa'adah Lailatus. (2019). Pengaruh Penggunaan Instagram dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha. Economic Education Analysis Journal ISSN:2252-6544
- Muslihudin dan Ilmaniati, Anita. (2017). Pengaruh Efikasi Diri dan Ekspektasi Pendapatan, Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK (SMK Al-Madina). JMITS, 1(6), 41–49.
- Oktariani et al., 2021. *Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik*. Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies, Volume 2, No. 1
- P Dwi, K Susinah, 2017, Biaya Produksi, E-Commerce dan Penjualan Produk Pada Sentra Kaos Bandung, Vol.2, No.2, E-ISSN: 2528-0163, Bandung.
- Rizky Setiawan, Abdul Malik. 2021. *Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Masyarakat (Studi Kasus Pada Desa Tumpatan Nibung Dusun VI Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara)*. Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik Volume 3, No 1, Juli 2021
- Setiani, N., Roza, Y., & Maimunah, M. (2022). *Analisis Kemampuan Siswa Dalam Pemahaman Konsep Matematis Materi Peluang Pada Siswa SMP*. Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika, 6(2), 2286- 2297
- Setiawan, Deden. 2016. Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta) [Skripsi]. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

DETERMINAN PENGANGGURAN TERDIDIK DI INDONESIA

Milda Rosalinda¹, Sry Wahyuni Mustafa², H. Mustafa Muhani³

Universitas Muhammadiyah Palopo

mildarosalinda07@gmail.com¹

ABSTRACT

Unemployment is an economic problem that cannot be avoided by every country, both developed and developing countries. The main problem in unemployment is people who are highly educated but do not have jobs, causing educated unemployment. Therefore this study aims to identify the determinants of educated unemployment in Indonesia with Gross Regional Domestic Product, Regional Minimum Wage, and Foreign Investment as indicators. This research method uses a quantitative time series during 2005-2021. The data used is secondary data sourced from the Central Bureau of Statistics. The analytical method used is the Classical Assumption method. The results of the study show that partially (t-test) the GRDP and RMW variables do not have a significant effect on the level of educated unemployment in Indonesia, while Foreign Investment has a negative and significant effect on the level of educated unemployment in Indonesia. Based on the results of the simultaneous research (F-test) the variables GRDP, RMW, and Foreign Investment together have a significant influence on Educated Unemployment in Indonesia in 2005-2021.

Keywords : *Gross Regional Domestic Product, Regional Minimum Wage, Foreign Investment, Educated Unemployment*

ABSTRAK

Pengangguran merupakan sebuah permasalahan ekonomi yang tidak dapat dihindari oleh setiap negara baik negara maju maupun negara berkembang. Yang menjadi permasalahan utama dalam pengangguran adalah masyarakat yang berpendidikan tinggi namun tidak memiliki pekerjaan sehingga menyebabkan terjadinya pengangguran terdidik. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi determinan pengangguran terdidik di Indonesia dengan Produk Domestik Regional Bruto, Upah Minimum Regional, dan Penanaman Modal Asing sebagai indikatornya. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan time series selama 2005-2021. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari Badan Pusat Statistik. Metode analisis yang digunakan adalah metode Asumsi Klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji-t) variabel PDRB dan UMR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pengangguran terdidik di Indonesia, sedangkan Investasi Asing berpengaruh negative dan signifikan terhadap tingkat Pengangguran Terdidik di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian secara simultan (uji-F) variabel PDRB, UMR, dan Investasi Asing bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pengangguran Terdidik di Indonesia tahun 2005-2021.

Kata kunci : Produk Domestik Regional Bruto, Upah Minimum Regional, Investasi Asing, Pengangguran Terdidik

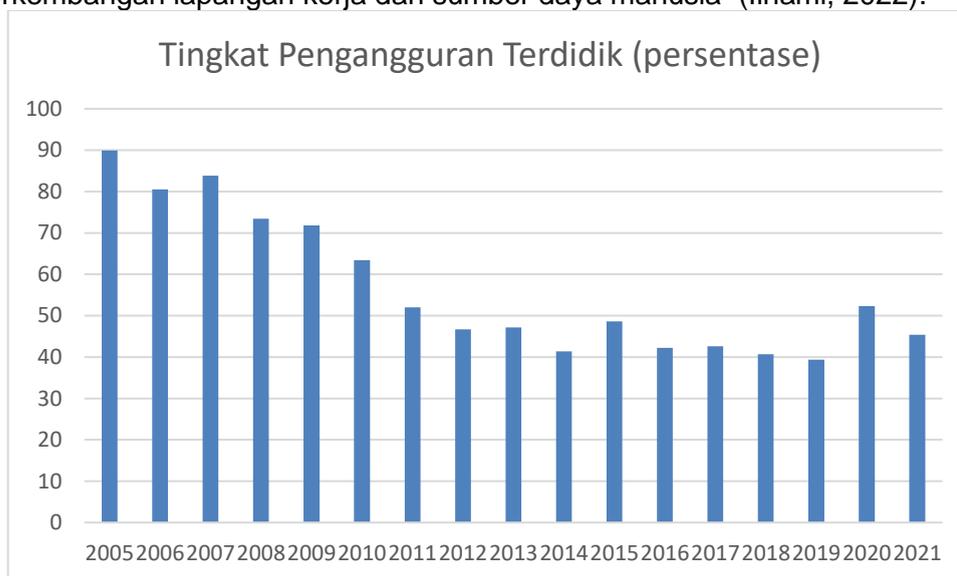
PENDAHULUAN

Masalah pengangguran mempengaruhi banyak negara, termasuk Indonesia. Menurut BPS, Indonesia memiliki 143,72 juta tenaga kerja pada Agustus 2022, dan tingkat pengangguran terbuka sebesar 5,86 persen yaitu 8,42 juta orang. Pemerintah harus memperhatikan masalah ekonomi meningkatnya pengangguran untuk menemukan jawaban terbaik, yaitu mengatasi pengangguran terdidik. Yang menjadi permasalahan utama dalam pengangguran adalah masyarakat yang berpendidikan tinggi namun tidak memiliki pekerjaan sehingga menyebabkan terjadinya pengangguran terdidik. Tiap tahun sekolah maupun perguruan tinggi akan meluluskan siswa maupun mahasiswa yang sudah melalui

jenjang pendidikan. Dengan keterbatasan lapangan pekerjaan tidak akan mampu menampung banyaknya masyarakat yang mencari pekerjaan.

Jika masalah pengangguran terus berlanjut, maka akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi karena kenaikan tingkat pengangguran mengakibatkan penurunan pertumbuhan ekonomi, yang berarti produksi yang dihasilkan tidak ada. Masalah pengangguran terus menjadi salah satu yang cukup rentan di antara orang yang berbeda. Ada beberapa alasan mengapa ada individu yang menganggur; namun, terlepas dari fakta bahwa jumlah pengangguran lebih banyak daripada lapangan pekerjaan yang tersedia, biasanya peluang kerja yang tersedia lebih sedikit, tidak mampu menampung tambahan tenaga kerja (Rianda, 2020).

Siswa yang telah menyelesaikan studi mereka dan sedang mencari pekerjaan tetapi belum melakukannya dianggap pengangguran terdidik. Di negara-negara berkembang, di mana pendidikan berpusat pada perspektif orang, pengangguran berkaitan erat dengan pendidikan (Wahyuni & Murtala, 2019). Fenomena pengangguran terdidik akan muncul di Indonesia jika tidak ada lapangan kerja yang tersedia, tanpa memandang tingkat pendidikan pencari kerja. Pengangguran terdidik terjadi akibat adanya ketidakseimbangan antara perkembangan lapangan kerja dan sumber daya manusia (Ilhami, 2022).



Gambar 1. Diagram Pengangguran Terdidik

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terdidik di Indonesia sejak tahun 2005-2021 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2005 jumlah pengangguran terdidik di Indonesia tertinggi sejak 17 tahun terakhir sebesar 89,9%, sedangkan pada tahun 2019 tingkat pengangguran terdidik mengalami penurunan hingga sebesar 39,34%. Pada tahun 2020 angka tingkat pengangguran terdidik mengalami kenaikan sebesar 12,97% yang diakibatkan oleh Pandemi Covid-19. Hal ini menandakan bahwa kesempatan kerja yang tersedia bagi masyarakat tidak memadai untuk menampung sumber daya manusia yang tersedia.

Upah minimum merupakan salah satu dari banyak elemen yang berkontribusi terhadap pengangguran terdidik di Indonesia. Upah merupakan salah satu faktor yang menentukan pengangguran menurut Mankiw (2006). Ketika upah tinggi, bisnis harus mengurangi biaya produksi dengan hanya mempekerjakan kandidat terbaik. Tentu saja, dari sudut pandang korporasi, menginvestasikan banyak uang mengharuskan perusahaan untuk mempekerjakan personel yang berkualifikasi tinggi dan terdidik (Auliya & Agusalm, 2022).

Berdasarkan Hukum Okun yang mempelajari hubungan antara tingkat pengangguran dan tingkat PDB suatu negara atau wilayah, PDRB juga mempengaruhi terjadinya pengangguran terdidik selain pendapatan. Menurut hukum Okun, jika PDRB suatu daerah meningkat maka akan meningkatkan kemampuan daerah tersebut dalam menyerap tenaga kerja yang akan berdampak pada menurunnya tingkat pengangguran. Berkurangnya

pertumbuhan ekonomi akan mengakibatkan bertambahnya jumlah pengangguran. Hal ini disebabkan karena lapangan kerja akan tercipta jika ekspansi ekonomi dipercepat hingga meningkatkan volume produk atau jasa yang dihasilkan. Akibatnya, akan ada lebih sedikit orang yang menganggur (Tingkat et al., 2022).

Investasi merupakan aspek lain yang mungkin berdampak pada pengangguran terdidik. Komitmen terhadap berbagai uang tunai atau sumber daya lain yang dilakukan sekarang dengan harapan menuai berbagai imbalan di masa depan dikenal sebagai investasi (Wahyuni & Murtala, 2019). Investasi tidak hanya menghasilkan permintaan tetapi juga meningkatkan kapasitas produksi, yang berkaitan dengan pengangguran. Dengan kata lain, dengan asumsi "pekerjaan penuh", kebutuhan tenaga kerja meningkat seiring dengan peningkatan kapasitas output. Hal ini karena investasi merupakan tambahan dari unsur-unsur produksi, dan tenaga kerja adalah salah satu faktor tersebut. Dengan meningkatkan partisipasi angkatan kerja, perekonomian secara keseluruhan akan mampu menyerap tenaga kerja sebanyak-banyaknya sehingga akan menurunkan tingkat pengangguran (Aji Pratama & Setyowati, 2022).

Pengangguran yang terjadi di Indonesia menjadi permasalahan ekonomi yang menyebabkan standar hidup lebih menurun sehingga terjadi masalah social dalam masyarakat. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh PDRB, Upah minimum, dan penanaman modal asing terhadap pengangguran terdidik di Indonesia. Dengan permasalahan yang diangkat penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh PDRB, upah minimum, dan penanaman modal asing terhadap pengangguran terdidik di Indonesia.

LANDASAN TEORI

Pengangguran Terdidik

Tobing (2004 dalam Adyaksa, 2020), mendefinisikan pengangguran terdidik sebagai mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya dan sedang mencari pekerjaan tetapi belum menemukannya. Di negara-negara berkembang, di mana pendidikan berpusat pada perspektif orang, pengangguran terkait erat dengan pendidikan (Adyaksa, 2020).

Pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengangguran terdidik karena semakin banyak pendidikan yang diselesaikan, semakin banyak pilihan pekerjaan yang tersedia bagi mereka, sehingga menurunkan tingkat pengangguran terdidik. Hanya mantan mahasiswa yang mengalami masa tunggu yang disebut pengangguran friksional yang mengalami pengangguran terdidik. Selain itu, lamanya masa tunggu bervariasi tergantung pada tingkat pendidikan (Junaidi 2016 dalam Barzuwa, 2020). Data BPS mencatat tingkat pengangguran tahun ini mencapai 5,86 persen atau sekitar 8,42 juta orang, dan 13,17 persen atau sekitar 1,2 juta orang diantaranya merupakan pengangguran terdidik.

Meningkatnya pengangguran terdidik memiliki sejumlah dampak yang merugikan. Pemborosan sumber daya pendidikan dan lunturnya kepercayaan masyarakat terhadap pendidikan adalah dua persoalan yang mungkin terjadi. Selain itu, hal itu dapat mengakibatkan penurunan produksi masyarakat, terutama di kalangan pekerja terdidik (Veronika & Mafruhat, 2022).

Produk Domestik Regional Bruto

Pertumbuhan ekonomi, sebagaimana didefinisikan oleh BPS, adalah peningkatan produksi barang dan jasa pada tahun tertentu dibandingkan dengan nilai tahun sebelumnya. Perbandingan ini didasarkan pada PDB atau PDRB yang dihitung atas dasar harga konstan (Aji Pratama & Setyowati, 2022). Pembangunan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi saling terkait erat, di satu sisi pembangunan ekonomi mendorong pertumbuhan ekonomi dan di sisi lain pertumbuhan ekonomi mempermudah proses pembangunan ekonomi (Mada & Ashar, 2015).

Penciptaan lapangan kerja yang luas merupakan tujuan lain pembanguunan ekonomi, dengan maksud untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengangguran terjadi ketika tidak tersedia cukup pekerjaan untuk jumlah orang yang mencari pekerjaan, yang

sering terjadi di sektor ketenagakerjaan. Indikator seberapa baik pembangunan ekonomi berjalan adalah ukuran tingkat pengangguran (Veronika & Mafruhah, 2022).

Hukum Okun dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana tingkat pengangguran suatu wilayah dan pertumbuhan ekonomi saling terkait. Menurut undang-undang ini, penurunan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional akan mengakibatkan kenaikan tingkat pengangguran. Karena populasi pekerja menghasilkan barang dan jasa, dan pengangguran tidak, ada korelasi yang kuat antara pertumbuhan ekonomi dan pengangguran (Harsenovia, 2021).

Upah Minimum Regional (UMR)

Upah adalah pembayaran yang dilakukan kepada karyawan, dan tingkat upah mengacu pada pembayaran yang dilakukan kepada karyawan selama periode waktu tertentu. Ada banyak pandangan yang berbeda tentang apa dan bagaimana gaji yang adil itu, meskipun mungkin untuk menentukan tingkat pendapatan yang tinggi asalkan mencukupi atau, dengan kata lain, asalkan adil (Mada & Ashar, 2015).

Upah adalah imbalan yang dibayarkan oleh badan usaha atau organisasi kepada pegawai harian (pegawai tidak tetap) yang besarnya telah diperjanjikan sebelumnya. Biasanya, upah ditentukan berdasarkan upah minimum regional, yang dapat meliputi: a) upah minimum berdasarkan wilayah, kabupaten, atau kota, b) upah minimum berbasis sektor di provinsi atau kabupaten/kota (Rahmania et al., 2019).

Ukuran upah perusahaan tidak dapat ditentukan hanya dengan satu atau beberapa faktor. Dengan kata lain, beberapa faktor menentukan gaji sejumlah karyawan perusahaan. Sukirno (2003) menegaskan bahwa biaya produksi suatu perusahaan akan naik seiring dengan kenaikan upah minimum. Untuk mengimbangi biaya ini, perusahaan dapat memilih untuk mempekerjakan lebih sedikit orang untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerjanya dengan upah minimum saat ini (Barzuwa, 2020).

Menurut gagasan Keynesian, seseorang dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan mempersulit bisnis untuk menurunkan tingkat gaji. Keynesian juga berasumsi Upah yang diturunkan tidak dapat digunakan untuk menciptakan lapangan kerja. Hal ini dimaksudkan agar daya beli masyarakat berkurang karena tingkat upah menurun karena pendapatan masyarakat juga akan menurun. Perusahaan akan memutuskan untuk tidak meningkatkan produksi barang karena daya beli masyarakat yang semakin berkurang, melainkan berfokus pada efisiensi tenaga kerja yang akan meningkatkan angka pengangguran (Harsenovia, 2021).

Investasi asing

Investasi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh suatu penanaman modal atau perusahaan untuk membeli peralatan modal dan mesin industri guna meningkatkan kemampuan perekonomian untuk menghasilkan barang dan jasa (Wahyuni & Murtala, 2019).

Aqil (2014) menegaskan bahwa investasi memainkan peran penting dalam penciptaan lapangan kerja. Investasi akan meningkatkan stok barang modal, yang akan meningkatkan kapasitas produksi dan menyebabkan lebih banyak kesempatan kerja dan penurunan tingkat pengangguran. Investasi dikategorikan menjadi dua kategori berdasarkan sumber pendanaannya: investasi dengan sumber modal asing dikenal sebagai investasi asing, sedangkan investasi dengan sumber modal dalam negeri dikenal sebagai penanaman modal dalam negeri (PMDN) (Des et al., 2022).

Suyanto (2003) mendefinisikan investasi asing sebagai aliran modal dari luar negeri yang masuk ke sektor swasta baik secara langsung maupun tidak langsung (*portofolio*). Menurut teori *dependency school*, investasi asing jangka panjang dari negara-negara maju yang menjadi tulang punggung sistem ekonomi global akan merugikan kemampuan negara-negara berkembang untuk menumbuhkan perekonomiannya. Hal ini terjadi akibat perusahaan-perusahaan besar dari negara maju melakukan penetrasi ekonomi di luar inti sistem ekonomi dan diberikan akses terhadap sumber daya yang dapat digunakan untuk pembangunan nasional. Ini mendukung gagasan bahwa tenaga kerja dan sumber daya

material negara-negara berkembang membantu negara-negara maju menjadi lebih kaya (Yuliasuti, 2020).

METODE PENELITIAN

Jenis Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif, atau data yang berasal dari urutan pengamatan yang dapat dideskripsikan dalam bentuk angka. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan data sekunder, atau data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari hal yang diteliti, berdasarkan sumbernya (Mada & Ashar, 2015). Data yang digunakan merupakan data *time seris* tahun 2005 – 2021 yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, atau kajian, pengertian, klasifikasi, dan penggunaan sumber data sekunder yang telah diperoleh dari badan atau organisasi tertentu serta dari buku, artikel, jurnal, atau website dari internet. yang relevan dengan topik.

Data variabel dependent yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Indonesia

Tabel 1 PDRB, UMR, Investasi Asing

Tahun	PDRB	Upah Minimum	Investasi Asing
	%	(Rp)	(juta)
	X 1	X 2	X 3
2005	5.37	507697	8916.90
2006	5.19	602702	5977.00
2007	5.67	672480	10341.40
2008	5.74	745709	14871.40
2009	4.77	841530	10815.30
2010	6.14	908824	16214.80
2011	6.16	988829	19474.50
2012	6.16	1088903	24564.70
2013	5.74	1296908	28617.50
2014	5.21	1584391	28529.70
2015	5.05	1790342	29275.94
2016	5.03	1997819	28964.10
2017	5.07	2079319	32239.80
2018	5.17	2268874	29307.91
2019	5.02	2455662	28208.76
2020	-2.07	2672371	28666.30
2021	3.69	2684743	31093.10

Sumber : Badan Pusat Statistik

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi liner berganda. Analisis regresi linear berganda adalah analisis mengenai beberapa variabel dependen. Tujuan utama analisis regresi linear berganda adalah menjelaskan perilaku variabel tidak bebas, dengan memperhitungkan fakta bahwa hubungan antara semua variabel bersifat tidak pasti (Gurajati, 2007 dalam Des et al., 2022). Dalam melakukan analisis data digunakan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menguraikan permasalahan seacara umum dengan membahas data yang ada dan dikaitkan dengan keadaan sebenarnya. Sedangkan analisis kuantitatif yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang menggunakan model regresi linear berganda (Des et al., 2022), dengan fungsi sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Pengangguran Terdidik
 β_0 = Intercept
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi
e = Residual / Eror
X1 = PDRB
X2 = Upah Minimum
X3 = Investasi Asing

Dengan menggunakan metode analisa statistik regresi linear berganda dalam penelitian ini, diasumsikan bahwa : Faktor – Faktor yang mempengaruhi Pengangguran Terdidik di Indonesia adalah Produk Domestik Regional Bruto, Upah dan Investasi asing sedangkan faktor – faktor lainnya dianggap tetap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang ideal memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Barzuwa, 2020). Penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, jika nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal dan begitupun sebaliknya.

Tabel 1 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		17
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.12301333
Most Extreme Differences	Absolute	.173
	Positive	.173
	Negative	-.141
Kolmogorov-Smirnov Z		.711
Asymp. Sig. (2-tailed)		.692

Sumber : Hasil olah SPSS

Jika nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal dan begitupun sebaliknya. Dari hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov didapatkan hasil sebesar 0,692, yang artinya data yang di uji terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Ketika kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konsisten dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, maka terjadi heteroskedastisitas. Sebagai akibat dari perubahan kondisi yang mendasarinya yang tidak dinyatakan dalam parameter model, setiap observasi memiliki dependabilitas variabel (Laut et al., 2020). Pada penelitian ini menggunakan uji Glejser, jika nilai Sig. lebih besar dari 0,05, maka penelitian terbebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 2 Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6.315	2.718		2.324	.037
	PDRB	.176	.400	.143	.440	.667

UMR	-2.143E-007	.000	-.070	-.114	.911
Investasi Asing	.000	.000	-.425	-.806	.435

Sumber : Hasil olah SPSS (ABS_RES)

Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser, output menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara seluruh variable independent terhadap nilai absolut residual yaitu ditunjukkan dengan Sig. lebih besar dari 0,05. Artinya model ini terbebas dari heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berusaha untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kesalahan pengganggu periode sekarang (t) dengan kesalahan pengganggu periode sebelumnya (t-1) pada persamaan regresi linier. Dimungkinkan untuk mengatakan bahwa ada masalah autokorelasi jika ada korelasi. Masalah autokorelasi muncul sebagai akibat dari residual (gangguan kesalahan) yang tidak independen dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Jika model regresi tidak memiliki masalah autokorelasi, maka dianggap baik (Barzuwa, 2020).

Adapun syarat untuk menilai hasil uji autokorelasi adalah sebagai berikut :

- Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dU), berarti terdapat autokorelasi.
- Jika d terletak diantara dL atau (4-dU), berarti tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 3 Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.953 ^a	.908	.887	5.68347	1.966

Sumber : Hasil olah SPSS

Berdasarkan hasil pengujian didapat nilai DW sebesar 1,966, sedangkan besarnya DW table dengan jumlah data sebanyak 17 dan variable bebas 3 dengan $\alpha = 0,05$ (5%), maka nilai dL = 0,8968 dan dU = 1,7101. Sehingga didapat nilai 4-dU = 2,2889, dan nilai d = 1,966. Dengan demikian nilai DW terletak di antara $dU < DW < (4-dU)$, 1,7101 < 1,966 < 2,2889. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan tidak mengalami autokorelasi baik positif maupun negatif.

4. Uji Multikolinearitas

Untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier yang sempurna atau tidak salah antara semua variabel bebas dalam suatu regresi, dilakukan uji multikolinearitas. Dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflating Factor*), multikolinearitas dinilai. Multikolinearitas tidak ada jika nilai VIF kurang dari 10 (Mada & Ashar, 2015).

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	(Constant)	105.944
	PDRB	-1.724 1.979
	UMR	-3.138E-006 7.063
	Investasi Asing	-.002 5.193

Sumber : Hasil olah SPSS

Hasil dari uji multikolinearitas untuk nilai toleransi sebesar 0,193 dan nilai VIF sebesar 5,193. Artinya nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00, sehingga dapat disimpulkan keduanya menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F atau Uji Simultan merupakan uji model yang menunjukkan apakah model regresi f untuk diolah lebih lanjut. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen (Ghozali, 2012 dalam Barzuwa, 2020). Pada uji ini akan dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan

t tabel menggunakan tingkat signifikan 0,05 atau 5%. Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $f > 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan semua variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Bila nilai F hitung $>$ nilai F tabel, maka semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh.

Tabel 5 Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4165.420	3	1388.473	42.984	.000 ^b
	Residual	419.924	13	32.302		
	Total	4585.344	16			

Sumber : Hasil olah SPSS

Dari hasil uji dapat disimpulkan signifikansi untuk pengaruh pengangguran terdidik terhadap Pertumbuhan ekonomi (PDRB), Upah minimum (UMR), dan Investasi asing adalah sebesar $0.00 < 0,05$, dan f hitung $42,984 > 3,34$ nilai f table. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 di tolak dan terima H_1 yang artinya terdapat pengaruh antara Pengangguran terdidik terhadap Produk Domestic Bruto (PDRB), Upah Minimum Regional (UMR), dan Investasi asing secara signifikan.

Uji t (Uji Parsial)

Nilai t hitung digunakan untuk menguji variabel independen secara tersendiri, apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika nilai t hitung variabel tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (Suliyanto, 2011 dalam Barzuwa, 2020). Hipotesis dalam pengujian ini adalah

- H_0 : pertumbuhan ekonomi tidak berpengaruh terhadap jumlah pengangguran terdidik
- H_1 : pertumbuhan ekonomi berpengaruh terhadap jumlah tingkat pengangguran terdidik
- H_0 : upah minimum tidak berpengaruh terhadap jumlah tingkat pengangguran terdidik
- H_1 : upah minimum berpengaruh terhadap jumlah tingkat pengangguran terdidik
- H_0 : investasi asing tidak berpengaruh terhadap jumlah tingkat pengangguran terdidik
- H_1 : investasi asing berpengaruh terhadap jumlah tingkat pengangguran terdidik

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesa H_0 adalah sebagai berikut:

Jika t statistik $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya jika H_0 ditolak berarti dengan tingkat kepercayaan tertentu variabel yang diuji secara nyata berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dan jika t statistik $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak berarti variabel yang diuji secara nyata tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Mada & Ashar, 2015).

Tabel 6 Uji t

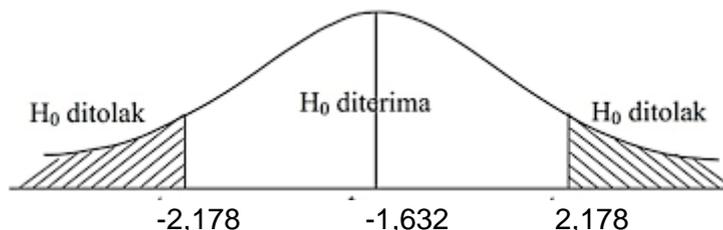
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	105.944	7.167		14.783	.000
	PDRB	-1.724	1.056	-.193	-1.632	.127
	UMR	-3.138E-006	.000	-.141	-.632	.538
	Investasi Asing	-.002	.000	-.873	-4.566	.001

Sumber : Hasil olah SPSS

- a. Pengaruh PDRB (pertumbuhan ekonomi) terhadap tingkat pengangguran terdidik tahun 2005-2021

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh PDRB terhadap tingkat pengangguran terdidik yaitu $0,127 > 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa nilai

Sig. lebih besar dari 0.05. Sedangkan nilai t hitung $-1,632 < \text{nilai } t \text{ table } 2,178$. Maka akan dilakukan uji dua sisi dengan kurva table t

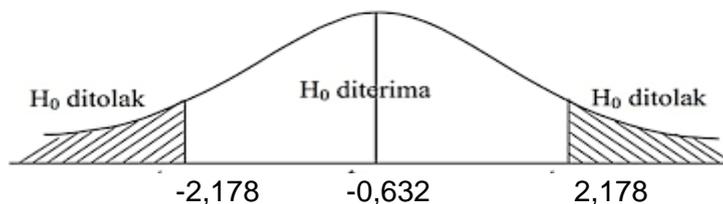


Kurva diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung berada di area menerima H_0 . Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat PDRB tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengangguran terdidik di Indonesia. Artinya, jika PDRB mengalami kenaikan maka Pengangguran terdidik tidak akan menurun.

Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Sa'diyah S (2021) yang menemukan bahwa peningkatan PDRB akan menurunkan pengangguran terdidik di Sulawesi Tengah. Sebaliknya, Produk Domestik Regional Bruto berpengaruh signifikan terhadap pengangguran terdidik di Sulawesi Tengah, yang mengindikasikan akan terjadi perubahan pada Produk Domestik Regional Bruto. Karena PDRB yang tinggi dapat berpengaruh pada penurunan pengangguran terdidik, maka perubahan PDRB selalu berdampak pada tingkat pengangguran terdidik di Sulawesi Tengah (SA'DIYAH, 2021).

- b. Pengaruh Upah Minimum Regional (UMR) Terhadap Tingkat Pengangguran Terdidik tahun 2005-2021

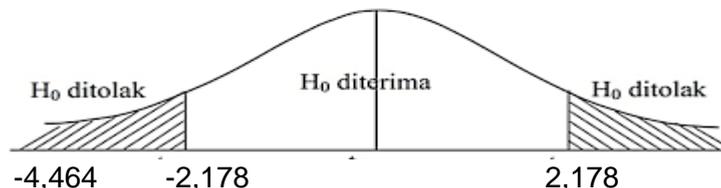
Pada tabel 6 menunjukkan bahwa t hitung UMR bernilai negative yaitu $-0,632$, untuk mengujinya maka akan dilakukan pengujian dua sisi menggunakan kurva t sehingga menghasilkan :



Dari hasil uji kurva dua sisi dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung berada di daerah yang menerima H_0 dan menolak H_1 , sehingga dapat disimpilkan bahwa Upah Minimum Regional tidak berpengaruh terhadap tingkat Pengangguran Terdidik. Artinya tinggi rendahnya nilai Upah tdak akan mempengaruhi tingkat pengangguran terdidik di Indonesia.

- c. Pengaruh Investasi asing terhadap Tingkat Pengangguran Terdidik tahun 2005-2021

Dari table 6 diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung pada investasi asing bernilai negative, yaitu $-4,464$ sedangkan nilai t table $2,178$. Karena nilai t hitung bernilai negative maka akan dilakukan uji dua sisi dengan menggunakan kurva t.



Dari hasil uji dua sisi dengan menggunakan kurva dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung berada di posisi menolak H_0 dan menerima H_1 , sehingga dapat disimpulkan bahwa Investasi asing berpengaruh negative terhadap tingkat pengangguran terdidik . Artinya jika Investasi asing meningkat maka tingkat

pengangguran terdidik akan berkurang, dan jika Investasi asing berkurang maka akan mengakibatkan meningkatnya tingkat pengangguran terdidik.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi mengukur seberapa baik model regresi dapat menjelaskan perubahan variabel dependen. Antara 0 dan 1 adalah rentang koefisien determinasi ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang rendah atau yang hampir 0 menunjukkan bahwa kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat dibatasi. Sebaliknya, jika R^2 mendekati 1, berarti variabel independen cukup untuk memprediksi variabel dependen (Barzuwa, 2020).

Tabel 7 Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.953 ^a	.908	.887	5.68347	1.966

Sumber : Hasil olah SPSS

Dari table diatas dapat dilihat bahwa nilai R-Square yaitu 0.908 artinya nilai R-Square berada diantara nol dan satu yaitu $0 < 0,908 < 1$. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variable PDRB, UMR, dan Investasi asing terhadap variable pengangguran terdidik sebesar 90,8%. Artinya Produk Domestik Bruto, Upah Minimum Regional, dan Investasi asing memiliki pengaruh terhadap Tingkat Pengangguran Terdidik sebesar 90,8% sedangkan sisanya 9,2% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak ada pada model regresi linear.

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis mengenai beberapa variabel dependen. Tujuan utama analisis regresi linear berganda adalah menjelaskan perilaku variabel tidak bebas, dengan memperhitungkan fakta bahwa hubungan antara semua variabel bersifat tidak pasti (Gurajati, 2007 dalam Des et al., 2022). Dengan menggunakan aplikasi SPSS sebagai alat uji, diperoleh hasil :

Tabel 8 Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	105.944	7.167		14.783	.000
	PDRB	-1.724	1.056	-.193	-1.632	.127
	UMR	-3.138E-006	.000	-.141	-.632	.538
	Investasi Asing	-.002	.000	-.873	-4.566	.001

Sumber : Hasil olah SPSS

Berdasarkan pada tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 105,944 - 1,724X_1 - 3,138E-006X_2 - 0,002X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Produk Domestik Regional Bruto memiliki nilai koefisien sebesar -1,724. Hal ini berarti bahwa jika Produk Domestik Regional Bruto naik sebesar 1% maka tingkat pengangguran terdidik di Indonesia akan mengalami penurunan sebesar -1,724, ini disebabkan karena nilai koefisien bernilai negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Produk Domestik Regional Bruto berpengaruh negative terhadap tingkat pengangguran terdidik di Indonesia dengan nilai signifikan $0,127 > 0,05$.

Pada variabel Upah minimum dihasilkan nilai koefisien sebesar -3,138E-006, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai Upah minimum naik sebesar 1% maka tingkat pengangguran terdidik di Indonesia akan mengalami penurunan sebesar -3,138E-006, hal ini disebabkan karena nilai koefisien Upah minimum bernilai negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Upah minimum memberikan pengaruh negative terhadap tingkat pengangguran terdidik di Indonesia dengan nilai signifikan $0,538 > 0,05$.

Koefisien regresi Investasi asing juga menunjukkan nilai negative yaitu sebesar -0,002. Hal ini berarti jika investasi asing mengalami kenaikan sebesar 1% maka tingkat

pengangguran akan mengalami penurunan sebesar -0,002. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Investasi asing memberikan pengaruh negative yang signifikan terhadap pengangguran terdidik di Indonesia dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Pada hasil Uji t yaitu pengujian secara parsial antara variabel dependen dan independen, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel. Dari hasil uji diperoleh sebuah kesimpulan:

1. Variable Produk Domestik Regional Bruto (X1), tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat pengangguran terdidik di Indonesia tahun 2005-2021. Hal ini dikarenakan nilai t hitung bernilai negative yaitu -1,632 dan lebih kecil dari t tabel 2,178. Artinya, jika PDRB mengalami kenaikan maka Pengangguran terdidik tidak akan menurun.
2. Variable Upah Minimum Regional (X2) tidak berpengaruh terhadap tingkat Pengangguran Terdidik di Indonesia tahun 2005-2021. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika nilai UMR naik maka tidak akan mempengaruhi tingkat pengangguran terdidik di Indonesia.
3. Variable Investasi asing (X3) memiliki pengaruh negative signifikan terhadap tingkat Pengangguran Terdidik di Indonesia tahun 2005-2021. Sehingga peningkatan jumlah investasi asing di Indonesia akan berdampak pada tingkat Pengangguran terdidik di Indonesia. Artinya jika Investasi asing meningkat maka tingkat pengangguran terdidik akan berkurang, dan jika Investasi asing berkurang maka akan mengakibatkan meningkatnya tingkat pengangguran terdidik.

Dari hasil Uji f yaitu pengujian secara simultan antara variabel dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, dan diperoleh sebuah kesimpulan bahwa tingkat Produk Domestik Bruto, Upah Minimum Regional, dan Investasi asing bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pengangguran Terdidik di Indonesia tahun 2005-2021 dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$.

Persamaan regresi linera berganda menunjukkan bahwa PDRB, Uah Minimum, dan Investasi Asing bersama – sama memiliki pengaruh yang negativ terhadap tingkat Pengangguran terdidik di Indonesia sehingga dapat disimpulkan bahwa jika Produk Domestik Regional Bruto meningkat maka tingkat pengangguran akan mengalami penurunan. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh hukum Okun bahwa penurunan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional akan mengakibatkan kenaikan tingkat pengangguran. Karena populasi pekerja menghasilkan barang dan jasa, dan pengangguran (Harsenovia, 2021).

Sedangkan menurut Keynesian bahwa Upah yang diturunkan tidak dapat digunakan untuk menciptakan lapangan kerja. Hal ini dimaksudkan agar daya beli masyarakat berkurang karena tingkat upah menurun maka pendapatan masyarakat juga akan menurun. Perusahaan akan memutuskan untuk tidak meningkatkan produksi barang karena daya beli masyarakat yang semakin berkurang sehingga akan terjadi pegurangan pekerja. Hal ini sejalan dengan hasil yang telah didapatkan dalam penelitian ini yang menyimpulkan bahwa jika Upah naik maka pengangguran terdidik akan berkurang dan apabila upah menurun maka tingkat pengangguran terdidik akan bertambah.

Pada variabel Investasi Asing disimpulkan bahwa kenaikan Investasi Asing akan berpengaruh terhadap jumlah Pengangguran terdidik di Indonesia. Jika Investasi asing bertambah maka pengangguran Terdidik akan mengalami penurunan, dan jika Investasi berkurang maka pengangguran akan meningkat. Hal ini dikarenakan dengan adanya investasi akan memberikan peluang bagi masyarakat untuk mendapatkan sebuah pekerjaan. Makin besar investasi yang masuk ke sebuah perusahaan maka kemungkinan besar akan terjadi sebuah peluang untuk terciptanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

SARAN

Untuk penelitian selanjutnya di harapkan untuk lebih mengembangkan variabel yang berpengaruh terhadap pengangguran terdidik dengan menambahkan variabel independen lainnya, seperti inflasi, kesempatan kerja, tingkat pendidikan dan variabel ekonomi lainnya dan juga menambah periode penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adyaksa, F. F. (2020). Analisis Faktor Tenaga Kerja Terdidik Di Indonesia Tahun 2018. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* (Vol. 8, Issue 2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6531>
- Aji Pratama, F. W., & Setyowati, E. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengangguran Terdidik Lulusan Universitas di Indonesia Tahun 2005-2021. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 662–667. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.601>
- Auliya, L., & Agusalm, L. (2022). Pengaruh Covid-19 dan Upah terhadap Pengangguran Terdidik di Indonesia: Analisis Data Panel 33 Provinsi Tahun 2010-2021. 17(3). <https://doi.org/10.47198/naker.v17i3.148>
- Barzuwa, T. (2020). *Pengangguran Terdidik Kalimantan Barat*.
- Des, V. N., Fahmi, M. P., Ekonomi, F., & Muhammadiyah, U. (2022). Hal 76-87 Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengangguran Terdidik Di Kota Analysis of Factors Affecting Educated Unemployment in Pekanbaru City Pendahuluan Secara umum , pengangguran disebabkan oleh tidak sempurnanya pasar tenaga Volume 4 Nomor 4. 4, 76–87.
- Harsenovia, E. (2021). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Upah, dan Kesempatan Kerja Terhadap Pengangguran Terdidik Lulusan Universitas di Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(2), 1–10.
- Ilhami, O. M. (2022). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan Dampak Migrasi Dan Upah Minimum Pengangguran Terdidik Di Indonesia Provinsi Terhadap langsung pada meningkatnya angka kemiskinan , kriminalitas , kematian dan dampaknya pada terhambatnya tumbuh kembang perekonomian di*. 4(3), 19–27.
- Laut, L. T., Septiani, Y., & Khoiruddin, H. (2020). Pengangguran Terdidik Di Indonesia Tahun 1999-2018 Analysis of Factors Affecting Educational Unemployment in. *Journal of Economy*, 587–601.
- Mada, M., & Ashar, K. (2015). Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Jumlah Pengangguran Terdidik di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 15(1), 50–76. <https://jurnal.uns.ac.id/jiep/article/view/9894>
- Rahmania, M., Wulandari, E. tria, & Purnama sari, W. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengangguran Terdidik di Kota Padang. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(2), 114. <https://doi.org/10.24014/ekl.v1i2.7101>
- Rianda, C. N. (2020). Analisis Dampak Pengangguran Berpengaruh Terhadap Individual. *At-Tasyri': Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 12(1), 17. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v12i01.358>
- SA'DIYAH, S. B. (2021). Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto, Tingkat Pendidikan Dan Upah Minimum Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Provinsi 2(3), 1–17. <http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/21613>
- Tingkat, A., Terdidik, P., Ekonomi, D. I., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Hasanuddin, U. (2022). Analisis tingkat pengangguran terdidik di sulawesi selatan periode 2005-2020.
- Veronika, S., & Mafruhah, A. Y. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi , Investasi dan Inflasi terhadap Pengangguran Terdidik di Provinsi Jawa Barat. 139–146.
- Wahyuni, L., & Murtala. (2019). Pengaruh Inflasi , Produk Domestik Regional Bruto Dan Investasi. *Jurnal Ekonomika Indonesia*, VIII(2), 1–8.
- Yuliasuti, A. (2020). Dampak Investasi dan Tenaga Kerja Asing Terhadap Kesempatan Kerja Asal Indonesia. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 13(1), 12–26.

PENGARUH SALES PROMOTION, HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA SITUS BELANJA ONLINE (STUDI TERHADAP PENGGUNA TOKOPEDIA DI KOTA SEMARANG)

¹Mifta Mutiara Sungkono, ²Ali Maskur

^{1,2}Universitas Stikubank Semarang

Email : [1miftamutiaraas@gmail.com](mailto:miftamutiaraas@gmail.com), [2maskuí@edu.unisbank.ac.id](mailto:maskuí@edu.unisbank.ac.id)

ABSTRACT

In this digital era, humans are very dependent on hand-held devices that are easy to carry anywhere. It includes online shopping site applications, one of which is Tokopedia. Without any restrictions, humans can do anything, including impulse buying or spontaneous purchases. A research aim was to observe the impact of sales promotion, hedonic shopping motivation, and shopping lifestyle of impulse buying on online shopping sites in Semarang City. This research used approach of quantitative with a purposive sampling technique. An explanation of the influence and significance of the variables is obtained by means of multiple linear regression analysis. This research proves the proceeds that sales promotion has negative impact and not significant to impulse buying. Either hedonic shopping motivation or shopping lifestyle have positively impacted and significance to the impulse buying.

Keywords : Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, and Impulse Buying

ABSTRAK

Di era digital ini manusia sangat bergantung pada gawai genggam yang mudah dibawa kemana saja. Didalamnya terdapat aplikasi situs belanja online, salah satunya yaitu Tokopedia. Tanpa adanya batasan, manusia bisa bertindak apa saja, termasuk melakukan *impulse buying* atau pembelian spontan. Tujuan dari penelitian ini guna menguji pengaruh *sales promotion*, *hedonic shopping motivation*, dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* pada situs belanja online yang dilakukan di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik sampel *purposive sampling*. Penjelasan akan pengaruh dan signifikansi antar variabel didapatkan dengan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian membuktikan bahwa *sales promotion* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying*. Sedangkan *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Kata Kunci : Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, dan Impulse Buying

PENDAHULUAN

Era digital mampu menggeser dunia bisnis yang sebelumnya yaitu dengan cara bertemu dan bertatap muka, kini hanya dilakukan lewat gawai yang kita genggam. Selain efisien dan praktis, dengan menggunakan gawai dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Hal tersebut mendorong sejumlah perusahaan untuk melakukan kegiatan perdagangan melalui elektronik atau yang kini biasa disebut dengan *e-commerce*.

Salah satu situs belanja online yang terbesar di Indonesia adalah Tokopedia yang mengadopsi model bisnis *marketplace*. Tokopedia didirikan pada tanggal 17 Agustus 2009, dengan misi perusahaan yaitu pemerataan ekonomi secara digital. Tokopedia memberikan motivasi kepada masyarakat Indonesia untuk memulai berjualan atau berbisnis dengan cara online. Inisiatif tersebut dilakukan dengan cara membangun platform yang memungkinkan seseorang dapat memulai dan menemukan apapun, dimana pun. Karena misinya tersebut, Tokopedia mampu merubah kebiasaan masyarakat dari berbelanja secara konvensional menjadi berbelanja secara online. Hal tersebut menjadikan Tokopedia

mengalami peningkatan.

Menurut studi peta e-commerce iPrice terbaru, Tokopedia mengalami peningkatan. Jumlah orang yang mengunjungi situs Tokopedia setiap bulan pada kuartal pertama tahun 2022 rata-rata mencapai 157,2 juta. Dibandingkan dengan kuartal IV 2021 yang tercatat 149,6 juta kunjungan, jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 5,1%. (*Peta E-Commerce Indonesia*, 2022).

Dalam *impulse buying* terdapat beberapa faktor yang dapat dijadikan pertimbangan, yaitu diantaranya adalah *sales promotion*. Penawaran *sales promotion* berupa potongan harga, gratis ongkos kirim, gratis hadiah, dan penjualan banded atau bundling merupakan salah satu strategi stimulus yang diterapkan. Upaya untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah dengan *sales promotion*. Pemasaran produk merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menjalankan bisnis. Kemampuan pemasaran produk yang baik dapat membantu untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan memperbaiki citra merek (Sopiansah, V. A., 2023).

Hal ini selaras dengan penelitian Afif dan Purwanto (2020) yang menyebutkan bahwa promosi penjualan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian impulsif, (Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis et al., 2020). Namun hal tersebut tidak ada kaitannya dengan temuan penelitian (Rahmawati, 2018) yang menyatakan bahwa promosi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif.

Motivasi belanja hedonis, atau tindakan membeli sesuatu, merupakan faktor lain yang mempengaruhi pembelian impulsif. Ketika mereka berbelanja secara langsung atau online, mereka merasa senang. Kebahagiaan seseorang berasal dari fakta bahwa berbelanja dapat membantu mereka melepas lelah setelah hari yang sibuk.

Hursepuny & Oktafani (2018), misalnya, menemukan bahwa motivasi belanja hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Ini adalah salah satu dari beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa motivasi belanja hedonis berpengaruh terhadap pembelian impulsif, (Crusya et al., 2018). Penelitian Sari yang dilakukan pada tahun 2019 menegaskan bahwa motivasi belanja hedonis berpengaruh signifikan dan negatif terhadap pembelian impulsif.

Pelanggan akan selalu ingin mengikuti perkembangan zaman berkat banyaknya pilihan produk Tokopedia, yang akan mempengaruhi keinginan dan kebutuhan mereka. Aktivitas, minat, dan pendapat seseorang sering digunakan untuk menggambarkan *shopping lifestyle* mereka. *Impulse buying* terjadi baik secara online maupun offline di pasar konvensional ketika seseorang memiliki waktu luang dan banyak uang serta tidak mampu mengontrol dirinya saat berbelanja. Menurut penelitian (Ristian, 2016) gaya hidup berbelanja memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pembelian impulsif. Hal ini relevan dengan penelitian (Widianingrum, 2017) yang juga menemukan bahwa variabel gaya hidup berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Namun, hal ini tidak ada hubungannya dengan temuan penelitian Imbayani & Novarini (2018) yang menemukan bahwa kebiasaan berbelanja seseorang tidak berdampak signifikan terhadap pembelian impulsif, (Gusti et al., 2018).

Termasuk hal penting bagi para usahawan, terutama dalam hal ini adalah *e-commerce* Tokopedia untuk meninjau faktor-faktor lain dari tindakan *impulse buying* yaitu *sales promotion*, *hedonic shopping motivation* dan *shopping lifestyle*.

LANDASAN TEORI

Impulse Buying

(Michael R. Solomon, 2020) menyatakan bahwa *impulse buying* adalah proses yang terjadi ketika konsumen mengalami dorongan tiba-tiba untuk membeli suatu barang yang tidak dapat dia tolak. Menurut (Dennis W. Rook, 1987) pembelian impulsif terdiri dari indikator berikut:

- *Spontaneity*
 - a. Membeli produk secara spontan atau tiba-tiba.
 - b. Membeli produk yang dianggap menarik meskipun tidak membutuhkannya.
- *Power, Compulsion and Intensity*

- a. Tidak membatasi keinginan untuk melakukan pembelian sebuah produk.
- b. Tidak menunda untuk membeli produk yang disukai.
- *Excitement and Stimulation*
 - a. Merasa *excited* ketika melihat produk yang akan dipesan.
 - b. Sulit mengabaikan produk dengan diskon besar.
- *Disregard for Consequences*
 - a. Tidak membatasi keinginan untuk melakukan pembelian produk.
 - b. Tidak memikirkan konsekuensi dalam membeli produk.

Sales Promotion

Menurut (Belch et al., 2004) tujuan dari *sales promotion* adalah untuk mempengaruhi pembelian agar mencoba menggunakan produk atau menganjurkan agar konsumen menggunakan produk secara rutin. Tujuan dasar dari dilakukannya *sales promotion* adalah untuk mendorong pembeli agar bertindak, memulai rangkaian perilaku yang mengakibatkan aktivitas pembelian. Menurut (Philip Kotler & Gray Armstrong, 2016) beberapa indikator *sales promotion*, diantaranya adalah :

1. Pemberian kupon dapat membuat konsumen datang kembali dan melakukan sebuah transaksi
2. Penawaran potongan harga menarik untuk konsumen
3. Konsumen menyukai paket promosi harga
4. Pemberian diskon besar pada produk
5. Pemberian keuntungan pengurangan harga (*cashback*)

Hedonic Shopping Motivation

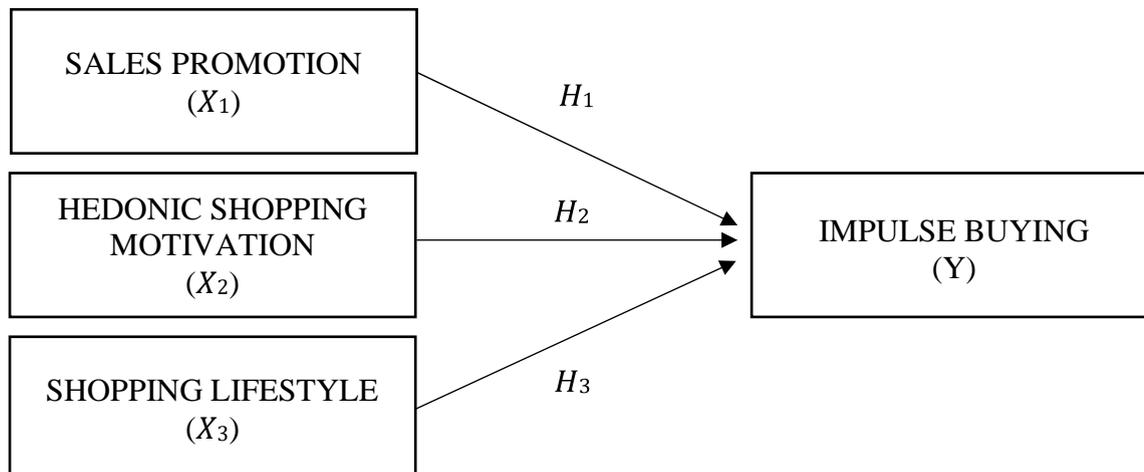
Menurut (Semuel, 2005) perilaku hedonic shopping merupakan gambaran instrumen yang menyajikan secara langsung manfaat dari suatu pengalaman berbelanja seperti halnya kesenangan, perilaku hedonis direfleksikan sebagai nilai intrinsik yang menggambarkan pengalaman individu dalam berbelanja. Menurut (Arnold et al., 2003) variabel *hedonic shopping motivation* dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut :

1. Berbelanja untuk mencari pengalaman yang menyenangkan
2. Berbelanja untuk mencari diskon
3. Berbelanja untuk orang lain
4. Berbelanja untuk mengikuti trend
5. Berbelanja untuk menghilangkan atau mengurangi stress

Shopping Lifestyle

Menurut (Zablocki et al., 1976) *shopping lifestyle* menunjukkan cara yang dipilih oleh seseorang untuk mengalokasikan pendapatan, baik dari segi alokasi dana untuk berbagai produk dan layanan, serta alternatif-alternatif tertentu dalam pembedaan kategori serupa. Ada enam indikator yang dituliskan Cobb & Hoyer, (1986) guna mendapati relasi antara *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* :

1. Memberi tanggapan setiap iklan produk
2. Berbelanja barang dengan model terbaru
3. Membeli merk paling terkenal
4. Meyakini bahwa merk yang dibeli memiliki kualitas terbaik
5. Membeli beraneka macam merk
6. Yakin kualitas tidak hanya ada pada satu merk



Dari model grafis diatas, dapat diketahui bahwa penelitian ini menunjukkan akan adanya pengaruh variabel independent yaitu sales promotion (X1), hedonic shopping motivation (X2), shopping lifestyle (X3), terhadap variabel dependennya yaitu impulse buying (Y).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Tokopedia sebagai objek penelitian untuk melakukan pengujian mengenai keterkaitan antar variabel penelitian yaitu *sales promotion* (X^1), *hedonic shopping motivation* (X^2), dan *shopping lifestyle* (X^3) terhadap *impulse buying* (Y). Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yang artinya bahwa populasi yang akan dijadikan sampel penelitian adalah populasi yang memenuhi kriteria sampel tertentu sesuai dengan maksud dan tujuan yang dikehendaki peneliti. Kriteria sampel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pengguna yang pernah memutuskan membeli secara impulse pada aplikasi Tokopedia
2. Pengguna warga di Kota Semarang
3. Berusia minimal 17 tahun

Dikarenakan tidak tersedianya data keseluruhan konsumen Tokopedia di Kota Semarang, maka tidak dimungkinkan bagi peneliti untuk Menyusun kerangka sampel. Ukuran populasi dalam sampel sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut (Rao Purba, 2006) menggunakan rumus berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

Moe = Tingkat penentuan sampel 95 % atau 1.96

Moe = Margin of Error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10% Atau (0.1)

Dengan demikian, dapat diketahui sampel yang dibutuhkan sesuai dengan rumus di atas dapat dihitung, sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

$$1.96^2$$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0,1)^2}$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 100 responden.

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel (responden) yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda antara variabel *sales promotion*, *hedonic shopping motivation*, dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* menggunakan bantuan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Determinasi	Anova		Regresi		Keterangan
		f	Sig.	Beta	Sig.	
Sales Promotion	0.335	17.658	0.000	-0.136	0.433	H1 Ditolak
Hedonic Shopping Motivation				0.485	0.011	H2 Diterima
Shopping Lifestyle				0.521	0.001	H2 Diterima

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Persamaan regresi dari hasil tabel diatas adalah sebagai berikut : $Y = -0.136X_1 + 0.485X_2 + 0.521X_3$. Penjelasan dari persamaan diatas sebagai berikut :

1. Koefisien regresi *sales promotion* bernilai negative yaitu sebesar -0.078, artinya semakin baik *sales promotion* yang diberikan, maka perilaku *impulse buying* akan menurun.
2. Koefisien regresi *hedonic shopping motivation* bernilai positif yaitu sebesar 0.485, artinya semakin baik *hedonic shopping motivation* yang diberikan, maka perilaku *impulse buying* akan semakin meningkat.
3. Koefisien regresi *shopping lifestyle* bernilai positif yaitu sebesar 0.521, artinya semakin baik *shopping lifestyle* yang diberikan, maka *impulse buying* akan semakin meningkat.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *sales promotion*, *hedonic shopping motivation*, dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* pada Tokopedia di Kota Semarang. Pembahasan untuk pengaruh setiap variabel dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut :

Sales promotion berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *impulse buying*

Hasil dari analisis deksripsi variabel menunjukkan bahwa variabel *sales promotion* memiliki rata-rata (*mean*) 3.99 dan terdapat satu indicator yang memiliki nilai rata-rata (*mean*) tertinggi yaitu pernyataan mengenai "*penawaran harga menarik untuk konsumen*" yang memiliki rata-rata (*mean*) 4.08. Uji regresi didapati nilai signifikan sebesar 0.433 yang artinya > 0.05 , sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak, bahwa *sales promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian penelitian Afif dan Purwanto (2020) yang menyebutkan bahwa promosi penjualan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian impulsif, (Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis et al., 2020).

Hedonic shopping motivation berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*
Hasil dari analisis deksripsi variabel menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Shopping Motivation* memiliki rata-rata (*mean*) sebesar 3,32. Pernyataan yang memiliki rata-rata (*mean*) tertinggi adalah "*berbelanja untuk mencari diskon*", dimana nilai rata-rata (*mean*) nya

sebesar 3,79. Hasil dari data responden berdasarkan umur, yang paling banyak adalah pada usia 17-22 tahun sebanyak 37% dari 100. Hal ini menandakan pada usia dewasa, memiliki kecenderungan senang berbelanja daripada usia di atasnya. Jika dilihat dari hasil data responden berdasarkan jenis kelamin, didapati nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 76% dari 100, dengan jenis kelamin perempuan. Hal ini menandakan, perempuan lebih menyukai belanja daripada laki-laki. Pada pengujian regresi memiliki nilai signifikan sebesar 0.011 yang berarti < 0.05 , sehingga hipotesis kedua (H2) diterima, bahwa *hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Sebagaimana penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafri dan Besra (2019) bahwa *Hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Evi Zulfa dan IBN Udayana (2017) menunjukkan bahwa *Hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Shopping lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*

Hasil analisis deksripsi variabel menunjukkan bahwa variabel *Shopping Lifestyle* memiliki rata-rata (*mean*) sebesar 3,35. Pernyataan yang memiliki rata-rata (*mean*) paling tinggi adalah "*sering membeli berbagai merk*", dimana nilai rata-rata (*mean*) nya sebesar 3,88. Hasil dari data responden berdasarkan pekerjaan, didapati data yang paling banyak yaitu pada pelajar/mahasiswa sebanyak 36% dari 100. Hal ini menandakan, pada pelajar/mahasiswa memasuki masa konsumtif yang menjadikan berbelanja sebagai gaya hidup mereka. Jika dilihat dari hasil data responden berdasarkan penghasilan, data $< \text{Rp } 500.000$ adalah yang paling tinggi nilainya yaitu sebesar 27% dari 100. Hal ini menandakan, gaya hidup berbelanja tidak selalu menempatkan pada penghasilan tertinggi. Pada pengujian regresi memiliki nilai signifikan sebesar 0.001 yang berarti < 0.05 , dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.521, yang mana nilai tersebut adalah nilai tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel *shopping lifestyle* pada penelitian ini sangat mempengaruhi *impulse buying* sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima, bahwa *Shopping Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad, Wolok, dan Abdussamad (2022) menunjukkan bahwa *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Sopiyan dan Kusumadewi (2020) menunjukkan bahwa *Shopping Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *sales promotion*, *hedonic shopping motivation*, dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* pada Tokopedia di Kota Semarang. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Sales promotion* berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap *impulse buying* pada Tokopedia di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa *sales promotion* tidak mempengaruhi peningkatan maupun penurunan penjualan pada Tokopedia di Kota Semarang.
2. *Hedonic shopping motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada Tokopedia di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa *hedonic shopping motivation* mempengaruhi peningkatan maupun penurunan penjualan Tokopedia di Kota Semarang.
3. *Shopping lifestyle* berpengaruh positive dan signifikan terhadap *impulse buying* pada Tokopedia di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa *shopping lifestyle* mempengaruhi peningkatan maupun penurunan penjualan Tokopedia di Kota Semarang.

Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti mendapati beberapa kesulitan, diantaranya :

1. Kesulitan dalam penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Tokopedia di Kota Semarang. Sehingga hasil penelitian ini hanya berlaku pada konsumen yang berada di Kota Semarang, yang memungkinkan berbeda hasil jika diteliti di daerah lain.
2. Keterbatasan peneliti dalam mencari lebih banyak responden dikarenakan batasan waktu penelitian yang tidak lama, yang dalam hal ini hanya menggunakan sampel sebanyak 100 responden.
3. Keterbatasan peneliti untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku *impulse buying*. Dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independent, yaitu *sales promotion*, *hedonic shopping motivation*, dan *shopping lifestyle*. Dan 1 variabel dependen, yaitu *impulse buying*.

Agenda Penelitian Yang Akan Datang

1. Peneliti kesulitan dalam mendapatkan responden dalam 1 Kota tertentu yang dalam hal ini peneliti memilih Kota Semarang, dengan teknik pengumpulan data yaitu pembagian kuesioner melalui google formulir. Pasalnya, jawaban responden hanya diperoleh dari orang-orang terdekat saja yang mendapatkan *link*. Belum lagi jika ternyata ada yang sudah pindah ke kota lain. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya dalam membagikan kuesioner melalui 2 cara yaitu google formulir dan dibagikan secara langsung.
2. Peneliti sadar bahwa jumlah sampel yang digunakan masih kurang relevan, yaitu 100 sampel. Untuk penelitian selanjutnya menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak dengan objek yang sama maupun dengan objek yang berbeda.
3. Dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independent, yaitu *sales promotion*, *hedonic shopping motivation*, dan *shopping lifestyle*. Dan 1 variabel dependen, yaitu *impulse buying*. Untuk penelitian selanjutnya harus diperluas lagi variabel-variabel lain yang secara teoritis dapat mempengaruhi perilaku *impulse buying*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop. *JAMBURA*, 5(2). Retrieved from <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- APJII Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Survei Pengguna Internet di Indonesia 2022*.
- Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis, J., Afif, M., Studi Manajemen, P., & Kertanegara Malang, S. (2020). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID. *JAMIN Jurnal Aplikasi Manajemen Inovasi Dan Bisnis*, 2. Retrieved from <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Arnold, M. J., & Reynold, K. E. (2003). Hedonic Shopping Motivation. *Journal of Retailing*, 79, 77–95.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, (6th ed)*. Irwin, Boston.
- Bernard T. Widjaja. (2009). *Lifestyle Marketing: servlist: paradigma baru pemasaran bisnis jasa dan lifestyle*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Retrieved from <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20303307>
- Crusya, Hursepuny, V., Oktafani, F., Prodi, Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2018). PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN SHOPEE_ID THE INFLUENCE OF HEDONIC SHOPPING MOTIVATION AND SHOPPING LIFESTYLE ON IMPULSE BUYING AT CONSUMERS SHOPEE_ID. *E-Proceeding of Management*, 5.
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2020). Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan*

- Akuntansi (KNEMA).*
- del I. Hawkins, & David L. Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy* (11th ed.). Mc Graw Hill.
- Dennis W. Rook. (1987). The Impulse Buying. *The Journal of Consumer Research*, 14, 189–199.
- Dyah Pramesti, A., & Dwiridotjahjono, J. (2022). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Di Surabaya*. 3(5),945.
- Evi Zulfia, & IBN Udayana. (2017). PENGARUH PERCEIVED CREDIBILITY OF PRODUCT INFORMATION, HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, DAN PERSONALITY TERHADAP IMPULSIVE BUYING DAN ONLINE BUYING FREQUENCY PADA PRODUK UKM KERAJINAN LOGAM WIRO TOCRAFT KOTAGEDE YOGYAKARTA. *Jurnal Manajemen*, 7, 34–49.
- Gusti, I., Imbayani, A., Nyoman, N., & Novarini, A. (2018). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, FASHION INVOLVEMENT DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* , 3(2). Retrieved from <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Lestari, A. T., & Pandjaitan, D. R. H. (2022). PENGARUH SALES PROMOTION DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING (Studi pada Konsumen Chandra Super Store di Bandar Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 169–184. doi: 10.24042/revenue.v3i2.13609
- Made, N., Agustina, I., Darmayasa, A., Putu, I., & Sukaatmadja, G. (2017). ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN SALES PROMOTION TERHADAP EMOTIONAL SHOPPING DAN IMPULSE BUYING BEHAVIOR. 6(11), 6061–6089.
- Michael Levy, P. & D. G. P. (2022). *Retailing Management* (11ed ed.). Mc Graw Hill.
- Michael R. Solomon. (2020). *Consumer Behavior : Buying, Having, and Being* (Thirteenth Edition). Pearson.
- Ozen, H., & Engizek, N. (2014). Shopping online without thinking: being emotional or rational? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(1), 78–93. doi: 10.1108/APJML-06-2013-0066
- Park, E. J., Kim, E. Y., & Forney, J. C. (2006). A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(4).
- Peta E-Commerce Indonesia. (2022). Iprice. Retrieved from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Philip Kotler, & Kevin lane Keller. (2016). *MARKETING MANAGEMENT* (15ed ed.). England: Pearson.
- Rahmawati, a. (2018). *PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EMOSI POSITIF DAN DAMPAKNYA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DALAM E-COMMERCE BERRYBENKA.COM*.
- Rao Purba. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis, The Asian Manager*.
- Ristiana, E. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Ketertarikan Fashion terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store Di Yogyakarta*. Retrieved from <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/43765>
- Rosyida, S., & Anjarwati, A. L. (2016). PENGARUH STORE ATMOSFER DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN EMOSI POSITIF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Journal of Research in Economics and Management*, 16, 105–127. doi: 10.1797/jrem.16.160107.ID
- Semuel, H. (2005). Respons Lingkungan Berbelanja Sebagai Stimulus Pembelian Tidak Terencana pada Toko Serba Ada (Toserba) (Studi Kasus Carrefour Surabaya). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* , 7, 152–170. Retrieved from <http://puslit.petra.ac.id/~puslit/journals/>

- Sopiansah, V. A., Riani, D., Khoerudin, C. M., & Maryani, L. (2023). Kemampuan Pemasaran Produk Berbasis Media Sosial Dengan Model Problem Based Learning. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 44-52.
- Sopiyan, P., & Kusumadewi, D. R. N. (2020). Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh Shopping Lifestyle dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syafri, H., Besra, E., Manajemen, M., Ekonomi, F., & Andalas, U. (2019). PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, STORE ATMOSPHERE DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING (SURVEY: PADA KONSUMEN KOSMETIK TRANSMART KOTA PADANG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Accredited SINTA*, 4(4). Retrieved from <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- To, P.-L., Liao, C., & Lin, T.-H. (2007). Shopping motivations on Internet: A study based on utilitarian and hedonic value. *Technovation*, 27(12), 774–787. doi: 10.1016/j.technovation.2007.01.001
- Widaningrum, N. (2017). *PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, MERCHANDISING, PRICEREDUCTION DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR (Studi Kasus Pada Pelanggan Swalayan Luwes Delanggu)*.
- Zablocki, B. D., & Kanter, R. M. (1976). The Differentiation of Life-Styles. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 269–298. doi: 10.1146/annurev.so.02.080176.001413
- Zayusman, F., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01.

Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Dukungan Orang Tua Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi
(survey kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang)

¹ Leni Maryani ² Marten Yogaswara ³ Nur Azizah Hidayat

FKIP Universitas Pasundan

lenimaryani@unpas.ac.id yogaswar@unpas.ac.id azizaahnah15@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine: (i) how emotional intelligence, parental support and student learning outcomes in economics class XI IIS SMAN 1 Padalarang, (ii) the effect of emotional intelligence on student learning outcomes in economics class XI IIS SMAN 1 Padalarang, (iii) the effect of parental support on student learning outcomes in economics class XI IIS SMAN 1 Padalarang, and (iv) the effect of emotional intelligence and parental support on student learning outcomes in economics class XI IIS SMAN 1 Padalarang. The research method used is a survey method with a quantitative approach and data collection techniques in the form of questionnaires and test questions. The results showed: (i) students' emotional intelligence was said to be very good with a score of 4.05, parental support in qualification was very good with a score of 4.03 and student learning outcomes were categorized as moderate with an average of 81.26 in the income concept economics subject. national class XI IIS SMAN 1 Padalarang, (ii) there is an influence of emotional intelligence of 42.5%, (iii) there is an influence of parental support of 31.5% (iv) there is an influence of emotional intelligence and parental support on student learning outcomes of 74%.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (i) bagaimana kecerdasan emosional, dukungan orang tua dan hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi kelas XI IIS SMAN 1 Padalarang, (ii) pengaruh kecerdasan emosional terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi kelas XI IIS SMAN 1 Padalarang, (iii) pengaruh dukungan orang tua terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi kelas XI IIS SMAN 1 Padalarang, dan (iv) pengaruh kecerdasan emosional dan dukungan orang tua terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi kelas XI IIS SMAN 1 Padalarang. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survey dengan pendekatan kuantitatif dan teknik pengumpulan data berupa angket dan soal tes. Hasil penelitian menunjukkan: (i) kecerdasan emosional siswa dikatakan sangat baik dengan skor 4,05, dukungan orang tua dalam kualifikasi sangat baik dengan skor 4,03 dan hasil belajar siswa dikategorikan cukup dengan rata-rata 81,26 pada mata pelajaran ekonomi konsep pendapatan nasional kelas XI IIS SMAN 1 Padalarang, (ii) terdapat pengaruh kecerdasan emosional sebesar 42,5%, (iii) terdapat pengaruh dukungan orang tua sebesar 31,5% (iv) terdapat pengaruh kecerdasan emosional dan dukungan orang tua terhadap hasil belajar siswa sebesar 74%.

PENDAHULUAN

Pembelajaran memiliki fungsi sebagai perubahan pada perilaku individu yang dari tidak paham menjadi paham, dari yang belum tahu menjadi serta, serta dapat bermanfaat bagi lingkungan maupun individu itu sendiri. Pembelajaran biasanya didapatkan oleh siswa di dalam sekolah, namun pada awal tahun 2020 pembelajaran di Indonesia mengalami keterhambatan. Hal ini dikarenakan adanya wabah penyakit di Indonesia yaitu *corona virus* yang sering disebut COVID-19. Kondisi pembelajaran jarak jauh atau belajar di rumah diduga menjadikan siswa membutuhkan dukungan agar dapat mengikuti proses pembelajaran dengan baik. Dukungan tersebut berasal dari faktor internal maupun eksternal siswa yang nantinya akan mempengaruhi hasil belajar siswa itu sendiri. Secara umum terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi belajar siswa sehingga berpengaruh pada hasil

pembelajaran yang berlangsung. Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi yaitu faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar).

Slameto dalam Hapnita (2018, hlm. 2176) mengatakan bahwa faktor internal yang mempengaruhi hasil belajar yaitu aspek psikologis (intelegensi, perhatian, minat, bakat, motivasi, dan kesiapan) serta aspek fisiologis (kelengkapan anggota tubuh). Adapun faktor eksternal menurut Hapnita (2018, hlm. 2176) bahwa faktor- faktor eksternal meliputi aspek keluarga (cara orang tua mendidik anak, susasana rumah, dan keadaan ekonomi keluarga), aspek sekolah dan aspek masyarakat. Berbagai faktor tersebut saling berhubungan satu sama lain, apabila dapat terpenuhi dengan baik, maka pencapaian hasil belajar siswa dapat maksimal. Usaha pencapaian hasil belajar yang maksimal dalam pembelajaran tidak luput dari faktor-faktor yang mempengaruhi diri siswa.

Faktor-faktor yang mempengaruhi diri siswa tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap proses pencapaian hasil belajar siswa, seperti kecerdasan emosional yang merupakan salah satu faktor intern yang ada pada diri siswa dan dukungan orang tua yang merupakan salah satu faktor ekstern yang mendukung usaha pencapaian hasil belajar siswa. Apabila emosional siswa baik, siswa akan bisa mengatasi segala situasi yang dihadapinya saat belajar sehingga siswa dapat mencapai hasil belajar yang baik. Selain faktor intern, salah satu faktor ekstern yang dapat mempengaruhi siswa dalam mencapai hasil belajar, yaitu dukungan orang tua. Setyaningrum (2015, hlm. 6) mengatakan, "Orang tua adalah guru pertama bagi anak karena yang pertama kali mendidik dan menanamkan pendidikan kepada anak adalah orang tua". Orang tua berperan penting dalam mendukung anak dalam menumbuhkan motivasi belajar yang tinggi.

Harapan besar bagi setiap orang tua adalah kesuksesan anaknya dalam mencapai hasil belajar. Hasil belajar yang optimal tentunya didukung oleh faktor intern dan faktor ekstern yang baik. Kecerdasan emosional yang baik dan dukungan orang tua yang kuat diyakini mampu mempengaruhi kesuksesan siswa dalam meningkatkan kemampuannya selama proses pembelajaran, sehingga akan sangat mempengaruhi pencapaian hasil belajar siswa.

Adapun rumusan masalah yaitu bagaimana kecerdasan emosional, dukungan orang tua, dan hasil belajar siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang pada mata pelajaran ekonomi, adakah pengaruh kecerdasan emosional terhadap hasil belajar, adakah pengaruh dukungan orang tua terhadap hasil belajar dan adakah pengaruh kecerdasan emosional dan dukungan orang tua terhadap hasil belajar siswa. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sebesar besar pengaruh kecerdasan emosional dan dukungan orang tua terhadap hasil belajar siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang. Penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk membantu pengembangan ilmu kependidikan khususnya pada pendidikan ekonomi tentang pengaruh kecerdasan emosional dan dukungan orang tua terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi.

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Kecerdasan Emosional

Slovey dan John Mayer dalam Ike dkk (2016, hlm. 140) mengatakan, "Kecerdasan Emosional sebagai bagian dari kecerdasan sosial yang melibatkan kemampuan memantau perasaan dan emosi baik pada diri sendiri maupun pada orang lain, memilah-milah semuanya dan menggunakan informasi ini untuk membimbing pikiran dan tindakan". Davidoff dalam Wibowo (2015, hlm. 5) menjelaskan bahwa emosi sebagai suatu keadaan di dalam diri seseorang yang tidak kentara dan sulit diukur. Kecerdasan emosional merupakan perasaan yang mendorong individu untuk merespon atau bertindak laku terhadap stimulus, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya. Patton dalam Setiawan dan Simbolon (2018, hlm. 12) mengatakan, "Kecerdasan emosi adalah kemampuan untuk menggunakan emosi secara afektif untuk mencapai tujuan, membangun hubungan produktif dan meraih keberhasilan". Goleman dalam Hermita dkk (2012, hlm. 92) menjelaskan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh dan berperan penting dalam meningkatkan hasil belajar. Senada dengan hasil penelitian Wahyuningsih dalam Hermita

dkk (2012, hlm. 92) bahwa EQ berhubungan positif dan signifikan terhadap hasil belajar, dimana kecerdasan emosional tinggi maka hasil belajar tinggi.

Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa kecerdasan emosional merupakan kemampuan siswa dalam mengatur kehidupan emosionalnya dengan menjaga dalam mengendalikan dan mengontrol keselarasan emosi dan bagaimana cara mengungkapkannya melalui pengendalian diri untuk mencapai keberhasilan hasil belajar.

B. Tujuan kecerdasan Emosional

Tujuan kecerdasan emosional menurut Kosasih dan Sumarna dalam Rahma (2017, hlm. 14) bahwa kecerdasan emosional memiliki tujuan dalam memahami secara efektif dan daya kepekaan emosi sebagai sumber energi, informasi koneksi dan pengaruh manusiawi. Kecerdasan emosional yang dimiliki oleh seseorang menjadi sebuah sumber informasi yang tidak hanya didapat melalui penca idnra saja namun berasal dari sumber lain, yaitu suasana hati. Rosida (2015, hlm. 88) menjelaskan bahwa tujuan dari kecerdasan emosional dalam proses pembelajaran yang terjadi akan menjadikan siswa memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah, mengendalikan dan memotivasi diri sendiri agar mampu berhasil dalam pembelajaran.

C. Ciri-ciri Kecerdasan Emosional

Goleman dalam Hasanudin (2018, hlm. 1) mengatakan bahwa ada lima ciri-ciri kecerdasan emosional adalah:

- 1) Mengenali emosi diri sendiri adalah suatu kemampuan seseorang untuk mengenali perasaan sewaktu perasaan itu terjadi dimana menjadi kemampuan dasar dari kecerdasan emosional yakni keserasan seseorang akan emosinya sendiri.
- 2) Mengelola emosi yaitu suatu kemampuan seseorang dalam menangani perasaan agar dapat terungkap dengan tepat dan menjaga emosi agar tetap terkendali.
- 3) Memotivasi diri sendiri merupakan kemampuan dalam mendorong diri sendiri dalam mengendalikan emosinya agar dapat meraih prestasi.
- 4) Mengenali emosi orang yaitu yaitu kemampuan yang disebut juga empati. Kemampuan empati ini merupakan kemampuan seseorang dalam mengenali emosi orang lain.
- 5) Membina hubungan yaitu kemampuan dalam membina hubungan antar sesama dalam menjalin komunikasi sehingga mendapatkan apa yang diinginkan.

D. Komponen Kecerdasan Emosional

Goleman dalam Tjun dkk (2009, hlm. 103) mengatakan bahwa terdapat lima dimensi atau komponen kecerdasan emosional (EQ) yaitu:

- 1) Pengenalan diri (*Self awareness*) yaitu bagaimana cara mengolah diri sendiri dalam mengetahui kondisi diri, kesukaan serta dapat mengenali emosi dan mengetahui kekuatan dan batas-batas diri sendiri dalam menilai keyakinan tentang harga diri dan kemampuan sendiri.
- 2) Pengendalian diri (*self regulation*) yaitu bagaimana cara memelihara emosi dan desakan hati, memelihara kejujuran dan integritas, serta bertanggungjawab atas kinerja pribadi dan mudah menerima terhadap gagasan maupun informasi baru.
- 3) Motivasi (*motivation*) yaitu cara menyesuaikan diri dengan lingkungan mendorong menjadi seseorang yang lebih baik untuk memenuhi standar keberhasilan serta kegigihan dalam memperjuangkan sasaran kendati ada halangan dan kegagalan.
- 4) Empati (*emphaty*) yaitu bagaimana cara memahami orang lain baik dari indra perasaan dan menunjukkan sikap tenggang rasa dalam satu hubungan dan mampu membaca emosi sebuah kelompok.
- 5) Keterampilan sosial (*social skills*) yaitu bagaimaa cara dalam menggugah tanggapan yang dikehendaki pada orang lain, mengirimkan pesan yang jelas dan meyakinkan dan dapat bekerja sama dengan orang lain demi tujuan bersama serta menciptakan sinergitas.

Komponen-komponen kecerdasan emosional disini merupakan suatu kemampuan seseorang dalam hal ini siswa dalam memiliki keyakinan pada diri sendiri, memiliki minat,

mengetahui bagaimana mengendalikan keinginan untuk berbuat yang tidak sesuai dengan kondisi hati, serta dapat membina hubungan baik dengan orang lain.

E. Pengertian Dukungan Orang Tua

“Dukungan orang tua adalah interaksi yang dikembangkan oleh orang tua yang dicirikan perawatan, kehangatan, persetujuan dan berbagai perasaan positif orang tua terhadap anak” (Tan dkk, 2013, hlm. 2). Listiyana (2016, hlm. 16) mengatakan bahwa orang tua merupakan komponen keluarga yang terdiri dari ayah, ibu dan merupakan hasil dari sebuah ikatan perkawinan yang sah yang dapat membentuk sebuah keluarga. Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa dukungan orang tua dapat menciptakan suasana belajar yang hangat dan harmonis, serta dapat membantu siswa dalam menghadapi masalah-masalah yang terjadi ketika proses pembelajaran sedang berlangsung untuk mencapai hasil belajar yang maksimal. Dukungan orang tua disini berupa menyediakan fasilitas belajar dirumah berupa materi dan perhatian, sehingga siswa merasa diperhatikan, dicintai, dihargai dan dihormati.

F. Tujuan Dukungan Orang Tua

Tujuan dukungan orang tua menurut Lailatul dalam Mahardhika (2018, hlm. 64) menjelaskan bahwa dukungan orang tua memiliki tujuan dalam membantu anak dalam mencapai keberhasilan pendidikannya serta bertanggung jawab dalam mendidik anak dalam proses belajar anak dengan menggunakan cara-cara yang dirasakan akan membantu kegiatan belajar anak. Afriansyah (2014, hm. 16) menjelaskan bahwa tujuan dari dukungan orang tua terutama dalam proses pembelajaran anak agar anak dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan apa yang diharapkannya. Oleh karena itu, sebagai orang tua sudah seharusnya memberikan dukungan terhadap anak dalam memberikan pendidikan formal dan informal. Berdasarkan paparan diatas, maka dukungan orang tua memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar anak dalam wujud pemberian rasa aman, emmbimbing dan memotivasi serta pemberian rasa aman dan kasih sayang.

G. Aspek-Aspek Dukungan Orang Tua

Sarafino dalam Hidayah (2012, hlm. 6) mengatakan bahwa bentuk dukungan orang tua terdiri dari empat aspek yaitu:

- 1) Dukungan emosional. Dukungan ini melibatkan ekspresi rasa empati dan perhatian terhadap individu, sehingga individu tersebut merasa nyaman, dicintai, dan diperhatikan.
- 2) Dukungan penghargaan. Dukungan ini melibatkan ekspresi yang berupa pernyataan setuju dan penilaian positif terhadap ide-ide, perasaan dan performa orang lain
- 3) Dukungan instrumental. Bentuk dukungan ini melibatkan bantuan langsung misalnya yang berupa bantuan *financial* (keuangan) atau bantuan dalam mengerjakan tugas-tugas tertentu.
- 4) Dukungan informasi. Dukungan yang bersifat informasi ini dapat berupa saran, pengarahan dan umpan balik tentang bagaimana cara memecahkan persoalan.

Fridman dalam Yulia (2019, hlm. 253) mengatakan. “Aspek-aspek dukungan orang tua, yaitu dukungan informasional orang tua, dukungan penilaian orang tua, dukungan instrumental orang tua, dan dukungan emosional orang tua”. House dalam Lestari (2019, hlm. 13) mengatakan bahwa ada empat aspek dukungan sosial orang tua yang diberikan yaitu:

- 1) Dukungan emosional, dukungan ini melibatkan rasa empati, kepedulian dan perhatian terhadap seseorang, sehingga dapat merasakan kenyamanan.
- 2) Dukungan pengharagaan, dukungan ini melibatkan ekspresi yang berupa penilaian terhadap ide-ide, perasaan dan performa orang lain seperti mengapresiasi pengahrgaan, dan seseorang mendapatkan dorongan semangat dari orang tua.
- 3) Dukungan instrumental, yaitu dukungan pertolongan baik dukungan material maupun dukungan moril.

- 4) Dukungan informasi, berupa dukungan yang memberika nasehat, saran, pengarahan, umpan balik tentang bagaimana cara memecahkan berbagai macam persoalan.

H. Macam-Macam Dukungan Orang Tua

Jauharotul (2015, hlm 18) mengatakan bahwa dukungan yang dapat diberikan orang tua untuk meningkatkan hasil belajar peserta didik mengatakan bahwa:

- 1) Menciptakan suasana belajar

Orangtua juga harus belajar untuk memahami keadaan saat anak sedang belajar. Anak membutuhkan suasana yang tenang dan nyaman agar dapat berkonsentrasi. Orangtua juga mendukung dengan tidak mengganggu saat anak sedang belajar bahkan sebaiknya juga ikut mendampingi dan menciptakan suasana belajar bersama.

- 2) Memprioritaskan tugas sekolah

Orangtua ikut berperan aktif mendukung pembelajaran anak di sekolah dan saat dirumah orangtua mengutamakan tugas sekolah anaknya daripada tugas anak dirumah.

- 3) Mendorong aktif berkegiatan di sekolah

Saat ada waktu luang pada anak, seharusnya orangtua mendukung anak untuk mengikuti kegiatan di sekolah seperti mengikuti kegiatan ekstrakurikuler atau pelajaran tambahan daripada kegiatan yang tidak jelas.

- 4) Menciptakan strategi diskusi di rumah

Menciptakan situasi adanya kondisi lingkungan yang dapat saling bertukar pendapat dengan anak. Dengan adanya situasi ini maka hal ini akan mendorong anak untuk berfikir kritis dan menyelami jiwa anak.

- 5) Orangtua perlu mengetahui pengalaman anak di sekolah

Sangat penting bagi orangtua untuk datang ke sekolah secara rutin untuk melihat perkembangan anaknya serta menjalin hubungan yang baik dengan pihak sekolah.

I. Pengertian Hasil Belajar

Gagne dan Briggs dalam Nurrita (2018, hlm. 175) "Hasil belajar adalah kemampuan seseorang setelah mengikuti proses pembelajaran tertentu". Menurut Sudjana (2016, hlm. 3) "Hasil belajar siswa pada hakikatnya adalah perubahan tingkah laku sebagai hasil belajar dalam pengertian yang lebih luas mencakup bidang kognitif, afektif dan psikomotorik". Nawawi dalam Susanto (2016, hlm. 5) mengatakan bahwa hasil belajar adalah tingkat keberhasilan siswa dalam mempelajari materi pelajaran di sekolah yang dinyatakan dalam bentuk nilai yang diperoleh dari hasil tes mengenai sejumlah materi pelajaran tertentu. Berdasarkan definisi yang telah di uraikan maka hasil belajar merupakan perubahan tingkah laku baik pengetahuan, pemahaman, sikap dan keterampilan dalam mempelajari materi pelajaran di sekolah yang dinyatakan dalam bentuk nilai.

J. Tujuan hasil belajar

Menurut Widoyoko (2014, hlm.7) tujuan evaluasi atau hasil belajar adalah memperoleh informasi yang akurat dan objektif tentang suatu program. Informasi tersebut dapat berupa proses pelaksanaan program, dampak/hasil yang dicapai, efisiensi setra pemanfaatan hasil evaluasi yang difokuskan untuk program itu sendiri, yaitu untuk pengambilan keputusan apakah dilanjutkan, diperbaiki atau dihentikan. Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 66

Tahun 2013 tentang standar penilaian pendidikan, tujuan penilaian hasil belajar yaitu:

- 1) Penilaian hasil belajar oleh pendidik bertujuan untuk memantau proses dan kemajuan belajar peserta didik serta untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran.
- 2) Penilaian hasil belajar oleh satuan pendidikan bertujuan untuk menilai pencapaian kompetensi lulusan peserta didik.
- 3) Penilaian hasil belajar oleh pemerintah dilakukan melalui ujian nasional dan ujian mutu tingkat kompetensi.

K. Pendekatan hasil belajar

Penilaian Acuan Patokan (PAP) merupakan pendekatan penilaian yang mengacu pada suatu kriteria atau patokan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Pendekatan penilaian hasil belajar yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Pendekatan Penilaian

Acuan Patokan (PAP) karena pada penelitian ini hasil belajar yang akan diteliti mengacu pada suatu kriteria yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan yang harus dikuasai oleh siswa bukan untuk membandingkan siswa dengan siswa lain pada kelompoknya.

L. Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil belajar

Belajar adalah suatu proses untuk mencapai tujuan belajar yang diinginkan. Hasil belajar merupakan produk terakhir dari proses belajar sehingga terjadi perubahan dari sebelum belajar hingga akhirnya mencapai tujuan belajar dan bentuk hasil belajar. Dalyono dalam Priansa (2015, hlm. 66) mengatakan, "Faktor-faktor yang mempengaruhi prestasi belajar adalah faktor internal (kesehatan, intelegensi dan bakat, minat, motivasi, cara belajar) dan faktor eksternal (keluarga, sekolah)". Dalyono dalam Alkuesari (2013, hlm. 110) mengatakan, "Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil belajar yaitu faktor intern dapat berupa kondisi fisiologis umum, kondisi panca indera, minat, kecerdasan, bakat, motivasi, kemampuan kognitif, kreativitas dan kemandirian. Faktor ekstern dapat berupa alam, sosial budaya, kurikulum, program pembelajaran, sarana, fasilitas, guru dan orang tua".

METODOLOGI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kecerdasan emosional dan dukungan orang tua terhadap hasil belajar siswa di SMA Negeri 1 Padalarang pada mata pelajaran ekonomi. Penelitian ini menggunakan suatu pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang dibutuhkan merupakan penelitian kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur agar informasi yang diperoleh digunakan sebagai dasar dalam membahas masalah yang ada. Sugiyono (2019, hlm. 16) mengatakan, "Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, serta digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan". Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian *survey*. Desain penelitian pada metode *survey* dikelompokkan berdasarkan dimensi waktu yaitu *cross-sectional* dan *longitudinal*". *Cross-sectional survey* merupakan penelitian survei yang dilakukan sekali pada periode tertentu. Subjek dan objek pada penelitian ini terdiri dari 103 siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang . pengumpulan data menggunakan instrument angket dan tes .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan *IBM SPSS 26.0 for windows*, uji validitas ini dengan jumlah $N=35$ dan nilai r tabel dengan taraf signifikansi 0,05 (5%) sebesar 0,344 maka dapat dilihat dari tabel diatas bahwa terdapat 22 item pernyataan yang valid ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan 1 item pernyataan yang tidak valid ($r_{hitung} < r_{tabel}$) yaitu terdapat pada item pernyataan 7 yang tidak valid tidak akan digunakan pada angket untuk mengukur kecerdasan emosional. uji validitas pada dukungan orang tua dengan jumlah $N=35$ dan nilai r tabel dengan taraf signifikansi 0,05 (5%) sebesar 0,344 maka dapat dilihat bahwa terdapat 16 item pernyataan yang dinyatakan valid ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Sehingga 16 item pernyataan ini dapat digunakan untuk pengukuran dukungan orang tua dalam penelitian. taraf signifikansi 0,05 (5%) sebesar 0,344 maka dapat dilihat bahwa terdapat 20 item soal yang dinyatakan valid ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Sehingga 20 item soal ini dapat digunakan untuk pengukuran hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi dalam penelitian.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas untuk variabel X1 (kecerdasan emosional) memiliki nilai 0,912 dimana dapat diklasifikasikan pada tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Pada variabel X2 (dukungan

orang tua) memiliki nilai 0,969 sehingga dapat dinyatakan sangat variabel sesuai dengan klasifikasi yang tertera. Instruemn akan dikatakan reliable jika nilai koefisien Sperman Brown-split half method $< 0,70$. Dilihat dari tabel di atas berdasarkan hasil pengujian menggunakan IBM SPSS 26.0 for windows, item soal pada hasil belajar (variabel Y) memiliki nilai Guttman Split-Half Coefficient 0,799 yang dimana hasilnya $> 0,70$ maka dapat dinyatakan reliable dengan interpretasi tinggi.

Analisis Deskriptif

1. Kecerdasan Emosional

No	Pernyataan	Rata-Rata	Tafsiran
Variabel X1 (Kecerdasan Emosional)			
1	Pernyataan 1	4,32	Sangat Baik
2	Pernyataan 2	4,37	Sangat Baik
3	Pernyataan 3	3,93	Baik
4	Pernyataan 4	4,07	Sangat Baik
5	Pernyataan 5	4,02	Sangat Baik
6	Pernyataan 6	3,41	Baik
7	Pernyataan 7	4,48	Sangat Baik
8	Pernyataan 8	4,3	Sangat Baik
9	Pernyataan 9	3,97	Baik
10	Pernyataan 10	3,74	Baik
11	Pernyataan 11	4,19	Sangat Baik
12	Pernyataan 12	4,23	Sangat Baik
13	Pernyataan 13	4,11	Sangat Baik
14	Pernyataan 14	4,48	Sangat Baik
15	Pernyataan 15	4,3	Sangat Baik
16	Pernyataan 16	3,97	Baik
17	Pernyataan 17	3,74	Baik
18	Pernyataan 18	4,19	Sangat Baik
19	Pernyataan 19	3,93	Baik
20	Pernyataan 20	4,07	Sangat Baik
21	Pernyataan 21	4,02	Sangat Baik
22	Pernyataan 22	3,41	Baik
Jumlah		89,25	
Total Rata-Rata		4,05	Sangat Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

Berdasarkan hasil tabel di atas, menunjukkan bahwa rata-rata item pernyataan pada variabel kecerdasan emosional berada dikategori "Sangat Baik". Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata sebesar 4,05 yang mengindikasikan bahwa sebagian besar siswa memiliki kecerdasan emosional yang sangat baik sehingga siswa mampu mengelola emosi pada diri sendiri maupun hubungan dengan orang lain untuk meningkatkan hasil belajar yang maksimal.

2. Dukungan Orang Tua

No	Pernyataan	Rata-Rata	Tafsiran
Variabel X2 (Dukungan Orang Tua)			
1	Pernyataan 23	3,8	Baik
2	Pernyataan 24	4	Baik
3	Pernyataan 25	4,08	Sangat Baik
4	Pernyataan 26	3,73	Baik
5	Pernyataan 27	4,19	Sangat Baik
6	Pernyataan 28	3,48	Baik
7	Pernyataan 29	4,19	Sangat Baik
8	Pernyataan 30	4,37	Sangat Baik
9	Pernyataan 31	4,14	Baik
10	Pernyataan 32	4,21	Baik
11	Pernyataan 33	4	Baik
12	Pernyataan 34	4,08	Sangat Baik
13	Pernyataan 35	3,48	Baik
14	Pernyataan 36	4,19	Sangat Baik
15	Pernyataan 37	4,37	Sangat Baik
16	Pernyataan 38	4,19	Sangat Baik
Jumlah		64,5	
Total Rata-Rata		4,03	Sangat Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

Berdasarkan hasil tabel di atas, menunjukkan bahwa rata-rata item pernyataan pada variabel dukungan orang tua berada dikategori "Sangat Baik". Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata sebesar 4,03 yang mengindikasikan bahwa sebagian besar siswa selama pembelajaran di dukung oleh orang tua dengan baik menurut rata-rata responden, sehingga dapat meningkatkan hasil belajar yang diinginkan.

3. Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Sub Pokok Bahasan Pendapatan Nasional

Rentang Predikat Hasil Belajar					
	Sangat Baik (A)	Baik (B)	Cukup (C)	Perlu Bimbingan (D)	Jumlah
	93-100	84-92	76-83	< 75	
Jumlah	10	38	16	39	103
%	10%	37%	15%	38%	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

Berdasarkan hasil data yang dipaparkan pada tabel di atas mengenai hasil rekapitulasi instrumen tes hasil belajar pada siswa kelas XI IIS 1, XI IIS 2, XI IIS 3 dan XI IIS 4 dengan materi pendapatan nasional dapat dilihat bahwa 10 siswa atau 10% mendapatkan nilai pada rentang 93-100 dengan predikat (A), 38 siswa atau 15% mendapatkan nilai pada rentang 84-92 dengan predikat (B), 16 siswa atau 15% mendapatkan nilai pada rentang 76-83 dengan predikat (C) dan 39 siswa atau 38% siswa mendapatkan nilai kurang dari 75 dengan predikat (D). Berdasarkan penjabaran di atas mengenai hasil belajar, maka dari total nilai seluruh siswa yang terdiri dari 103 siswa sebesar 8.370, sehingga diperoleh rata-rata nilai hasil belajar siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang sebesar 81,26 mendapatkan predikat "C" atau dapat dikatakan

cukup yang artinya mayoritas siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang telah mencapai Kriteria Ketuntasan Minimal (KKM) pada mata pelajaran ekonomi.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual	
N	103
	.060
(2-tailed)	

Menunjukkan nilai signifikansi 0,60. Kesimpulan dari data di atas bahwa data dari variabel X1 (Kecerdasan emosional), X2 (dukungan orang tua) dan Y (Hasil Belajar siswa) yang telah diuji menghasilkan data berdistribusi normal karena $(0.60) > 0.05$ (5%).

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.	Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta		Tolerance	VIF	
1	(Constant)	10.242	1.589		6.447	.000		
	Kecerdasan Emosional	-.004	.036	-.013	-.114	.909	.756	1.322
	Dukungan Orang Tua	.019	.024	.090	.784	.435	.756	1.322

a. Dependent Variable: Hasil Belajar Siswa

Hasil dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai tolerance dari kecerdasan emosional dan dukungan orang tua sebesar 0,756 dan nilai VIF sebesar 1,322. Dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji multikolinearitas pada variabel X1 (kecerdasan emosional) dan X2 (dukungan orang tua) adalah tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas dikarenakan memiliki nilai tolerance $(0,756 > 0,100)$ dan nilai VIF $(1,322 < 10,00)$.

3. Uji heteroskedastitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.512	2.828		.618	.538
	Kecerdasan Emosional	-.037	.119	-.019	1.946	.055
	Dukungan Orang Tua	.004	.113	.139	.743	.432

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan hasil uji menggunakan IBM SPSS dengan uji gleser maka nilai signifikan residual untuk variabel kecerdasan emosional sebesar 0,555 dan variabel dukungan orang tua sebesar 0,432. Dari data di atas menunjukkan bahwa keduanya memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ (5%) atau tidak signifikan yang artinya pada model ini tidak terdapat

heteroskedastitas karena semua variabel independen yang terdapat dalam model ini memiliki sebaran variabel yang sama atau homogen.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.483	4.439		.896	.650
	Kecerdasan Emosional	1.026	.128	.503	2.917	.002
	Dukungan Orang Tua	.820	.124	.394	5.845	.000

a. Dependent Variable: Hasil Belajar Siswa

Persamaan regresi linear berganda ini yaitu $Y = 8,483 + 1,026X_1 + 0,820X_2$ memiliki arti apabila kecerdasan emosional dan dukungan orang tua dianggap konstan (bernilai 0) maka hasil belajar 8,483. Persamaan tersebut menyatakan bahwa setiap ada peningkatan atau penambahan 8,433 dari kecerdasan emosional, maka memberikan arah positif sehingga hasil belajar akan bertambah atau meningkat sebesar 1,026, serta setiap ada peningkatan atau penambahan 8,433 dari dukungan orang tua, maka akan memberikan arah positif sehingga hasil belajar akan meningkat sebesar 0.820. Secara umum hal ini menunjukkan adanya pengaruh kecerdasan emosional dan dukungan orang tua kearah positif akan diikuti dengan peningkatan hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi.

5. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.739	.758	4.237

a. Predictors: (Constant), Kecerdasan Emosional, Dukungan Orang Tua

b. Dependent Variable: Hasil Belajar

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,739 atau sebesar 74%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel kecerdasan emosional dan dukungan orang tua dapat menjelaskan variabel hasil belajar sebesar 74%, sedangkan sisanya 26% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan kriteria interpretasi koefisien determinasi, kecerdasan emosional dan dukungan orang tua memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap hasil belajar siswa.

Uji Hipotesis

1. Uji parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.483	4.439		.896	.650
	Kecerdasan Emosional	1.026	.128	.503	2.917	.002
	Dukungan Orang Tua	.820	.124	.394	5.845	.000

a. Dependent Variable: Hasil Belajar Siswa

Pada variabel kecerdasan emosional (X1) sebesar 2.917 dan nilai signifikansi 0,002 (<0,05) atau 5 % dan untuk nilai t hitung jika dibandingkan dengan nilai t tabel pada distribusi t $\alpha=5\% : 2 = 2,5\%$ (0,025) dengan derajat kebebasan (df) $n - k - 1 = 103 - 2 - 1 = 100$ (n adalah jumlah responden/siswa, k adalah jumlah variabel bebas) diperoleh t tabel sebesar 1,983. Uji parsial ini dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 2.917 > nilai t tabel 1,983. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini variabel kecerdasan emosional berpengaruh terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi, artinya menerima H_a dan menolak H_o pada hipotesis 1. pada variabel dukungan orang tua (X2) sebesar 5.845 dan nilai signifikansi 0,000 (<0,05) atau 5 % dan untuk nilai t hitung jika dibandingkan dengan nilai t tabel pada distribusi t $\alpha=5\% : 2 = 2,5\%$ (0,025) dengan derajat kebebasan (df) $n - k - 1 = 103 - 2 - 1 = 100$ (n adalah jumlah responden/siswa, k adalah jumlah variabel bebas) diperoleh t tabel sebesar 1,983. Uji parsial ini dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 5.845 > nilai t tabel 1,983. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini variabel dukungan orang tua berpengaruh terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi, artinya menerima H_a dan menolak H_o pada hipotesis 2.

2. Uji simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.840		21.420	17.763	.009 ^b
	Residual	186.092	100	1.861		
	Total	188.932	102			

a. Dependent Variable: Hasil Belajar Siswa

b. Predictors: (Constant), Dukungan Orang Tua, Kecerdasan Emosional

Hasil uji F pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi adalah 0,009 serta nilai F hitung sebesar 17,763. Sebagaimana dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi 0,009 (<0,05) atau 5% atau F hitung (17,763) > F tabel (3,09) maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini kecerdasan emosional (X1) dan dukungan orang tua (X2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi (Y).

PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil angket yang telah disebarakan dilihat hasil rekapitulasi nilai rata-rata skor sebesar 4,05 mengindikasikan bahwa sebagian besar siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang memiliki kecerdasan emosional sangat baik sehingga siswa mampu mengelola emosi pada diri sendiri maupun hubungan dengan orang lain untuk meningkatkan hasil belajar yang maksimal. Komponen kecerdasan emosional (EQ) menurut Goleman dalam Tjun dkk (2009, hlm. 103) yaitu: Pengenalan diri (*self awareness*), pengendalian diri (*self regulation*), motivasi (*motivation*), empati (*emphaty*), dan keterampilan sosial (*social skilss*). Siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang sebagian besar sudah sangat baik dalam pengenalan diri dimana mampu mengolah emosi diri sendiri dalam mengatasi kemandirian belajar untuk mengikuti proses pembelajaran, juga fokus dan sadar untuk memelihara emosi dengan baik ketika proses pembelajaran berlangsung khususnya pada mata pelajaran pendapatan nasional.

Dukungan orang tua siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Padalarang dilihat dari hasil perolehan rekapitulasi rata-rata skor ditunjukkan dengan rata-rata sebesar 4,03 yang mengindikasikan bahwa sebagian besar siswa kelas XI IIS SMA Negeri 1 Padalarang selama pembelajaran jarak jauh di dukung oleh orang tua dengan sangat baik, sehingga dapat meningkatkan hasil belajar yang diinginkan. Dukungan orang tua terdiri dari lima aspek yaitu: a) menciptakan suasana belajar, b) memprioritaskan tugas sekolah, c) mendorong aktif berkegiatan di sekolah, d) menciptakan strategi diskusi di rumah dan d) orang tua perlu mengetahui pengalaman anak di sekolah. Secara keseluruhan dukungan orang tua siswa berada dalam kategori tinggi dimana keberhasilan siswa tidak hanya ditangan mereka sendiri, terlebih ada campur tangan lingkungan dan keluarga pada khususnya untuk mendukung keberhasilan belajar.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada variabel hasil belajar dengan menggunakan instrumen tes melalui *google form* kepada 103 responden (siswa) yang terdiri dari 20 soal berdasarkan indikator dari kompetensi dasar pada materi pendapatan nasional, dapat diketahui bahwa 10 siswa atau 10% mendapatkan nilai pada rentang 93-100 dengan predikat (A), 38 siswa atau 15% mendapatkan nilai pada rentang 84-92 dengan predikat (B), 16 siswa atau 15% mendapatkan nilai pada rentang 76-83 dengan predikat (C) dan 39 siswa atau 38% siswa mendapatkan nilai kurang dari 75 dengan predikat (D). Berdasarkan penjabaran di atas mengenai hasil belajar, maka dari total nilai seluruh siswa yang terdiri dari 103 siswa sebesar 8.370, sehingga diperoleh rata-rata nilai hasil belajar siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang sebesar 81,26 mendapatkan predikat "C" atau dapat dikatakan cukup yang artinya mayoritas siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang telah mencapai Kriteria Ketuntasan Minimal (KKM) pada mata pelajaran ekonomi yaitu 75. Hasil nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,739 atau sebesar 74%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel kecerdasan emosional dan dukungan orang tua dapat menjelaskan variabel hasil belajar sebesar 74% sehingga kecerdasan emosional dan dukungan orang tua memiliki pengaruh yang "kuat" terhadap hasil belajar siswa, sedangkan 26% hasil belajar siswa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

PENUTUP Simpulan

Simpulan dari penelitian mengenai kecerdasan emosional pada siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang secara keseluruhan dalam Kategori sangat baik, dukungan orang tua siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang dikatakan sangat baik dan hasil belajar siswa dikatakan "cukup" sehingga mayoritas siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang telah mencapai KKM pada mata pelajaran ekonomi, lalu pengaruh kecerdasan emosional dan dukungan orang tua terhadap hasil belajar siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 1 Padalarang pada mata pelajaran ekonomi memiliki pengaruh yang positif terhadap hasil belajar begitupun dengan dukungan orang tua, sehingga kecerdasan emosional dan dukungan orang tua berpengaruh secara simultan terhadap hasil belajar sebesar 74%.

Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian yang dipaparkan di atas mengenai pengaruh kecerdasan emosional dan dukungan orang tua terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi kelas XI IIS SMA Negeri 1 Padalarang, maka peneliti memberikan beberapa saran bagi pihak-pihak terkait diantaranya:

1. Bagi Siswa

Pada penelitian ini hasil belajar siswa sebagian masih berada pada kategori cukup dan perlu bimbingan. Oleh karena itu diharapkan siswa mampu meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya mengelola kecerdasan emosional serta perlu adanya dukungan orang tua guna meningkatkan hasil belajar dengan cara meningkatkan segala kemampuannya dan ketertarikan dalam belajar mata pelajaran ekonomi.

2. Bagi Sekolah

Kecerdasan emosional dan dukungan orang tua dalam pembelajaran jarak jauh dapat diperhatikan kembali dalam berlangsungnya proses belajar mengajar, karena salah satu faktor yang dapat mempengaruhi hasil belajar, seperti memberikan pemahaman kepada siswa bahwa kecerdasan emosional itu penting dengan mengelola emosi untuk diri sendiri maupun orang lain, serta memberika pengetahuan kepada orang tua bahwa perlunya dukungan orang tua dalam proses pembelajaran sehingga dapat meningkatkan hasil belajar siswa.

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji terlebih dahulu dan lebih dalam lagi referensi yang berkaitan agar hasil penelitian dapat lebih baik dan juga dapat mempersiapkan diri dalam proses pengambilan, pengumpulan data dan hal-hal yang mendukung agar penelitian dapat dilaksanakand dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Sudjana, N. (2016). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sujawerni, V. W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
Swarjana. (2016). *Statistika Kesehatan*. Yogyakarta: ANDI.

Jurnal:

Hapnita, W. R. (2018). Faktor Internal dan Eskternal yang Dominan Mempengaruhi Hasil Belajar Menggambar Perangkat Lunak Siswa Kelas XI Teknik Gambar Bangunan SMK N 1 Padang Tahun 2016.2017. *CIVED Jurusan Teknik Sipil*, 5(1), hlm. 2176.

Hidayah, F. N. (2012). *Hubungan Antar Dukungan Orang Tua dengan Motivasi Belajar Siswa di SD Negeri Bumi 1 Laweyan Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammdiyah Surakarta.

Ike Y, J. R. (2016). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Prestasi Belajar Akuntansi Keuangan Siswa Kelas XI di SMK Negeri 5 Palembang Tahun Pelajaran 2015/2016. *Jurnal Profit*, 3(2), 140.

Listiyana, I. D. (2016). *Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Dukungan Orang Tua Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi: Survei pada Siswa Kelas XI IIS di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri se-Kota Bandung Tahun Ajaran 2015/2016*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

- Mahardhika, N. A. (2018). Dukungan Orang Tua Terhadap Motivasi Berprestasi Siswa SKOI Kalimantan Timur dalam Mengikuti Pembelajaran Pendidikan Jasmani. *Jurnal Pendidikan Jasmani Indonesia*, 62-68 (2).
- Rahma, F. W. (2017). *Hubungan Kecerdasan Emosional Dengan Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas V SD Negeri 4 Metro Pusat*. Bandar Lampung.
- Setyaningrum, A. (2015). *Pengaruh Dukungan Sosial Orang Tua Terhadap Motivasi Berprestasi Siswa Kelas V Sekolah Dasar di Gugus Hasanudin Kabupaten Cilacap Tahun Ajaran 2014/2015*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tan, J. H., Ismanto, A. Y., & Abraham, B. (2013). Hubungan Antara Dukungan Orang Tua Dengan Motivasi Belajar Pada Anak Usia Sekolah Kelas VI dan V di SD Negeri Kawangkoang Kalawat. *e-Jorunal Keperawatan*, (1) hlm. 16.
- Tjun, L., Santy, S., & Setiana, S. (2009). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Pemahaman Akuntansi dilihat dari Pespektif Gender. *Jurnal Akuntansi*, (1) hlm. 101-118.
- Yuliyah. (2019). Hubungan Antara Dukungan Orang Tua dengan Motivasi Belajar Pada Remaja. *Psikoborneo*, (2) hlm. 250-256.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENGANGGURAN DI KOTA PALOPO PADA MASA PANDEMI COVID 19

¹ Muhaimin, ² Muh Yusuf Qamaruddin, ³Widyawanti Rajiman

Universitas Muhammadiyah Palopo

Alamat e-mail: muhaimincalloro@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence the unemployment rate in Palopo City during the Covid-19 pandemic. The data collection method in this study uses observation, namely observing the object under study. Obtained from the observation data in the form of secondary data or data obtained from other parties (already available) and has been processed into a form of publication. In this study, researchers used data analysis methods in the form of descriptive analysis and factor analysis using multiple linear regression with SPSS software tools. The results of the research show that life expectancy and education levels during the Covid-19 pandemic did not have a significant effect on the unemployment rate, while the total population growth and total GDP growth had a positive and significant effect on the unemployment rate in Palopo City in 2021. The multiple linear regression equation obtained that every increase in population growth affects an increase in unemployment also by 0.213%. Furthermore, for each increase in the amount of GRDP growth, the Unemployment Rate variable also increases by 0.00000134%.

Keywords: Life Expectancy, Unemployment Rate, Population Growth, GRDP Growth, Unemployment Rate.

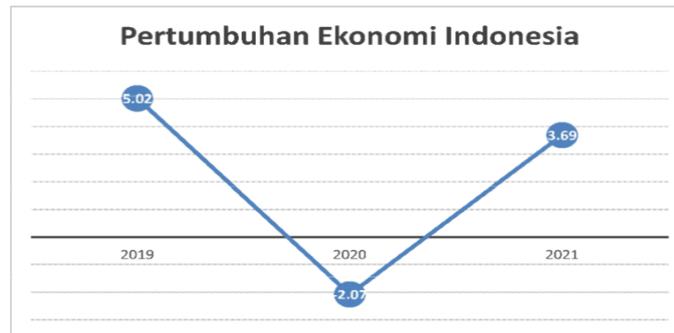
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengangguran di Kota Palopo pada masa pandemi Covid-19. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi yaitu mengamati objek yang diteliti. Diperoleh dari data observasi berupa data sekunder atau data yang diperoleh dari pihak lain (sudah tersedia) dan telah diolah menjadi bentuk publikasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data berupa analisis deskriptif dan analisis faktor dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa angka harapan hidup dan tingkat pendidikan pada masa pandemi Covid-19 tidak berpengaruh signifikan terhadap angka pengangguran, sedangkan pertumbuhan total penduduk dan pertumbuhan PDB total berpengaruh positif dan signifikan terhadap angka pengangguran di Kota Palopo pada tahun 2021. Persamaan regresi linier berganda diperoleh bahwa setiap peningkatan pertumbuhan penduduk berpengaruh terhadap peningkatan pengangguran juga sebesar 0,213%. Selanjutnya untuk setiap kenaikan besaran pertumbuhan PDRB, variabel Tingkat Pengangguran juga meningkat sebesar 0.00000134%.

Kata Kunci: Harapan Hidup, Tingkat Pengangguran, Pertumbuhan Penduduk, Pertumbuhan PDRB, Tingkat Pengangguran

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020, pertumbuhan ekonomi Indonesia terjadi penurunan. Hal itu dipengaruhi oleh pandemi Covid-19 yang sedang terjadi di Indonesia dan menyebabkan para pekerja tidak memiliki pekerjaan tetap, berhenti bekerja. Hal tersebut berdampak pada pendapatan masyarakat menurun yang menyebabkan pendapatan nasional juga akan menurun. Sehingga yang terjadi pertumbuhan ekonomi akan melemah (Indayani and Hartono 2020). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), penurunan perekonomian Indonesia tahun 2019, 2020, 2021 diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB).



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Perekonomian Indonesia (PDB)

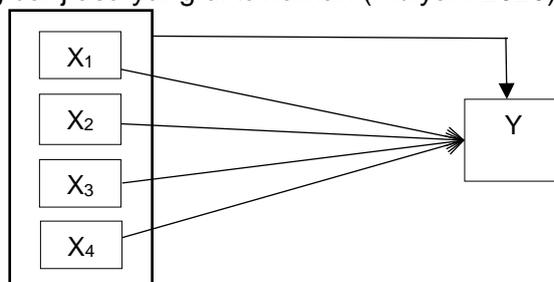
Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator yang amat penting dalam menilai kinerja suatu perekonomian, terutama untuk melakukan analisis tentang hasil pembangunan ekonomi yang telah dilaksanakan suatu Negara atau suatu daerah. Ekonomi dikatakan mengalami pertumbuhan apabila produksi barang dan jasa meningkat dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan ekonomi menunjukkan sejauh mana aktivitas perekonomian dapat menghasilkan tambahan pendapatan atau kesejahteraan masyarakat pada periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi suatu negara atau suatu wilayah yang terus menunjukkan peningkatan menggambarkan bahwa perekonomian negara atau wilayah tersebut berkembang dengan baik (Risza Putri Elburdah 2021). Pertumbuhan ekonomi di suatu negara atau wilayah yang terus memperlihatkan kenaikan yang menjelaskan bahwa perekonomian negara atau wilayah itu meningkat dengan baik (Tul Ramadani, Junaidi, and Eliza 2021).

Salah satu melihat keberhasilan pembangunan ekonomi pada suatu negara dapat melihat indikator perekonomian yaitu tingkat pengangguran. Kondisi suatu negara berdasarkan tingkat pengangguran dapat dilihat perekonomiannya berkembang atau mengalami penurunan. Pengangguran sendiri yaitu sebuah kondisi ketika seseorang belum memperoleh dan menemukan pekerjaan yang tergolong dalam angkatan kerja mereka (Hartanto 2017).

Meningkatnya tingkat pengangguran sangat dipengaruhi oleh pandemi Covid-19. Hal itu mengakibatkan perekonomian di Indonesia semakin terpuruk. Dampak dari pandemi Covid-19 juga menyebabkan angka pengangguran di Indonesia meningkat akibat dari banyaknya PHK di masa pandemi ini. Jumlah penduduk dengan tingkat pengangguran dapat diketahui hubungannya berdasarkan teori Malthus dalam masyarakat modern disebutkan bahwa penambahan jumlah penduduk akan mengakibatkan meningkatnya tenaga kerja, tetapi tidak diikuti oleh kesempatan kerja yang tersedia. Kemudian indikator kualitas penduduk dapat diukur berdasarkan Tingkat Pendidikan juga mempengaruhi pengangguran. Indikator pendidikan tentunya sangat berpengaruh pada tingkat pengangguran. Salah satu cara untuk meningkatkan kemampuan logika manusia yaitu pendidikan, dikarenakan adanya persaingan yang ketat dan kemajuan teknologi (Husila 2019). Pendidikan dapat memudahkan sumber daya manusia dalam mencari pekerjaan karena mempunyai nilai daya saing yang tinggi dan berakibat pada berkurangnya tingkat pengangguran.

Aspirasi mereka biasanya ingin bekerja sesuai dengan pengetahuan yang di dapatkan selama melakukan pendidikan dan untuk mendapatkan pekerjaan itu mereka bersedia menunggu beberapa lama. Tidak menutup kemungkinan mereka berusaha mencari pekerjaan di kota, provinsi, atau daerah yang kegiatan industrinya telah berkembang. Ini menyebabkan angka pengangguran terbuka cenderung tinggi di kota atau daerah tersebut. Sebaliknya, angka pengangguran terbuka rendah di daerah atau provinsi yang kegiatan ekonominya masih tertumpuh pada sektor tradisional, jika tingkat pendidikan di daerah itu masih rendah (H. Sanusi and Rosdiana Fungsi 2016). Tingkat inflasi juga menjadi salah satu penentu dari tingkat pengangguran. Tingkat inflasi yang terjadi dalam suatu Negara merupakan salah satu ukuran untuk mengukur baik buruknya masalah

ekonomi yang dihadapi suatu negara berdasarkan faktor-faktor penyebab terjadinya inflasi, jenis inflasi adalah. Inflasi tarikan pemerintah (demand-pull inflation) adalah inflasi yang di sebabkan karena adanya kenaikan permintaan agregat yang sangat besar di bandingkan dengan jumlah barang dan jasa yang di tawarkan (Mulyani 2020).



Gambar 1. Kerangka Pikir

Salah satu indikator yang juga turut mempengaruhi tingkat pengangguran yaitu pertumbuhan penduduk. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dari tahun ketahun mengakibatkan ketidakseimbangan antara pertumbuhan lapangan pekerjaan dengan bertambahnya tenaga kerja. Hal itu akan menimbulkan kelebihan penawaran tenaga kerja daripada permintaannya, sehingga memunculkan fenomena pengangguran. Di satu sisi, pengangguran menunjukkan adanya selisih antara permintaan dan penawaran tenaga kerja dalam suatu perekonomian. Sedangkan pertumbuhan penduduk yang semakin pesat dan semakin besar jumlahnya menyebabkan masalah pengangguran menjadi bertambah buruk (Muminin and Hidayat 2017).

Angka pengangguran yang minimum di suatu daerah dapat mencerminkan pertumbuhan ekonomi yang baik bagi daerah yang bersangkutan, serta dapat mencerminkan adanya peningkatan kualitas taraf hidup penduduk dan peningkatan pemerataan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat meningkat. Kondisi tingkat pengangguran di Kota Palopo pada tahun 2019-2020:

Tabel 1. Tingkat Pengangguran Terbuka di Kota Palopo

Tahun	Persentase Pengangguran Terbuka (%)
2019	9,67
2020	10,3

Sumber: BPS, Sakernas (2019-2020)

Oleh karena itu perlu dilakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengangguran di Kota Palopo tahun 2020 dikarenakan terdapat dugaan bahwa pandemi COVID-19 yang terjadi pada tahun 2019 menyebabkan tingkat pengangguran bertambah.

METODOLOGI

Data yang digunakan yaitu data sekunder yang terdiri dari data Tingkat Pengangguran, Jumlah Pertumbuhan Penduduk, Tingkat Pendidikan, Lapangan Kerja yang tersedia, Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan cara observasi yaitu mengamati objek yang diteliti. Dari observasi diperoleh data berupa data sekunder atau data yang diperoleh dari pihak lain (sudah tersedia) dan telah diolah menjadi bentuk publikasi.

Definisi operasional variabel dari Tingkat Pengangguran (Y) adalah Tingkat Pengangguran Terbuka di suatu Kabupaten/Kota tertentu. Kemudian variabel Jumlah Pertumbuhan Penduduk (X1) merupakan Jumlah Penduduk di suatu Kota tertentu. Selanjutnya variabel Tingkat pendidikan (X2) merupakan jumlah tahun yang digunakan oleh penduduk dalam menjalani pendidikan formal. Variabel Angka Harapan Hidup (X3) merupakan adalah rata-rata jumlah tahun yang dijalani oleh seseorang setelah orang itu mencapai ulang tahun yang ke-x. Variabel Pertumbuhan PDRB (X4) merupakan rasio pertumbuhan dalam bentuk bilangan persentase diturunkan dari perhitungan PDRB adhk.

2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaplikasikan analisis regresi linier berganda untuk menemukan relasi linier dari dua atau lebih variabel terikat (X_1, X_2, \dots, X_k) dan juga variabel bebas (Y). Analisis regresi linier berganda bertujuan yaitu mendapatkan prediksi nilai variabel tak bebas (Y) terhadap nilai variabel bebasnya (X_1, X_2, \dots, X_k) dan juga untuk melihat hubungan variabel bebas dan tak bebas (Ningsih and Dukalang 2019).

2.2 Metode Pemilihan Model

Pemilihan model terbaik dilakukan menggunakan metode backward. Metode Backward mencari variabel X dan variabel Y yang diregresikan dengan langkah mundur. Eliminasi pada variabel X berdasarkan pada nilai parsial paling kecil dan menentukan variabel X pada model oleh nilai F .

2.3 Uji Signifikansi Parameter

1. Uji Overall (F-test)

Penggunaan uji Overall (F-Test) yaitu agar mengetahui model variabel independen apakah terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya atau tidak (Lisnawati and Syafril 2021).

Hipotesis uji F :

H_0 : (Model tidak layak digunakan)

H_1 : (Model layak digunakan)

2. Uji Parsial (t-test)

Uji Parsial (t-test) dilakukan dalam menentukan pengaruh secara individual satu variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen.

Hipotesis Uji t :

H_0 : $\beta_i = 0$, di mana $i = 0, 1, \dots, k$

H_1 : $\beta_i \neq 0$, di mana $i = 0, 1, \dots, k$

2.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Kekuatan model dalam menguraikan variabel terikat diukur memakai koefisien determinasi atau dinotasikan dengan R^2 Semakin tinggi variabel bebas dalam menguraikan variasi variabel terikat maka semakin tinggi perhitungan adjusted R^2

2.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda menggunakan metode ordinary least square (OLS). Untuk melakukan analisis regresi diperlukan asumsi-asumsi residual yang harus dipenuhi.

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas agar diketahui ada atau tidaknya distribusi normal pada model regresi, variabel dependen dan variabel independen. Model yang mempunyai distribusi data normal merupakan model regresi yang baik. Untuk melakukan uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov–Smirnov.

H_0 : Data berdistribusi normal

H_1 : Data tidak berdistribusi normal

Apabila p -value $< \alpha$, tolak H_0 artinya data tidak berdistribusi normal. Jika uji asumsi terpenuhi, maka harus gagal tolak H_0 .

2. Uji Autokorelasi

Tujuan uji autokorelasi yaitu untuk menunjukkan ada atau tidak korelasi antar dua variabel independen atau lebih pada model regresi berganda. Model regresi dapat dikatakan baik jika autokorelasi nya tidak ada. Metode yang digunakan yaitu dengan menggunakan uji Durbin Watson.

H_0 : Tidak terdapat autokorelasi pada residual

H_1 : Terdapat autokorelasi pada residual

Apabila p -value $< \alpha$, tolak H_0 artinya terdapat autokorelasi. Jika uji asumsi terpenuhi, maka harus gagal tolak H_0 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk mendapati keterjadian perbedaan varian sisa dalam model regresi dari observasi pada observasi lainnya. Dalam penelitian studi kasus ini uji heteroskedastisitas yang digunakan dengan uji Breusch Pagan (T. N. Padilah, 2019).

H_0 : Tidak terjadi heteroskedastisitas

H_1 : Terjadi heteroskedastisitas

Apabila $p\text{-value} < \alpha$, tolak H_0 artinya terjadi heteroskedastisitas. Jika uji asumsi terpenuhi, maka harus gagal tolak H_0 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Analisis Deskriptif

Secara geografis, Kota Palopo letaknya memisahkan wilayah administrasi Kabupaten Luwu menjadi dua wilayah, di sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Walenrang dan di sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bua. Sedangkan di bagian Barat berbatasan dengan Kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Toraja Utara dan di sebelah Timur dengan Teluk Bone. Letak astronomisnya antara 20 53'15" dan 30 04'08" Lintang Selatan dan antara 1200 03'10" dan 1200 14'34" Bujur Timur. Luas wilayah Kota Palopo sebesar 0,39 persen dari total luas wilayah Provinsi Sulawesi Selatan.

1. Variabel Y

Tabel 2. Tingkat Pengangguran Terbuka

Deskripsi	Hasil
Mean	9.6233
Median	9.6700
Mode	8.83 ^a
Std. Deviation	.77106
Minimum	8.83
Maximum	10.37
Sum	28.87

Berdasarkan tabel uji statistik dari variabel tingkat pengangguran terbuka di atas, diketahui bahwa responden (N) sebanyak 3 yakni dari tahun 2019 sampai dengan 2021, nilai minimum atau nilai terkecil yaitu 8.83, kemudian nilai maksimum atau nilai terbesar diketahui 10,37, untuk variabel tingkat kemiskinan yang sering muncul (modus) yaitu 8,83a dan nilai sum atau jumlah dari seluruh 3 responden dari tahun 2019 sampai 2021 yakni sebanyak 28.87. Kemudian nilai rata-rata atau mean 9,6233 dengan standar deviasi 0,77.

2. Variabel X_1

Tabel 3. Pertumbuhan Penduduk

Deskripsi	Hasil
Mean	46.0300
Median	45.3100
Mode	44.80 ^a
Std. Deviation	1.70789
Minimum	44.80
Maximum	47.98
Sum	138.09

Berdasarkan tabel uji statistik dari variabel laju pertumbuhan penduduk di atas, diketahui bahwa responden (N) sebanyak 3 yakni dari tahun 2019 sampai dengan 2021, nilai minimum atau nilai terkecil yaitu 44,80, kemudian nilai maksimum atau nilai terbesar diketahui 47,98, untuk variabel tingkat kemiskinan yang sering muncul (modus) yaitu 44,80a dan nilai sum atau jumlah dari seluruh 3 responden dari tahun 2019 sampai 2021 yakni sebanyak 138,29. Kemudian nilai rata-rata atau mean 46,03 dengan standar deviasi 1,707.

3. Variabel X_2

Tabel 4. Tingkat pendidikan

Deskripsi	Hasil
Mean	10.8167
Median	10.7600
Mode	10.75 ^a
Std. Deviation	.10693
Minimum	10.75
Maximum	10.94
Sum	32.45

Berdasarkan tabel uji statistik dari variabel tingkat pendidikan di atas, diketahui bahwa responden (N) sebanyak 3 yakni dari tahun 2019 sampai dengan 2021, nilai minimum atau nilai terkecil yaitu 10.75, kemudian nilai maksimum atau nilai terbesar diketahui 10,94, untuk variabel tingkat kemiskinan yang sering muncul (modus) yaitu 10.75a dan nilai sum atau jumlah dari seluruh 3 responden dari tahun 2019 sampai 2021 yakni sebanyak 32.45. Kemudian nilai rata-rata atau mean 10.81 dengan standar deviasi 0,106.

4. Variabel X_3

Tabel 5. Angka Harapan Hidup

Deskripsi	Hasil
Mean	70.8633
Median	70.8800
Mode	70.79 ^a
Std. Deviation	.06658
Minimum	70.79
Maximum	70.92
Sum	212.59

Berdasarkan tabel uji statistik dari variabel angka harapan hidup di atas, diketahui bahwa responden (N) sebanyak 3 yakni dari tahun 2019 sampai dengan 2021, nilai minimum atau nilai terkecil yaitu 70.79, kemudian nilai maksimum atau nilai terbesar diketahui 70.92, untuk variabel tingkat kemiskinan yang sering muncul (modus) yaitu 70.79a dan nilai sum atau jumlah dari seluruh 3 responden dari tahun 2019 sampai 2021 yakni sebanyak 212.59. Kemudian nilai rata-rata atau mean 70.86 dengan standar deviasi 0,665.

5. Variabel X_4

Tabel 6. Pertumbuhan PDRB

Deskripsi	Hasil
Mean	8227360.9500
Median	8025289.9200
Mode	7942481.04 ^a
Std. Deviation	423739.59117
Minimum	7942481.04
Maximum	8714311.89
Sum	24682082.85

Berdasarkan tabel uji statistik dari variabel tingkat pertumbuhan PDRB di atas, diketahui bahwa responden (N) sebanyak 3 yakni dari tahun 2019 sampai dengan 2021, nilai minimum atau nilai terkecil yaitu 7942481.04, kemudian nilai maksimum atau nilai

terbesar diketahui 8714311.89, untuk variabel tingkat kemiskinan yang sering muncul (modus) yaitu 7942481.04a dan nilai sum atau jumlah dari seluruh 3 responden dari tahun 2019 sampai 2021 yakni sebanyak 24682082.85. Kemudian nilai rata-rata atau mean 8227360.95 dengan standar deviasi 423739.59.

3.2. Hasil Analisis Faktor

Setelah dilakukan analisis data pada kasus ini dengan menggunakan *Software SPSS*. Sehingga didapatkan hasil seperti berikut:

Tabel 7. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

	Estimate	Std. error	t-value	Pr(>t)
<i>Intercept</i>	-1.783	3.007	-1.45	0.452
X ₁	213x10 ⁻³	0.03	3.32	0.721
X ₄	1.134x10 ⁶	254	230	0.019

Estimasi model dari hasil analisis pada Tabel 7. didapatkan:

$$\hat{Y} = -1.783 + 0.213X_1 + 1.134X_4$$

Hasil analisis pada Tabel 7. Sudah signifikan semua yaitu dengan nilai p-value < α (0.05). Maka didapatkan estimasi model regresi linier berganda pada persamaan di atas. Kemudian melakukan uji validasi berupa uji overall, uji parsial, dan uji asumsi klasik.

1. Uji Signifikansi Parameter

Uji Overall (F-test)

Tabel 8. Uji Overall

P-value	α
0,00231	0,005

Berdasarkan Tabel 8 diketahui p-value sebesar 0.00231 artinya < (0.05) maka tolak H₀ maka kesimpulan yang didapatkan adalah model layak digunakan.

2. Uji Parsial (t-test)

Tabel 9. Uji Parsial

Koefisien	p-value	α
X ₁	0.00014	0,005
X ₄	0,0028	0,005

Berdasarkan Tabel 9 p-value dari variabel (Pertumbuhan Penduduk) dan (Pertumbuhan PDRB) masing-masing sebesar 0.00014 dan 0.0028 < (0.05) maka tolak H₀, artinya bahwa variabel (Pertumbuhan Penduduk) dan (Pertumbuhan PDRB) berpengaruh signifikan terhadap model.

3. Koefisien Determinasi

Tabel 10. Nilai Koefisien Determinasi

R-Squared (R ²)
0,951

Dari hasil pembahasan, nilai R square (R²) nilainya yaitu 0.951 maka variabel bebas dalam menerangkan variansi variabel dependen terbatas. Proporsi dari pengaruh variabel bebas yakni Pertumbuhan Penduduk, Tingkat Pendidikan, Angka Harapan Hidup, dan Pertumbuhan PDRB terhadap variabel terikat yakni tingkat Pengangguran sebesar 95,1% sedangkan sebesar 4,9% dipengaruhi variabel asing yang tidak ada di model regresi linier.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 11. Uji Normalitas

P-value	D	α
0,7418	0,25618	0,05

Berdasarkan Tabel 11 p-value sebesar 0.7418 > (0.05) maka gagal tolak H₀, maka kesimpulan yang diperoleh yaitu data berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Tabel 12. Uji Autokorelasi

P-value	D	α
0,7418	0,25618	0,05

Berdasarkan Tabel 12 p-value sebesar $0.306 > (0.05)$ maka gagal tolak H_0 , sehingga kesimpulan yang diperoleh adalah tidak ada autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 13. Uji Heteroskedastisitas

P-value	BP	df	α
0,085173	0,0721	2	0,05

3.3. Pembahasan

Penyimpangan data yang terjadi rendah dikarenakan memiliki nilai mean yang lebih tinggi daripada nilai standar deviasinya, sehingga penyebaran pada tiap variabel merata. Interpretasi Hasil Analisis Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda pada data menggunakan program SPSS. Berikut merupakan model yang didapatkan. $\hat{Y} = -1.783 + 0.213X_1 + 1.134X_4$ dengan Y adalah Tingkat Pengangguran, X_1 adalah Jumlah Pertumbuhan Penduduk, dan X_4 adalah Pertumbuhan PDRB. Dari hasil analisis menjelaskan pengaruh setiap variabel bebas pada variabel terikat. Jika koefisien regresi bernilai positif artinya variabel bebas terdapat pengaruh yang searah dengan variabel terikat, namun jika koefisien regresi nilainya negatif maka variabel independen mempunyai pengaruh yang berlawanan arah dengan variabel dependen.

- Variabel Jumlah Pertumbuhan Penduduk berpengaruh positif dan signifikan pada variabel Tingkat Pengangguran. Maka setiap kenaikan variabel Pertumbuhan Penduduk, pada variabel Tingkat Pengangguran juga meningkat sebesar 0,213%.
- Variabel Pertumbuhan PDRB juga berpengaruh positif dan signifikan pada variabel Tingkat Pengangguran. Maka setiap kenaikan variabel Pertumbuhan PDRB, pada variabel Tingkat Pengangguran juga meningkat sebesar 0,00000134%.

PENUTUP

Angka Harapan Hidup dan Tingkat Pendidikan pada masa pandemi Covid-19 tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengangguran, sedangkan jumlah Pertumbuhan Penduduk dan Jumlah Pertumbuhan PDRB berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengangguran di Kota Palopo pada tahun 2021. Dari persamaan regresi linier berganda diperoleh bahwa setiap kenaikan jumlah pertumbuhan penduduk mempengaruhi peningkatan pengangguran juga sebesar 0,213%. Selanjutnya untuk setiap kenaikan Jumlah pertumbuhan PDRB, pada variabel Tingkat Pengangguran juga meningkat sebesar 0.00000134%.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Tul Ramadani, Junaidi, and Z. Eliza. (2021). "Pengaruh pertumbuhan UMKM, inflasi, dan tingkat pengangguran terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia," *J. Investasi Islam*, vol. 5, no. 2, pp. 153–173, doi: 10.32505/jii.v5i2.2392.
- Badan Pusat Statistik Kota Palopo. (2022). BPS Kota Palopo dalam angka, Provinsi Sulawesi Selatan. <https://palopokota.bps.go.id/publikasi.html>
- H.sanusi and Rosdiana Funki. (2016). "Faktor yang mempengaruhi tingkat pengangguran di kabupaten bone," *J. Ekon. Balanc. Fak. Ekon. Dan Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 81–96, 2016.
- L. Lisnawati and A. S. Syafril. (2021). "Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan Solvabilitas Terhadap Opini Audit Going Concern (Studi Pada Perusahaan Retail Trade Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)," *L. J.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–14, doi: 10.47491/landjournal.v2i2.1274.
- M. A. Muminin and W. Hidayat. (2017). "Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Jumlah Penduduk Terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka Di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur Tahun 2011-2015," *J. Ilmu Ekon.*, vol. 1, pp. 374–384.

- O. J. Risza Putri Elburdah. (2021). <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI> Vol.15 No.11 juni 2021 *Open Journal Systems*, vol. 15, no. 11.
- R. Mulyani. (2020). "Inflasi dan Cara Mengatasinya dalam Islam." *J. Stud. Islam dan Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 267–278.
- S. Husila. (2019). "Analisi Pengaruh Inflasi, Rata-Rata Lama Sekolah, Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Pengangguran di Provinsi Sulawesi Selatan," *J. Ekon. dan Pembang.*, pp. 1–23, [Online]. Available: http://eprints.unm.ac.id/14350/1/jurnal_susi_husila.pdf
- S. Indayani and B. Hartono. (2020). "Analisis Pengangguran dan Pertumbuhan Ekonomi sebagai Akibat Pandemi Covid-19," *J. Ekon. Manaj. Univ. Bina Sarana Infoematika*, vol. 18, no. 2, pp. 201–208, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/8581>
- S. Ningsih and H. H. Dukalang. (2019). "Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda," *Jambura J. Math.*, vol. 1, no. 1, pp. 43–53. doi: 10.34312/jjom.v1i1.1742.
- T. B. Hartanto. (2017). "Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk, Pendidikan, Upah Minimum Dan Produk Domestik Regional Bruto (Pdrb) Terhadap Jumlah Pengangguran Di Kabupaten Dan Kotaprovinsi Jawa Timur Tahun 2010-2014," *J. Ilmu Ekon. Terap.*, vol. 2, no. 1, pp. 20–29. doi: 10.20473/jiet.v2i1.5502.
- T. N. Padilah and R. I. Adam. (2019). "Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang," *FIBONACCI J. Pendidik. Mat. dan Mat.*, vol. 5, no. 2, p. 117. doi: 10.24853/fbc.5.2.117-128.

ANALISIS DETERMINAN PERMINTAAN MASYARAKAT KOTA PALOPO TERHADAP JASA PENGIRIMAN PAKET POS PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO)

Andi Arisma¹, Muh. Yusuf Qamaruddin², Widyawanti Rajiman³

Universitas Muhammadiyah Palopo

Alamat e-mail: arismacell19@icloud.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the determinants of demand for the Palopo City Community for Parcel Post Delivery Services at PT. Pos Indonesia (Persero). Observations, interviews, and questionnaires all contributed to the data collection of this study. Research participants in this study were employees of PT. Pos Indonesia (Persero) Palopo City. The analysis was carried out using SPSS 25 which is the program. From the results of this study indicate that, income significantly and favorably affects the demand for delivery services. The demand for delivery services is significantly and profitably affected by service quality. The demand for delivery services is significantly and positively influenced by the price level.

Keywords: Income; Service Level; Shipping Rates; Service Request.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Palopo terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos pada PT. Pos Indonesia (Persero). Pengamatan, wawancara, dan kuesioner semuanya berkontribusi pada pengumpulan data penelitian ini. Partisipan penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Palopo. Analisis dilakukan dengan SPSS 25 yang merupakan programnya. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pendapatan secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi permintaan untuk layanan pengiriman. Permintaan untuk layanan pengiriman dipengaruhi secara signifikan dan menguntungkan oleh kualitas layanan. Permintaan jasa pengiriman dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh tingkat harga.

Kata Kunci: Pendapatan; Tingkat Pelayanan; Tarif Pengiriman; Permintaan Jasa.

PENDAHULUAN

Memasuki era globalisasi ekonomi saat ini, organisasi bisnis yang bergerak di bidang jasa komunikasi dan jasa pengiriman diharapkan mampu memenuhi tantangan persaingan yang semakin ketat, perkembangan teknologi mutakhir, dan tuntutan akan kualitas produk dan layanan yang lebih baik (Enjeli & Triani, 2022). Oleh karena itu, keberadaan fasilitas layanan komunikasi dan layanan pengiriman tidak dapat dipisahkan dari dukungan kelancaran dan kelangsungan hidup suatu organisasi bisnis atau industri, terutama yang berhubungan dengan masyarakat.

Besarnya ukuran Indonesia dan jumlah penduduknya menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi industri telekomunikasi dan layanan pengiriman. Sesuai PP No. 24 Tahun 1984 tentang Perum Pos dan Giro tentang sifat usaha BUMN ini, PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia. Bisnis BUMN ini memberikan pelayanan untuk kepentingan publik sekaligus memupuk integritas berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan. Bagi pemilik bisnis yang menawarkan layanan pengiriman barang, ini tidak diragukan lagi cukup memikat. Selain itu, dengan disahkannya UU No. 38 Tahun 2009 yang mengatur pos tersebut, pasar jasa pengiriman barang juga dikenal sebagai jasa kurir meroket.

Menurut UU No. 38 Tahun 2009, berbagai macam usaha, tidak hanya Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), atau Koperasi, serta perusahaan swasta, diperbolehkan masuk ke industri jasa di bidang kurir. Karena

pengenalan aturan tersebut, industri kurir menjadi lebih kompetitif karena semua jenis entitas bisnis dan individu sekarang bebas memasuki industri ini.

Pemerintah memiliki PT Pos Indonesia (Persero) yang telah berkecimpung dalam bisnis selama bertahun-tahun. Namun PT Pos Indonesia (Persero) konsisten memiliki masalah dengan kinerjanya. Pos Indonesia (Persero) yang sudah ada sejak puluhan tahun hanya pernah menempati posisi keempat dalam hal penguasaan pasar. Bahkan Perusahaan Layanan Pengiriman J&T yang baru, yang didirikan pada tahun 2015, telah memegang posisi kedua dalam pangsa pasar selama tiga tahun berturut-turut. Untuk itu, PT. Pos Indonesia (Persero) harus bersaing dengan nilai lebih. Berdasarkan PP No. 24 Tahun 1984 tentang Perum Pos dan Giro, PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia. Sifat BUMN ini adalah memberikan pelayanan bagi kepentingan umum sekaligus membina integritas berdasarkan prinsip-prinsip pengelolaan organisasi. Tujuan perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan banyak orang melalui penyediaan layanan berkualitas tinggi, serta secara aktif berkontribusi dalam implementasi kebijakan dan inisiatif pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan secara lebih umum.

PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Palopo merupakan salah satu perusahaan yang keberadaannya dikenal luas oleh masyarakat sebagai penyedia sarana komunikasi dan juga menyediakan jasa pengiriman barang/dokumen. Layanan pengiriman parcel pos disediakan khusus untuk barang/dokumen dengan tarif yang sangat efisien. Banyaknya jasa pengiriman barang atau dokumen yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Palopo meliputi paket pos domestik reguler dan paket pos domestik cepat (ekspres khusus). Pos kilat yang mengutamakan akurasi, pengiriman cepat, presisi, kemudahan pelacakan, dan biaya terjangkau. Pengiriman pos kilat tiba keesokan harinya (H+1) dengan informasi pelacakan sehingga pelanggan dapat memeriksa status paketnya dengan PT. Pos Indonesia. Operasional perusahaan tidak dapat dipisahkan dari kemajuan teknologi informasi dan tingkat persaingan di industri ini.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman barang atau dokumen, dunia usaha saat ini menghadapi persaingan yang ketat dari pihak swasta baru yang bertujuan untuk memenuhi harapan masyarakat akan pelayanan yang lebih baik. Hal tersebut antara lain kemudahan pengiriman barang/dokumen, waktu pengiriman yang lebih cepat, serta keramahan dan kesopanan karyawan saat berhubungan dengan pelanggan dan lainnya. Jasa kurir semakin penting bagi bisnis untuk memastikan produk mereka sampai ke tujuan dengan aman dan dengan kualitas yang terjaga. Selain banyaknya pelaku usaha di wilayah ini, terdapat beberapa perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman dokumen dan paket baik dalam skala domestik maupun internasional. Menurut (Talinusa et al., 2019) perusahaan - perusahaan yang berskala internasional termasuk didalamnya adalah PT. Semesta Bureautics bekerja sama dengan perusahaan Amerika DHL World Wide Express untuk layanan kurir internasional, dan PT. Skypak Foreign bekerja sama dengan TNT Express WorldWide untuk pengiriman internasional. Kemudian muncul perusahaan pelayaran domestik seperti T. Tiki Jalan Nugraha Ekakurir (TIKI JNE) dan perusahaan ekspedisi swasta internasional seperti DHL, FEDEX (Federal Express), dan TNT. Misalnya, TIKI menawarkan layanan same-day, DHL menawarkan layanan DHL FIRST door to door dengan jaminan penerimaan tepat waktu di negara tujuan pada hari pengiriman yang sama (same-day delivery), dan Fedex Express same day adalah layanan dari Fedex untuk menerima kiriman pada hari yang sama. Semua bisnis tersebut telah menawarkan layanan yang tergolong sangat baik, seperti layanan ekspres (cepat) dan layanan lacak dengan keunggulannya masing-masing.

Persaingan di pasar jasa kurir (delivery) semakin meningkat sebagai akibat kemajuan yang terus menerus dari pihak swasta (delivery). Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk meneliti judul: "Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Palopo Terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos Pada PT. Pos Indonesia (Persero).

KAJIAN TEORI

Permintaan Jasa Pengiriman

Permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kesiapan dan kemampuan untuk membeli barang atau jasa yang diinginkan. Setiap orang berhak menginginkan apapun yang diinginkannya, namun jika keinginan tersebut tidak didukung oleh kemampuan dan kemauan untuk membelinya, maka keinginan tersebut akan tetap menjadi keinginan. Permintaan akan jenis barang tertentu adalah jumlah barang yang bersedia dibayar pembeli pada tingkat harga yang berlaku di pasar tertentu. Oleh karena itu, keinginan tidak berpengaruh pada harga. Dan permintaan memiliki makna yang lebih dalam daripada keinginan, itulah yang orang pikir mereka inginkan, bukan apa yang mereka rasakan (Atmanti, 2017).

Karakteristik hubungan antara kuantitas yang dibutuhkan dan harga dijelaskan oleh teori permintaan. Permintaan adalah jumlah barang yang bersedia dibeli konsumen pada satu waktu. Kemampuan konsumen untuk membeli jumlah barang yang diinginkan dikenal sebagai daya beli, dan biasanya dinyatakan dalam istilah moneter. Namun, pasokan ekonomi dan daya beli keduanya cukup terbatas (Rusydziana & Devi, 2013). Faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu : a) Harga barang, b) Harga barang lain yang terkait, c) Tingkat pendapatan, d) Selera masyarakat, e) Jumlah penduduk, f) Prediksi konsumen tentang kondisi pada masa mendatang.

Setiap tindakan atau pekerjaan yang, secara teori, tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan disebut sebagai jasa. Produksi mungkin atau mungkin tidak terhubung dengan barang berwujud (Risky, 2019).

Jasa adalah kegiatan ekonomi yang berinteraksi dengan konsumen atau properti, memiliki aspek tidak berwujud (nilai atau manfaat) yang terkait dengannya, tetapi tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Perubahan pada faktor-faktor ini dimungkinkan, dan produksi suatu jasa mungkin terkait atau tidak terkait dengan penciptaan barang fisik (Irawan, 2019).

Jasa adalah kinerja penampilan yang tidak berwujud dan mudah hilang. Mereka lebih dirasakan daripada dimiliki, dan pengguna layanan dapat berperan lebih aktif dalam proses konsumsi layanan (Nurfarida, 2015).

Pendapatan

Karena manajemen perusahaan secara alami ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode akuntansi yang diakui sesuai dengan aturan yang berlaku umum, pendapatan merupakan komponen penting dari laporan keuangan (Purwanto & Mangeswuri, 2011).

Salah satu tujuan dari usaha pendirian adalah untuk mendapatkan atau menghasilkan pendapatan. Bahkan ketika sebuah perusahaan masih beroperasi dan layak secara finansial, ada beberapa faktor selain pendapatan yang mungkin menjadi faktor penting untuk mempertahankannya atau tidak. Dengan memperhatikan kuantitas pendapatan, dapat ditentukan apakah suatu bisnis menghasilkan uang atau malah merugi (Riasning et al., 2017).

Tingkat Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang berdasarkan alasan material dengan menggunakan sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka upaya untuk memajukan kepentingan orang lain yang sah (Sholihah & Oktariyanda, 2015). Saat memberikan layanan, penyedia layanan harus peduli dan responsif agar tidak mengganggu upaya pelanggan untuk mengejar keuntungan pribadi. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan yaitu, a) Tangibles / Bukti Lansung, b) Reliability / keandalan, c) Responsiveness / ketanggapan, d) Assurance / jaminan, e) Emphaty / empati.

Harga

Kemampuan barang atau jasa dinyatakan dalam bentuk uang sebagai harganya. Harga adalah komponen lain dari nilai relatif suatu produk. Nilai ini bukanlah indikator yang

tepat tentang berapa banyak sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan sejumlah produk tertentu (Indrasari, 2019).

Pengembangan Hipotesis

Pendapatan terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos

Aspek kebiasaan konsumsi masyarakat Kota Palopo manakah yang dipengaruhi oleh pendapatan dan gaya hidup mereka? Temuan analisis menunjukkan bahwa konsumsi meningkat dan kesejahteraan meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan. Dimana Menurut pandangan ini, masyarakat secara keseluruhan menerima bahwa tingkat pendapatan berfungsi sebagai standar kesejahteraan. Kesimpulan: Permintaan jasa pengiriman dipengaruhi secara signifikan oleh pendapatan pada saat yang bersamaan (Nikeardilla, 2021).

H₁: Diduga Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palopo.

Tingkat Pelayanan terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos

Pemeriksaan (Anggelia, 2014) terhadap perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) layanan pengiriman paket Kemiri Baru. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kajian pustaka dalam penelitian ini, secara keseluruhan pelaksanaan layanan pengiriman paket pos berjalan dengan baik, meskipun ada beberapa aspek yang dinilai belum maksimal.

Seperti yang disampaikan oleh (Lumenta et al., 2014). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan. PT. Pos Indonesia (Persero). Dalam hal ini, temuan analisis menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan.

H₂: Diduga Pelayanan berpengaruh positif terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos

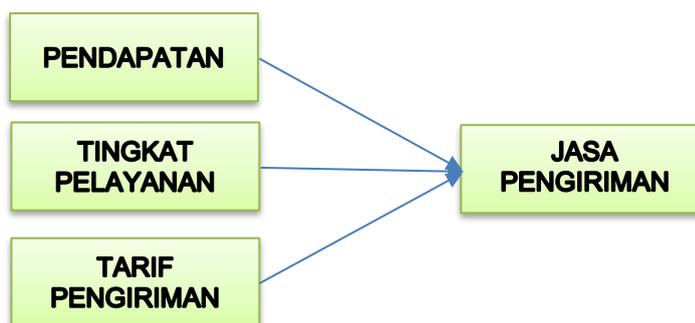
Tarif Pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos

Menurut (Enjeli & Triani, 2022) kebutuhan akan jasa pengiriman semakin meningkat seiring dengan gaya hidup masyarakat yang semakin modern. Keberhasilan jasa pengiriman barang ditentukan oleh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman yang dijadwalkan. Tarif dan tingkat persaingan pasar juga merupakan kriteria keberhasilan yang penting. Hal ini menjadikan tarif pengiriman dapat disesuaikan dengan keamanan, agar barang mendapatkan asuransi dari pihak jasa pengiriman. Dan PT. Pos Indonesia (Persero) Manado memiliki layanan pengiriman paket pos yang ditawarkan khusus untuk barang/dokumen dengan harga yang sangat kompetitif baik untuk hubungan dalam negeri maupun luar negeri (Talinusa et al., 2019).

H₃: Diduga Tarif Pengiriman berpengaruh Positif terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos

Kerangka Konseptual

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat didefinisikan dengan cara-cara berikut berdasarkan teori-teori yang disebutkan sebelumnya:



Gambar 1 Kerangka Konseptual Analisis Jalur Regresi Berganda

METODE ANALISIS

Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

Hasil penelitian diolah dengan menggunakan pendekatan analisis data untuk menarik kesimpulan. Model ekonometrika digunakan dengan meregresikan variabel-variabel yang ada dengan menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* untuk menganalisis data yang dihasilkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut fungsi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e \dots\dots\dots(1)$$

Selanjutnya dibuat model persamaan regresi linier berganda menggunakan fungsi tersebut, dengan spesifikasi model sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mu \dots\dots\dots(2)$$

Dimana:

- Y = pengiriman paket pos
- X1 = Harga
- X2 = Pendapatan perkapita
- X3 = Jumlah penduduk α = Intercept/ Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi
- μ = Term of Error (kesalahan pengganggu)

Fungsi tersebut kemudian diubah menjadi model logaritmik natural dengan beberapa persamaan regresi linier dengan persyaratan model sebagai berikut:

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

Keterangan:

- LnY = Pengiriman paket pos
- a = Nilai Konstanta
- $\beta_1 \text{Ln}X_1$ = Harga
- $\beta_2 \text{Ln}X_2$ = Pendapatan Perkapita
- $\beta_3 \text{Ln}X_3$ = Jumlah Penduduk
- e = Standar error

Menurut (Talinusa et al., 2019) model regresi yang dihasilkan menggunakan pendekatan kuadrat terkecil biasa (Ordinary Least Square/OLS) adalah model regresi yang menghasilkan penaksir linier tak bias terbaik (Best Linear Unbiased Estimator/BLUE).

Uji Asumsi Klasik

Jika suatu model memiliki karakteristik estimator linier terbaik yang tidak bias, maka model tersebut dikatakan sebagai prediktor yang baik. Selain itu, sebuah model dianggap memadai dan mampu membuat prediksi jika telah melewati serangkaian uji asumsi klasik yang mendasarinya. Uji asumsi tradisional yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Uji Normalitas

Digunakan menentukan apakah variabel dependen dan independen berdistribusi normal atau tidak. Bandingkan JB untuk menghitung tabel X_1 menggunakan uji Jarque–Bera, atau uji J–B. Jika JB count lebih besar dari nilai pada tabel X_2 , maka data berdistribusi normal, atau jika nilai probabilitas lebih besar dari tingkat kepercayaan yang dipilih (Julaihah & Insukindro, 2004).

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi ketika variabel independen berkorelasi satu sama lain. Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah korelasi antara variabel bebas terdeteksi oleh model regresi. Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen dalam model regresi yang sesuai.

c. Uji Heteroskedastisitas

Versi model regresi residual yang disebut heteroskedastisitas yang tidak homoskedastis, atau, dengan kata lain, tidak konstan digunakan dalam penelitian. Tidak ada residual yang konstan atau tetap ketika membandingkan data dari satu pengamatan ke pengamatan lain atau dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Uji Statistik

a. Uji t

Uji dampak setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melakukan pengujian ini, bandingkan t hitung atau statistik dengan t tabel (Nasution, 2017).

b. Uji F

Menguji kebenaran model melibatkan penggunaan nilai F yang dihitung. Uji F ini kadang juga disebut sebagai uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel terikat atau tidak (Khoiruroh & Setiawan, 2014).

c. Koefisien Determinan R²

Sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen ditunjukkan oleh koefisien determinasinya (Soedyfa et al., 2020).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki-laki	59	60%
2	Perempuan	40	40%
Total		99	100%

Sumber: Data responden yang diolah 2022

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki merupakan mayoritas dari responden penelitian, yaitu sebanyak 59 orang atau 60% dari total, sedangkan responden wanita merupakan 40 orang atau 40% dari total. Hal ini menjadi contoh dominasi laki-laki di kalangan pekerja kantor pos di kota Palopo.

Tabel. 2 Karakteristik berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (100%)
1	<20	5	5%
2	20-30	78	78%
3	31-40	15	15%
4	41-50	1	1%
Total		99	100%

Sumber: Data responden yang diolah 2022

Berdasarkan Tabel 2 keterangan di atas menjelaskan bahwa pekerja kantor pos di Kota Palopo yang dijadikan responden diukur dari yang berusia 20 tahun ke bawah sebanyak 5 orang atau 5%, 20 tahun sampai dengan 30 tahun sebanyak 78 orang atau 78%, 31 tahun sampai 40 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, dan 41 tahun sampai 50 tahun sebanyak 1 orang atau 1%.

Tabel. 3 Karakteristik berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (100%)
1	SMA/Sederajat	22	22%
2	S1	68	68%
3	S2	9	9%
Total		99	100%

Sumber: Data responden yang diolah 2022

Berdasarkan Tabel 3. Berdasarkan data tersebut di atas, Kantor Pos Kota Palopo mempekerjakan 22 orang (22% SMA/Sederajat), 68 orang (68% S1), dan 9 orang (9% S2).

Uji Data
Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.405	.375		3.742	.000		
	Pendapatan	.360	.062	.504	5.775	.000	.074	13.470
	Tingkat Pelayanan	.206	.093	.232	2.214	.029	.052	19.401
	Tarif Pengiriman	.340	.043	.329	7.948	.000	.330	3.027

a. Dependent Variable: Jasa Pengiriman Paket Pos

Sumber: Data diolah dari SPSS, 2022

Persamaan regresi dapat ditunjukkan sebagai berikut pada tabel di atas yang menunjukkan hasil pengolahan data regresi dengan menggunakan program SPSS:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

$$Y = 1.405 + 0,360 x_1 + 0,206 x_2 + 0,340 x_3 + e$$

Transformasi dalam model logaritma natural persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*) dengan spesifikasi model sebagai berikut:

$$\ln Y = a + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + e$$

$$\ln Y = 1.405 + (0,360 X_1 + 0,206 X_2 + 0,340 X_3) + e$$

Dapat disimpulkan:

- Konstanta sebesar 1,405 menunjukkan bahwa nilai Y adalah 1,405 jika variabel independen (kekayaan, derajat pelayanan, dan tarif pengiriman) dianggap tetap tidak berubah (konstan).
- Pendapatan (X_1) = 0,360 artinya setiap kenaikan 1% pendapatan akan terjadi kenaikan sebesar 0,360%.
- Kenaikan pendapatan sebesar 1% akan mengakibatkan kenaikan tingkat pelayanan (X_2) sebesar 0,206, dengan presentase sebesar 0,206%.
- Pendapatan akan meningkat sebesar 0,340% untuk setiap kenaikan tarif pengiriman Dengan tarif pengiriman (X_3) sebesar 0,340 maka pendapatan akan naik sebesar 0,340% untuk setiap kenaikan 1%.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.59564809
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.104
	Negative	-.120
Test Statistic		.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

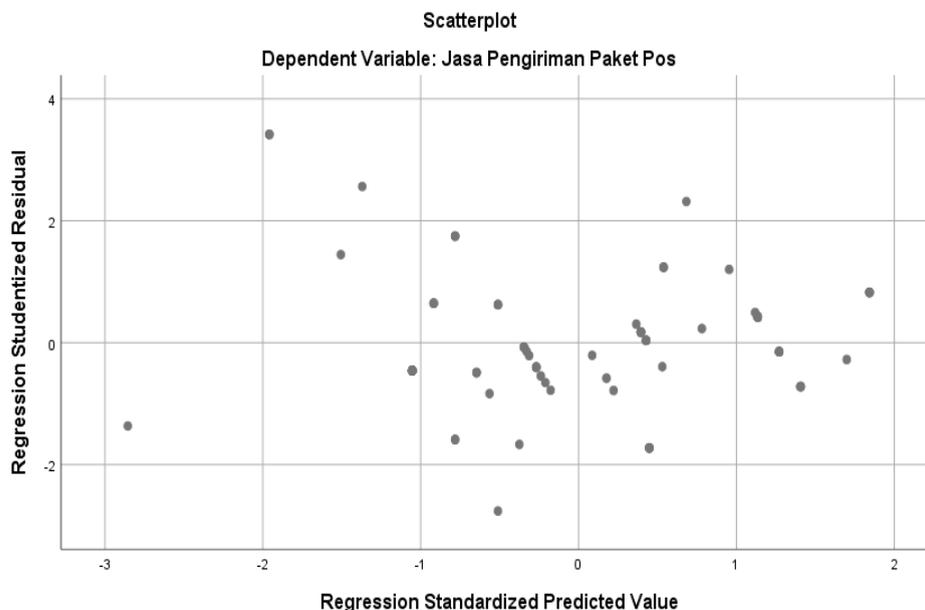
Sumber: Data diolah dari SPSS, 2022

Dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,001 dan standar nilai probabilitinya sebesar 0.05. Berdasarkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) ($0.001 < \mu (0,05)$), maka data di atas dinyatakan berdistribusi normal, dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

Uji Multikolinieritas

Dapat dilihat pada tabel 4 di atas jika VIF variabel pendapatan X1 adalah $13.470 > 10$ dan nilai tolerance value $0,074 < 0,1$ maka data tersebut terjadi multikolinieritas, variabel tingkat pelayanan X2 adalah $19.401 > 10$ dan nilai tolerance value $0,052 < 0,1$ maka data tersebut terjadi multikolinieritas, variabel tarif pengiriman X3 adalah $3.027 < 10$ dan nilai tolerance value $0,330 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Output dari gambar scatterplot, yang didasarkan pada gambar di atas, menunjukkan bahwa titik-titik tersebar di bawah dan di atas sumbu Y (Jasa Pengiriman Paket Pos) dan juga mengikuti pola yang dapat diprediksi. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas untuk variabel independen tersebut di atas.

Uji t (Parsial)

Berdasarkan tabel 4. di atas, maka dapat dijelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Pengaruh pendapatan (X1) terhadap permintaan jasa pengiriman paket (Y) Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Nilai t hitung adalah 5,775 sesuai tabel 4, sedangkan nilai t tabel adalah (99-3-1 = 95), artinya nilai t tabel adalah 1,985. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos di PT. Pos (Persero) Kota Palopo karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,775 > 1,985$) dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien variabel X₁ sebesar 0,360 yang bersifat tetap.

2. Pengaruh Tingkat Pelayanan (X₂) Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket (Y) Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Berdasarkan Tabel 4, angka t hitung sebesar 2,214, sedangkan t tabel (99-3-1 = 95) menghasilkan angka t tabel sebesar 1,985. Dapat disimpulkan bahwa permintaan pengiriman paket ke PT. Pos (Persero) Kota Palopo mendapat tanggapan positif dan signifikan karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,214 > 1,985$), dengan signifikansi $0.029 < 0,05$, dan koefisien variabel X₂ dengan nilai 0,206 yang bersifat tetap.

3. Pengaruh Tarif Pengiriman (X_3) Terhadap Tingkat Permintaan Jasa Pengiriman Paket (Y) Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Berdasarkan tabel 4., di atas hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh tarif pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman berpengaruh positif dan signifikan. Dilihat dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $7,948 > t$ tabel $1,985$. Keadaan yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa tarif pengiriman mempunyai pengaruh yang besar terhadap usaha jasa pengiriman yang dilakukan oleh PT. Pos Persero Kota Palopo. Hal ini dikarenakan pelanggan lebih menyukai menggunakan jasa pengiriman dengan biaya yang lebih terjangkau jika dibandingkan dengan jasa pengiriman lainnya.

Uji F (Simultan)

Tabel 6. Uji F ANOVA^a (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	613.412	3	204.471	558.662	.000 ^b
	Residual	34.770	95	.366		
	Total	648.182	98			
a. Dependent Variable: Jasa Pengiriman Paket Pos						
b. Predictors: (Constant), Tarif Pengiriman, Pendapatan, Tingkat Pelayanan						

Sumber: Data diolah dari SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 6 di atas terlihat bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($558,662 > 2,70$) dengan tingkat signifikansi $0,000$. Variabel bebas yaitu pendapatan, tingkat pelayanan, dan tarif pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yang terlihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari $0,05$.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 ^a	.946	.945	.605
a. Predictors: (Constant), Tarif Pengiriman, Pendapatan, Tingkat Pelayanan				
b. Dependent Variable: Jasa Pengiriman Paket Pos				

Sumber: Data diolah dari SPSS, 2022

Variabel bebas (X) terhadap naik turunnya permintaan jasa pengiriman (Y) sebesar $97,3$, sedangkan sisanya sebesar $2,7$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil determinan di atas diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,973$ yang berarti $97,3\%$ variabel bebas (X) menjelaskan variabel terkait (Y).

Pembahasan

Selanjutnya dilakukan penjabaran atas analisis determinan permintaan masyarakat terhadap jasa pengiriman paket pos pada PT.Pos (Persero) Kota Palopo. Adapun hasil analisis dimaksud beserta temuan dari penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Nilai t hitung adalah $5,775$ sesuai tabel 4, sedangkan nilai t tabel adalah ($99-3-1 = 95$), artinya nilai t tabel adalah $1,985$. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos di PT. Pos (Persero) Kota Palopo karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,775 > 1,985$) dengan signifikansi

0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien variabel X1 sebesar 0,360 yang bersifat tetap.

Seperti yang terjadi di lapangan, PT. Pos (Persero) Pendapatan konsumen Kota Palopo dapat meningkat jika didukung oleh meningkatnya permintaan pengiriman baik dari dalam maupun luar daerah dari bisnis masing-masing pelanggan, seperti retailer online yang sangat membutuhkan jasa pengiriman. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nikeardilla, 2021). Menurut pandangan ini, masyarakat secara keseluruhan menerima bahwa tingkat pendapatan berfungsi sebagai standar kesejahteraan. Menurut pandangan ini, masyarakat mengakui bahwa tingkat uang berfungsi sebagai proksi kesejahteraan. Terlihat bahwa permintaan jasa pengiriman sangat dipengaruhi oleh pendapatan pada saat yang bersamaan.

2. Pengaruh Tingkat Pelayanan Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Berdasarkan Tabel 4, angka t hitung sebesar 2,214, sedangkan t tabel ($99-3-1 = 95$) menghasilkan angka t tabel sebesar 1,985. Dapat disimpulkan bahwa permintaan pengiriman paket ke PT. Pos (Persero) Kota Palopo mendapat tanggapan positif dan signifikan karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,214 > 1,985$), dengan signifikansi $0.029 < 0,05$, dan koefisien variabel X2 dengan nilai 0,206 yang bersifat tetap.

Hampir semua perusahaan pengiriman menawarkan layanan yang sama, itulah mengapa demikian. Namun, mayoritas pelanggan juga sangat memperhatikan tingkat layanan.

1. Tangibles, yang terdiri dari fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan metode komunikasi, dalam situasi ini cukup terlihat oleh pelanggan.
2. Keandalan, atau kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang memuaskan
3. Daya tanggap, yang didefinisikan sebagai kecenderungan untuk menanggapi kebutuhan pelanggan atau, alternatifnya, sebagai kesediaan untuk membantu klien dan menawarkan layanan yang cepat.
4. Jaminan yang mengutamakan keahlian dan memperhatikan ketrampilan pekerja dengan demikian, kepastian pelayanan yang ditawarkan terjamin.
5. Kehadiran inspirasi dan layanan pelanggan individual merupakan empati.

Konsekuensinya, pihak dapat meningkatkan pelayanan. Kantor pos menawarkan sejumlah kualitas yang sangat penting untuk peningkatan kualitas layanan. Contoh yang salah dari kualitas peringkat 1 adalah adanya jaminan untuk layanan parcel/surat. Mengirim pengiriman atau surat tepat waktu yang terjamin adalah peringkat kedua. Seperti yang disampaikan oleh (Lumenta et al., 2014). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan. PT. Pos Indonesia (Persero). Dalam hal ini, temuan analisis menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Tingkat Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Berdasarkan tabel 4., di atas hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh tarif pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman berpengaruh positif dan signifikan. Dilihat dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $7,948 > t$ tabel 1,985. Keadaan yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa tarif pengiriman mempunyai pengaruh yang besar terhadap usaha jasa pengiriman yang dilakukan oleh PT. Pos Persero Kota Palopo. Hal ini dikarenakan pelanggan lebih menyukai menggunakan jasa pengiriman dengan biaya yang lebih terjangkau jika dibandingkan dengan jasa pengiriman lainnya.

Jenis layanan yang digunakan, berat paket, dan tujuan paket dipertimbangkan untuk menentukan tarif pengiriman paket Layanan Pos. Mengingat hal ini, dapat dikatakan bahwa pelanggan lebih suka menggunakan layanan pengiriman yang memberikan harga lebih rendah daripada pesaing mereka.

Penelitian ini sejalan dengan (Enjeli & Triani, 2022) kebutuhan akan jasa pengiriman semakin meningkat seiring dengan gaya hidup masyarakat yang semakin modern. Keberhasilan jasa pengiriman barang ditentukan oleh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman yang dijadwalkan. Tarif dan tingkat persaingan pasar juga merupakan kriteria keberhasilan yang penting. Hal ini menjadikan tarif pengiriman dapat disesuaikan dengan keamanan, agar barang mendapatkan asuransi dari pihak jasa pengiriman. Dan PT. Pos Indonesia (Persero) Manado memiliki layanan pengiriman paket pos yang ditawarkan khusus untuk barang/dokumen dengan harga yang sangat kompetitif baik untuk hubungan dalam negeri maupun luar negeri (Talinusa et al., 2019).

Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang ditarik dari temuan kajian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dimajukan:

1. Dengan nilai variabel pendapatan $0,000 < 0,005$ dan t hitung $5,775 > t$ tabel $1,985$ maka pendapatan berpengaruh positif dan cukup besar terhadap permintaan jasa pengiriman.
2. Dengan nilai variabel tingkat pelayanan yang dicapai sebesar $0,029 < 0,05$ dan t hitung $2,214 > t$ tabel $1,985$ maka service level berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman.
3. Dengan nilai variabel tingkat harga yang ditentukan sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung $7,948 > t$ tabel $1,985$ maka tingkat harga berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap permintaan jasa pengiriman.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggelia, C. (2014). Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Paket pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru. *Journal Published by Riau University*, 1(2), 1–8. <https://www.neliti.com/publications/31759/analisis-pelayanan-jasa-pengiriman-paket-pada-pt-pos-indonesia-persero-pekanbaru>
- Atmanti, H. D. (2017). Kajian Teori Pemikiran Ekonomi Mazhab Klasik dan Relevansinya pada Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(2), 511–524. <https://core.ac.uk/download/pdf/229336562.pdf>
- Enjeli, R., & Triani, M. (2022). Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Padang Terhadap Jasa Pengiriman Paket Dikala Pandemi. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 4(1), 29–34. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jkep.v4i1>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akademik Universitas Asia Timur* (Vol. 4, Issue 1). <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/krisna>
- Irawan, I. C. (2019). Analisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan wali murid memilih sekolah dasar. *Journal of Business & Banking*, 7(2), 263–276. <https://doi.org/10.14414/jbb.v7i2.1382>
- Julaihah, U., & Insukindro. (2004). Analisis Dampak Kebijakan Moneter terhadap variabel Makro Ekonomi di Indonesia tahun 1983.1 - 2003.2. *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 7(2), 1–20. <https://doi.org/10.21098/bemp.v7i2>
- Khoiruroh, A. F., & Setiawan. (2014). Analisis Ekonometrika Model Pendapatan Nasional Indonesia dengan Pendekatan Persamaan Sistem Simultan. *Jurnal Sains Dan Seni Pomits*, 3(2), 200–205. http://ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/8135
- Lumenta, D. J., Mandey, S. L., & J., R. J. (2014). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1550–1562. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.2.3.2014.5913>
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah: Journal of Islamic Studies*, 14(1), 49–55. <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Nikeardilla. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap minta Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi pada Konsumen Jasa yang ada di Kota Palopo)*. http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4118/1/Skripsi_Nike_Ardilla.pdf
- Nurfarida, I. N. (2015). Pengukuran Indeks Kepuasan Pelanggan untuk Peningkatan Kualitas Layanan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 11(2), 135–146. <https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jem.v11i2.874>

- Purwanto, N. P., & Mangeswuri, D. R. (2011). Pengaruh Investasi Asing dan Hutang Luar Negeri terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 2(2), 681–706. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22212/jekp.v2i2.123>
- Riasning, N. P., Datrini, L. K., & Putra, I. M. W. (2017). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Sikap Etis Mahasiswa S1 Akuntansi pada Universitas di Bali. *Jurnal Krisna*, 9(1), 50–56. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/krisna>
- Risky, N. F. (2019). Pengaruh Aspek Islamic Branding, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Kosmetik Wardah Di Desa Bukit Harapan Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak). In *Repository: UIN Suska Riau*. http://repository.uin-suska.ac.id/24374/1/SKRIPSI_NUR_FAIZAH_RIZKY.pdf#page=26
- Rusydiana, A. S., & Devi, A. (2013). *Analytic Network Process : Pengantar Teori dan Aplikasi*. https://www.academia.edu/download/53270971/An_Introduction_to_ANP_Full1.pdf
- Sholihah, K., & Oktariyanda, T. A. (2015). Inovasi Program Pelayanan Cetak Pengajuan Teko Deso (Cak Ngateso) Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Jombang (Studi Kasus pada Desa Megaluh). *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 1503–1516. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/publika.v11n1>
- Soedyfa, D. A., Rochmawati, L., & Sonhaji, I. (2020). Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi (R²). *Jurnal Penelitian Politeknik Penerbangan Surabaya*, 5(4), 289–296. <https://doi.org/https://doi.org/10.46491/jp.v5i4.544>
- Talinusa, A. T., Walewangko, E. N., Wauran, P. C., Pembangunan, J. E., & Ekonomi, F. (2019). Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Sulawesi Utara Terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) (Studi Kasus : Kantor Pos Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(03), 34–44. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/25272>

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN AROMA MALAJA

¹Muh.Azhari Ramadhan, ²Suhardi M. Anwar, ³Andi Rizkiyah Hasbi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palopo
muh.azhariramadhan12@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Aroma Malaja Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen restoran Aroma Malaja Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode non-probability sampling adalah 100 responden Metode penelitian memakai metode analisis regresi linier berganda Dengan pengujian ini, kita dapat melihat bagaimana pengaruh variabel bebas ke variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Di Rumah Makan Aroma Malaja, kualitas produk dan distribusi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk ketika pesaing baru dari jenis yang sama mulai memastikan dan menunjukkan bahwa persepsi pelanggan memenuhi harapan.
Katakunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at the Aroma Malaja restaurant. The population of this study were all consumers of the Aroma Malaja restaurant. The sample size used in this study using the non-probability sampling method was 100 respondents. multiple linear regression With this test, we can see how the influence of the independent variables on the dependent variable. The results of this study indicate that product quality has a significant positive effect on customer satisfaction and service quality has a significant positive effect on customer satisfaction. At Aroma Malaja Restaurant, product quality and distribution simultaneously influence customer satisfaction. Improve and maintain product quality when new competitors of the same type begin to ensure and demonstrate that customer perceptions live up to expectations.
Keyword: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang di gemari saat ini adalah bisnis kuliner. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya rumah makan yang memiliki produk dan pelayanan yang beraneka ragam. Oleh sebab itu, perusahaan perlu membuat strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen serta dapat bertahan dalam kompetisi bisnis. Dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kualitas produk dapat membuktikan kepuasankonsumen (Puspitasari & Ferdinand, 2018; Maramis, et al, 2018; Ammerinda, 2017).

Rumah Makan Aroma Malaja merupakan salah satu bisnis rumah makan yang ada di desa karang-karang kota palopo. Sesuai dengan namanya, produk yang ditawarkan adalah ikan malaja yang khas dan berbeda dengan ikan lainnya. Kualitas pelayanan juga sangat diperhatikan oleh Rumah Makan Aroma Malaja. Restoran ini memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Staf berkomunikasi dengan konsumen dengan baik, tempatnya bersih, nyaman dan berbagai fasilitas untuk dinikmati konsumen seperti wifi, mushola, toilet dan parker. Purwasih (2018); (Panjaitan & Yuliati 2016); (Muiz, Rachma dan Slamet 2019);

(Rahmadani, Suardana, & Samudra 2019) dapat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.

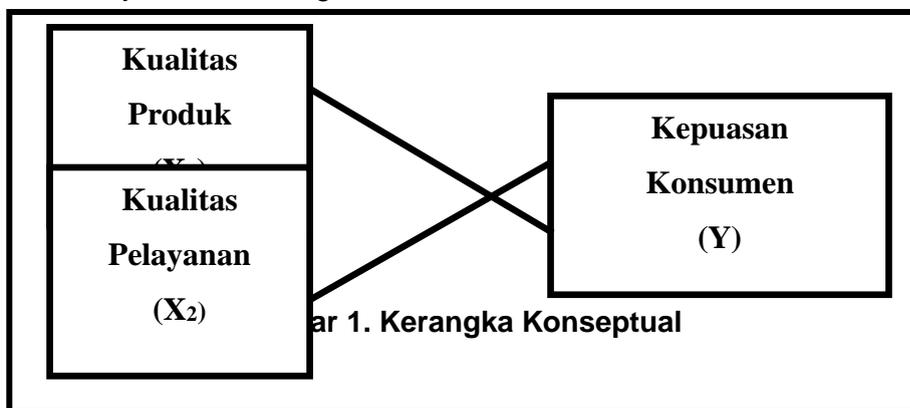
Permasalahan yang sering muncul dalam kaitannya dengan kewirausahaan adalah pemasaran produk yang merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menjalankan bisnis. Kemampuan pemasaran produk yang baik dapat membantu untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan memperbaiki citra merek. kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan. Menurut Zeithaml et., al. (2018), menyatakan bahwa kepuasan pada konsumen itu berarti respon dan tanggapan konsumen mengenai pemenuhan keinginan atau kebutuhan.

Kualitas produk adalah salah satu kunci persaingan di antara pemasok komersial yang menawarkan kepada konsumen. selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas berdasarkan harga yang dibayarkan, meskipun sebagian orang beranggapan bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika perusahaan dapat melakukan ini, perusahaan dapat terus menyenangkan konsumen dan kemungkinan dapat meningkatkan jumlah konsumen. Menurut Alfath (2017:14) kualitas produk akan menjadi pertimbangan utama konsumen dalam menentukan pilihan produk.

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga perlu diperhatikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan adalah usaha yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Sukmawati (2017:36. Kualitas pelayanan adalah upaya dalam bentuk kegiatan untuk membantu konsumen memuaskan kebutuhannya. Kualitas pelayanan akan menjadi pilihan konsumen dalam menggunakan produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

LANDASAN TEORI

kerangka konseptual yang diterapkan dalam penelitian ini adalah merumuskan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran Aroma Malaja adalah sebagai berikut:



METODE PENELITIAN

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode gabungan. Metode asosiasi bertujuan untuk menemukan hubungan antara dua variabel. Penelitian kuantitatif dengan teknik penelitian asosiasi oportunistik menjelaskan bagaimana pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Variabel dalam penelitian ini meliputi kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari responden melalui kuesioner untuk menjawab pertanyaan tentang kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan kepuasan konsumen (Y). Sebanyak 100 orang berpartisipasi dalam survei ini. Pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling Pada penelitian ini digunakan uji-t dan uji-f untuk analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Coefficientsa Table 1. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.411	1.758		2.509	.014		
	totalx1	.664	.125	.480	5.333	.000	.826	1.210
	totalx2	.231	.104	.200	2.224	.028	.826	1.210

a. Dependent Variable: totally

Hasil uji t menunjukkan nilai thitung variabel kualitas produk (X1) sebesar 5,333, sedangkan nilai tabel dengan derajat bebas = 100 dan tingkat signifikansi (α) = 5% sebesar 1,660. Nilai thitung kualitas produk (X1) sebesar 5333 > nilai ttabel sebesar 1660 dan taraf signifikansi $p=000 < .0,05$. maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya hipotesis (H1) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan terkadang positif terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima atau dibuktikan.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai thitung untuk variabel QoS (X2) adalah 2224; Sedangkan nilai tabel memiliki derajat kebebasan = 100. Dengan tingkat signifikansi (α) = 5% sebesar 1,660. Nilai thitung untuk kualitas pelayanan (X2) adalah 2224 > nilai ttabel adalah 1660 dan tingkat signifikansi $p = 028 < ; 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya hipotesis (H2) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima atau terbukti.

ANOVA Table 2. Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104.006	2	52.003	26.186	.000 ^b
	Residual	192.634	97	1.986		
	Total	296.640	99			

b. Predictors: (Constant), totalx2, totalx1

Hasil uji F juga menunjukkan bahwa nilai Fhitung adalah 26,186 sedangkan nilai Ftabel dengan derajat bebas (Df)= $n-k-1=100-2-1=97$ adalah 3,09. Karena nilai $F_h 26,186 > F_t 3,09$ dan tingkat signifikansi nilai $p = 0,000 < ; 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya hipotesis 1 (H1), kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dapat diterima atau terbukti.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Maulidah, Widodo dan Zulianto (2019) bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa oleh Diza, Moniharapon, dan Ogi (2016) menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang dijual oleh restoran Aoma Malaja memiliki umur simpan yang baik dan karakteristik produk memenuhi persyaratan. Kualitas produk Restoran Aroma Malaja sesuai dengan penawaran

harga yang ditawarkan, serta desain produk yang menarik juga menggugah minat konsumen untuk membeli, sehingga konsumen merasa puas saat berkunjung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tatangin, Ogi dan Loindong (2017) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian serupa oleh Rabiah (2020) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Aroma Malaja telah memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen/pengunjung yang berkunjung, hal ini terlihat dari penawaran produk yang bernilai bagi konsumen, staff yang memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta produk yang ditawarkan. Menjamin kualitas seperti yang dikonsumsi oleh konsumen. Karyawan restoran juga handal dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dan cepat tanggap terhadap keluhan atau pesanan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Tombeng (2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Maramis (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada restoran Aroma Malaja secara bersamaan.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Aroma Malaja.
3. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran Aroma Malaja.

Hasil penelitian ini ada batasannya yaitu meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk ketika muncul pesaing baru sejenis, serta dapat memberikan kepastian dan bukti bahwa persepsi pelanggan sesuai dengan harapan. Perhatian khusus harus diberikan pada upaya kinerja layanan sesuai dengan kecepatan melayani konsumen atau pelanggan, sehingga kualitas layanan dapat dicapai. Pelayanan harus ditingkatkan, terutama terkait dengan kecepatan penanganan keluhan konsumen atau pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Diza, Farah, Silcyljeova Moniharapon, and W. J. Imelda. "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 4.1 (2016).
- Ibrahim, Malik, and Sitti Marijam Thawil. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4.1 (2019): 175-182.
- Maramis, Freekley Steyfli, Jantje L. Sepang, and Agus S. Soegoto. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6.3 (2018).
- Mentang, Jonathan JJ, Imelda WJ Ogi, and Reitty L. Samadi. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9.4 (2021): 680-690.
- Purbasari, Dewi Maharani, and Dewi Laily Purnamasari. "Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang." *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 2.1 (2018): 43-54.

- Samarinda, Gunung Kelua. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN NESMILO DI SAMARINDA." (2020).
- Sopiansah, V. A., Riani, D., Khoerudin, C. M., & Maryani, L. (2023). Kemampuan Pemasaran Produk Berbasis Media Sosial Dengan Model Problem Based Learning. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 44-52.
- Tombeng, Brigitte, Ferdy Roring, and Farlane S. Rumokoy. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 7.1 (2019).

Pengaruh Konservatisme Akuntansi Terhadap Nilai Uang Tunai Dengan Masa Kerja Audit, Ukuran Audit, Opini Audit, dan Struktur Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi

Mila Sari¹

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul
milasari845@student.esaunggul.ac.id

Agus Munandar²

Program Studi Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul
agus.munandar@esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dilakukan penelitian berikut ini yaitu untuk mengetahui pengaruh konservatisme akuntansi terhadap nilai uang tunai dengan masa kerja audit (AT), ukuran audit (AS), opini audit (AO), dan struktur kepemilikan institusional (IO) sebagai variabel moderasi pada perusahaan non utilitas dan non keuangan yang terdaftar di indeks ESG Leaders Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018-2021. Populasi sampel terdiri dari 12 perusahaan yang tergabung dalam indeks ESG Leaders dengan 48 data laporan keuangan untuk diuji. Teknik penelitian menggunakan moderated regression analysis. Selain itu, model penelitian telah melewati uji asumsi klasik. Uji hipotesisnya digunakan uji T dengan alpha 0,05. Berdasarkan uji statistik, hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa konservatisme akuntansi berdampak positif terhadap nilai uang tunai. Adapun Masa kerja audit, ukuran audit, opini audit, dan struktur kepemilikan institusional tidak memiliki bukti empiris untuk memoderasi hubungan antara konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai.

Kata Kunci: Nilai uang tunai, konservatisme akuntansi, masa kerja audit, opini audit, ukuran audit, dan struktur kepemilikan institusional.

ABSTRACT

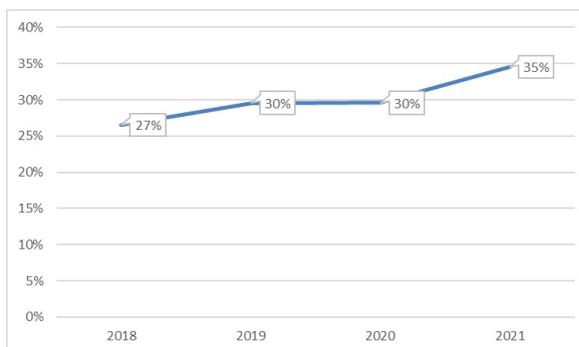
The purpose of this research is to determine the effect of accounting conservatism on cash value, with audit tenure (AT), audit size (AS), audit opinion (AO), and institutional ownership structure (IO) as moderating variables in non utility and non financial companies on Indonesian Stock Exchange's ESG Leaders index from 2018-2021. The sample population consists of 12 companies that have been listed on the the Indonesia Stock Exchange (IDX) ESG Leaders index, with 48 financial report data to be tested. The research model used is moderated regression analysis. Also, the model has passed the classic assumption test method. Regarding the hypothesis test, researcher used the T test, with alpha 0.05. Based on statistic result, it shows the evidence that accounting conservatism has a positive impact on the value of cash. On the other hand, Audit tenure, audit size, audit opinion, and institutional ownership structure do not show the evidence that could moderate the relationship between accounting conservatism and cash value.

Keywords : Cash Value, Accounting Conservatism, Audit Tenure, Audit Opinion, Audit Size, and Institutional Ownership

PENDAHULUAN

Kepemilikan nilai uang tunai merupakan bagian yang signifikan dari total aset sebuah perusahaan yang menggambarkan kekayaan perusahaan. Kepemilikan nilai uang tunai merupakan aset dengan tingkat likuiditas paling tinggi dibandingkan dengan aset lainnya, disebut sebagai darah kehidupan bagi sebuah perusahaan dan perusahaan tidak dapat bertahan hidup tanpanya (Halim & Rosyid, 2020). Hal inilah yang membuat setiap perusahaan melakukan kebijakan penyimpanan nilai uang tunai guna memenuhi kebutuhan investasi di masa depan, terutama ketika perusahaan menghadapi kendala keuangan (Shikimi, 2019). Meskipun menyimpan nilai uang tunai dapat memberikan manfaat, tetapi penyimpanan nilai uang tunai yang berlebihan juga dapat menimbulkan adanya masalah

keagenan (Weidemann, 2016). Menurut Guthmann dalam Danial et al. (2015) jumlah nilai uang tunai yang baik dalam perusahaan yang “*well finance*” hendaknya tidak kurang dari 5% - 15 % dari total aktiva lancar. Namun, berdasarkan data kepemilikan nilai uang tunai dalam laporan keuangan tahunan perusahaan non utilitas dan non keuangan yang tergabung dalam indeks *ESG Leaders* Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021 menunjukkan hal yang sebaliknya, dimana total kepemilikan nilai uang tunai terhadap aktiva lancar lebih besar dari 15%.



Gambar 1. Total kepemilikan nilai uang tunai terhadap aktiva lancar

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa total kepemilikan nilai uang tunai pada perusahaan non utilitas dan non keuangan yang tergabung dalam indeks *ESG Leaders* belum sepenuhnya efektif, mengingat kepemilikan nilai uang tunai dianggap sebagai aset yang paling rentan untuk dikonsumsi, diselewengkan, dan disalahgunakan melalui tindakan oportunistik agen (Dittmar & Smith, 2007). Oleh sebab itu, dalam melakukan kebijakan *cash holding* banyak perusahaan menerima pendekatan konservatif untuk mempertahankan kepemilikan nilai uangnya dalam skenario terbaik, seperti berinvestasi dalam proyek yang menunjukkan profitabilitas dengan hasil yang nyata dan sesuai dengan kepentingan prinsipal (Manoel & Moraes, 2022).

Prinsip konservatisme mewakili kualitas informasi akuntansi (Shen & Ruan, 2022). Konservatisme akuntansi mengakui kewajiban dan beban sesegera mungkin tetapi mengakui aset dan pendapatan ketika sudah yakin akan diterima (Daryaei et al., 2020). Beberapa peneliti setuju bahwa sistem konservatisme akuntansi membawa manfaat ekonomi yang nyata bagi organisasi. Seperti Peneliti Lee (2014), menunjukkan bahwa sistem konservatisme akuntansi dapat meminimalisir konflik keagenan yang terjadi antara agen dan prinsipal, yang muncul dari asimetri informasi. Hal ini, akan mengarah pada peningkatan nilai arus kas perusahaan (Louis et al., 2012). Demikian halnya dengan perusahaan yang menerima praktik konservatisme, perusahaan ini cenderung tidak terlibat dalam aktivitas investasi yang berlebihan karena pengakuan kerugian yang tepat waktu membatasi manajer dalam menggunakan jumlah arus kas diskresioner. Karena ketika struktur konservatisme akuntansi digunakan, pemegang saham dan dewan lebih mungkin untuk mendeteksi rencana investasi yang tidak sesuai dan melobi manajemen untuk membuat keputusan yang lebih tepat (Louis et al., 2012; Watts, 2003). Hal ini sejalan dengan riset terdahulu yang menunjukkan bahwa kebijakan konservatisme akuntansi adalah bagian dari struktur kontrol perusahaan yang mengurangi insentif manajer untuk menerima proyek yang merusak nilai (Ahmed & Duellman, 2007; Ball & Shivakumar, 2006 ; Francis & Martin, 2010 ; Lara et al., 2009 ; Watts, 2003).

Kualitas audit dapat meningkatkan keandalan laporan keuangan (Alsmady, 2022). Hubungan tersebut dapat dijelaskan dari sudut pandang yang berbeda. Pertama, pengungkapan berkualitas tinggi dapat mengurangi asimetri informasi di antara pembuat keputusan. Kedua, keterbukaan informasi kepada publik dapat mencegah penyebaran informasi yang tidak semestinya (Shehata, 2014). Selain itu, kepercayaan *owner* perusahaan juga meningkat apabila laporan keuangan diaudit oleh auditor yang

berkompeten dan mempunyai independensi tinggi (Halim et al., 2014). Dari pernyataan tersebut, sesuai dengan penelitian terdahulu dampak indikator spesifik kualitas audit (sebagai *proxy*: masa kerja audit, ukuran audit, dan opini audit) dipertimbangkan memoderasi hubungan antara konservatisme akuntansi pada nilai uang tunai (Daryaei et al., 2020).

Nilai dolar tambahan dalam kepemilikan uang tunai meningkat dalam konservatisme akuntansi, menunjukkan bahwa konservatisme akuntansi dikaitkan dengan penggunaan kas yang lebih efisien (Louis et al., 2012). Akan tetapi penyalahgunaan nilai uang tunai oleh manajer, membuat investor menganggap nilai uang tunai sebagai nilai yang rendah. Misalnya, pada penelitian Dittmar & Smith (2007), menunjukkan bahwa nilai *cash holdings* akan berkurang karena tata kelola perusahaan yang lemah. Maka tata kelola perusahaan yang kuat dapat membantu mengurangi risiko manajer mengubah uang tunai menjadi keuntungan pribadi dan mengantisipasi adanya penurunan nilai yang lebih tinggi pada aset ini (Bates et al., 2018; Frésard Laurent & Salva, 2010; Dittmar & Smith, 2007; Masulis et al., 2009; Pinkowitz & Williamson, 2007). Struktur kepemilikan institusional dipercaya mampu meningkatkan pengawasan yang dilakukan oleh lembaga agar lebih efektif dengan berperan penting dalam pengawasan dan menekan manajer untuk menerapkan konservatisme supaya modal yang ditanamkan perusahaan tetap terjaga dan memiliki pengembalian dana yang tinggi (Hajawiyah et al., 2020).

Riset yang dilakukan oleh Daryaei et al. (2020) berfokus pada keterkaitan kualitas audit dan pertumbuhan perusahaan yang terdiri dari masa kerja audit, opini audit, ukuran audit dan manajemen laba terhadap konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa empat variabel tersebut signifikan terhadap hubungan antara konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai. Namun demikian, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini berusaha untuk mengisi kesenjangan investigasi dalam menguji hubungan konservatisme akuntansi terhadap nilai uang tunai dengan menggantikan variabel manajemen laba dengan variabel struktur kepemilikan institusional. Alasan menggantikan variabel manajemen laba dengan variabel struktur kepemilikan institusional dikarenakan manajemen laba merupakan instrumen yang dapat menyebabkan penurunan konservatisme (manajemen laba ke atas) dan juga dapat meningkatkannya (manajemen laba ke bawah). Hal ini dibuktikan oleh hasil penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa variabel manajemen laba konsisten tidak disetujui (Daryaei et al., 2020). Selanjutnya, alasan memilih variabel struktur kepemilikan institusional yaitu apabila struktur kepemilikan terkonsentrasi secara signifikan memberikan motivasi kepada pemegang saham yang lebih besar di perusahaan untuk meningkatkan operasi perusahaan dan mengendalikan manajemen Fazlzadeh et al. (2011) dan ini juga sesuai yang direkomendasikan oleh Daryaei et al. (2020).

Hal yang juga membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dapat dilihat pada sampel yang digunakan, jika data sampel penelitian sebelumnya menggunakan sampel semua perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Teheran sedangkan sampel yang hendak di pergunakan sekarang tertarik menggunakan perusahaan non utilitas dan non keuangan yang tergabung dalam indeks ESG Leaders Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian. Alasan menghapus perusahaan tersebut dikarenakan kebijakan kepemilikan nilai uang tunai di perusahaan ini sangat dipengaruhi oleh persyaratan modal wajib dan peraturan pemerintah lainnya sehingga akan menimbulkan bias dalam penelitian (Manoel & Moraes, 2022). Dengan demikian, hasil penelitian saat ini akan membuahkan hasil penelitian yang berbeda dengan peneliti sebelumnya. Tujuan dari penelitian saat ini, untuk mengetahui apakah ada hubungan positif antara konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai tergantung pada tingkat kualitas audit yang lebih tinggi atau tingkat kualitas audit yang lebih rendah dan struktur kepemilikan institusional pada semua perusahaan non utilitas dan non keuangan yang tergabung dalam Indeks ESG Leaders Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menginformasikan para pembuat kebijakan untuk mengambil keputusan dan diharapkan mampu memberikan implikasi yang manajerial.

LANDASAN TEORI

Teori Trade Off

Trade off theory ditemukan oleh Modigliani & Miller (1963). *Trade-off theory* menyatakan bahwa untuk mencapai tingkat kepemilikan nilai uang tunai yang optimal, perusahaan dapat membandingkan manfaat marjinal dengan biaya marjinal dari memegang nilai uang tunai (Ferreira & Vilela, 2004; Dittmar et al., 2003). Menurut Guizani (2017), perusahaan menetapkan target tingkat kepemilikan nilai uang tunai dengan mempertimbangkan keuntungan dan biaya penyimpanan dana yang selanjutnya disesuaikan dengan tingkat kepemilikan nilai uang tunai agar sesuai dengan tujuan yang telah dibuat sebelumnya.

Teori Keagenan

Jensen & Meckling (1976) sebagai tokoh yang pertama kali mencetuskan teori ini, menyatakan "*nexus of contract*" antara pemilik (prinsipal) dengan manajer (agen). Teori keagenan adalah teori yang berakar dari sinergi teori keputusan, teori ekonomi, dan teori organisasi (Oktaviana & Karnawati, 2020). Teori keagenan merupakan teori mempelajari hubungan dimana satu pihak (bertindak sebagai prinsipal) meminta pihak lain (agen) untuk melakukan pekerjaan yang diharapkan (Eisenhardt, 2010). Dalam hubungan keagenan, kontrak adalah kepentingan inti, yang menentukan bahwa agen melakukan beberapa layanan yang diperlukan atas nama prinsipal, sedangkan prinsipal berkomitmen untuk memberi kompensasi yang sesuai kepada agen. Prinsipal dan agen dimotivasi oleh kepentingan ekonomi untuk memaksimalkan keuntungan (Eisenhardt, 2010; Jensen & Meckling, 1976). Dalam perusahaan modern, perbedaan kepentingan antara agen dan prinsipal telah menyebabkan perselisihan, di mana agen memperoleh lebih banyak pengetahuan dan dengan demikian tampaknya berperilaku untuk keuntungan mereka, daripada untuk memenuhi keinginan prinsipal (Smith et al., 2018).

Uang Tunai dan Setara Kas

Uang tunai ialah aset dengan tingkat likuiditas paling tinggi dan fleksibel dibandingkan aset lainnya. Uang tunai berperan penting dalam kelangsungan hidup dan perkembangan suatu perusahaan, sehingga banyak pengusaha percaya bahwa uang tunai adalah raja atau yang lebih dikenal dengan istilah "*Cash is King*" (Wang & Liang, 2022). Menurut Choi & Ryu (2021), sebuah perusahaan harus mempertahankan cadangan kas untuk menanggapi risiko yang tidak terduga karena uang tunai merupakan variabel yang sangat penting untuk meningkatkan peluang investasi, penciptaan nilai, dan meminimalkan kerugian. Secara teori, Subramaniam et al. (2011) mendefinisikan bahwa perusahaan mempertahankan uang tunai untuk tujuan produktivitas dan meningkatkan pengembalian kepada pemegang saham. Uang tunai secara khusus juga merupakan aset yang paling mudah digunakan oleh manajer atas kebijakan mereka tanpa banyak kontrol atau gangguan dari pemasok modal eksternal (Choi & Ryu, 2021).

Konservatisme Akuntansi

Konservatisme akuntansi ialah prinsip kehati-hatian dimana biaya kerugian diakui lebih cepat sementara pendapatan dan keuntungan diakui lebih lambat (Ruch & Taylor, 2015). Tujuan prinsip kehati-hatian bukanlah untuk melaporkan aset yang dinilai terlalu tinggi dan tidak melaporkan liabilitas yang dinilai terlalu rendah, tetapi ketika akuntan dihadapkan pada ketidakpastian tentang penilaian aset dan liabilitas (Ramadhan et al., 2020). Konservatisme dapat dengan mudah dikaitkan dengan prinsip realisasi. Menurut Kwon (2005) mendefinisikan konservatisme akuntansi sebagai metode yang digunakan oleh perusahaan dalam mengurangi risiko dalam akuntansi, pelaporan yang timbul dari peristiwa seperti kontrak distrik dan pelaksanaan keputusan yang buruk. Ruch & Taylor (2015) memiliki dua sudut pandang mengenai peran konservatisme akuntansi. Sudut pandang pertama melihat fungsi konservatisme akuntansi sebagai teknik untuk menangkap informasi yang digunakan untuk mengukur nilai pasar ekuitas untuk tujuan keputusan investasi, sementara sudut pandang kedua fungsi konservatisme akuntansi sebagai cara untuk memberikan informasi yang memungkinkan pihak kontraktor untuk menilai apakah kewajiban kontrak dilakukan dengan baik atau tidak.

Masa Kerja Audit

Masa kerja audit didefinisikan sebagai jumlah tahun auditor telah mempertahankan hubungan dengan klien (Akono, 2020). Martani et al.(2021) menjelaskan bahwa masa kerja audit adalah jumlah tahun auditor telah mengaudit perusahaan, semakin lama jabatan, semakin rendah kemerdekaan. Masa kerja audit yang panjang menjadikan kualitas audit lebih tinggi karena memungkinkan audit dapat mengembangkan tingkat pengetahuan spesifik klien (Myers et al., 2003). Tetapi, Eyenubo et al. (2017) berpendapat bahwa masa kerja audit yang panjang memungkinkan adanya keakraban dengan manajemen, merusak independensi auditor, dan integritasnya. Masa kerja audit dapat didefinisikan juga sebagai penugasan antara auditor dengan kliennya. Periode keterlibatan yang panjang akan menyebabkan hubungan intensif antara auditor dan auditee (Hartadi, 2012).

Ukuran Audit

Ukuran audit adalah pengukuran yang mencakup ketiga *driver* kualitas audit, sehingga dipilih atas dasar itu (Agasha & Monametsi, 2020). Salehi & Dashtbayaz (2019) mendefinisikan ukuran audit adalah indeks kuantitatif yang paling penting untuk pengukuran kualitas auditor, yang memiliki hubungan langsung dengan kualitas audit, dengan cara yang ukurannya lebih besar akan mengarah pada kualitas audit yang lebih tinggi. Almarayeh et al.(2020) menegaskan bahwa ukuran audit juga sebagai *proxy* manajemen laba. Ukuran audit dipengaruhi oleh Big 4 (empat) auditor yang akan bertindak sebagai pengganti tata kelola untuk lemahnya perlindungan hukum pemegang saham luar serta memperkuat peran yang dimainkan oleh komite audit dalam meningkatkan kualitas pengendalian internal (Ji et al., 2018). Hal ini dipengaruhi asumsi bahwa firma akuntan publik besar memiliki jumlah karyawan, sumber daya, dan kehati-hatian yang lebih tinggi daripada kantor akuntan publik kecil (Reskika & Ickhsanto Wahyudi, 2021).

Opini Audit

Dalam literatur modern opini audit didefinisikan sebagai sertifikat yang menyertai laporan keuangan perusahaan. Opini audit sangat penting karena dapat memberikan jawaban apakah laporan keuangan terbebas dari salah saji material (Dionisijev & Lazarevska, 2021). Averio (2020) menjelaskan bahwa penerbitan opini audit mengenai laporan keuangan dapat menarik perhatian publik karena opini tersebut hal yang sangat krusial bagi para pemangku kepentingan. Jenis opini audit yang dikeluarkan oleh auditor tidak hanya menunjukkan apakah organisasi mematuhi standar akuntansi dan manajemen keuangannya, tetapi juga merupakan faktor penting untuk mencegah kecurangan (Mareque et al., 2019).

Struktur Kepemilikan Institusional

Struktur kepemilikan berperan dalam menjelaskan pemilik perusahaan yang dapat berasal dari manajerial, kelembagaan, pihak asing, pemerintah, publik dan lain-lain (Sari et al., 2022). Struktur kepemilikan institusional ialah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh sebuah institusi seperti bank, perusahaan investasi, perusahaan asuransi, dan entitas besar lainnya (Wahyuningsih, 2020). Kirimi et al. (2022) menjelaskan bahwa struktur kepemilikan institusional adalah alat lain yang digunakan untuk mengurangi dampak masalah keagenan di mana pemegang saham individu besar membuat keputusan dengan mengorbankan pemegang saham minoritas demi kepentingannya sendiri. Struktur kepemilikan ini dikaitkan dengan kinerja keuangan yang tinggi sebagai hasil dari manajemen berkualitas tinggi dan tata kelola yang lebih baik (Lin & Fu, 2017).

HUBUNGAN ANTAR VARIABEL

Hubungan Konservatisme Akuntansi dan Nilai Uang Tunai

Terdapat dua perspektif alternatif tentang hubungan antara konservatisme akuntansi akuntansi dan tata kelola perusahaan, karena berbagai praktik tata kelola perusahaan, menyiratkan lingkungan informasi berbeda, menyiratkan lingkungan informasi berbeda (Daryaei et al., 2020). Pertama, peran kontraktual akuntansi mengarah pada konservatisme akuntansi (Watts & Zimmerman, 1986). Kedua, perspektif alternatif bahwa hubungan positif dalam mekanisme tata kelola perusahaan yang baik, membawa kontrol yang lebih baik

ditingkat atas manajemen. Dan demikian, hal ini akan mendukung pemanfaatan konservatisme akuntansi (Buallay, 2019).

Menurut Ahmed & Duellman (2007) konservatisme akuntansi membantu dewan dalam menyelesaikan masalah keagenan. Hal ini terjadi karena perusahaan yang menerima praktik konservatisme akuntansi cenderung tidak terlibat investasi arus kas yang berlebihan. Manajer memanfaatkan arus kas bebas untuk kepentingan pribadi dan untuk memperluas kepemilikan manajemen (Kahle et al., 2018). Hal ini akan mengarah pada investasi dalam proyek-proyek bernilai rendah. Demikian juga, dengan konsensus di antara para peneliti, yang menyebutkan bahwa praktik konservatisme akuntansi akan mengurangi konflik kepentingan yang saling bertentangan antara manajer dan pemangku kepentingan. Dengan kata lain, meningkatkan nilai uang tunai di masa depan (Daryaei et al., 2020). Berdasarkan penjabaran diatas, maka hipotesis pertama yang dapat dibangun sebagai berikut:

H1: Konservatisme akuntansi berpengaruh positif terhadap nilai uang tunai.

Hubungan Masa Kerja Audit, Konservatisme Akuntansi dan Nilai Uang Tunai

Sejak adanya skandal akuntansi di awal abad ke-21, penelitian terbaru menegaskan bahwa masa jabatan auditor telah menjadi topik hangat dalam literatur audit (Daryaei et al., 2020). Ada dua sudut pandang mengenai dampak masa kerja audit pada konservatisme akuntansi. Pertama pandangan kompetensi, pandangan ini mengacu pada perpanjangan masa kerja audit, apabila auditor memperoleh lebih banyak pengetahuan tentang aktivitas klien, akan menghasilkan layanan dan kualitas audit yang lebih baik (Daryaei et al., 2020). Peningkatan kualitas audit sebagai salah satu proksi kualitas informasi akuntansi, meminimalisir adanya asimetri informasi (Brown et al., 2004). Informasi asimetris yang lebih besar antara pihak internal dan pemangku kepentingan menghasilkan keuntungan yang lebih sedikit dan kerugian yang lebih banyak sebagaimana tercermin dalam laporan keuangan saat ini (Chi et al., 2009). Jika informasi asimetris mengarah pada konservatisme akuntansi, diharapkan bahwa masa kerja audit mempunyai pengaruh positif terhadap konservatisme akuntansi (Daryaei et al., 2020).

Daryaei et al.(2020) menjelaskan pandangan kedua adalah pandangan independensi, apabila auditor mempunyai perikatan yang lebih lama, auditor akan memiliki kedekatan lebih besar dengan klien, yang secara negatif berdampak pada kualitas layanan yang diberikan. Hal ini juga dibuktikan oleh regulator dan publik yang menyatakan keprihatinannya, bahwa perpanjangan masa kerja audit dapat mengurangi independensi auditor, objektivitas, dan kualitas audit. Dalam hal ini masa kerja audit mempunyai pengaruh negatif terhadap konservatisme akuntansi. Dengan demikian, dampak modifikasi dari masa kerja audit pada hubungan antara konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai dapat diprediksi.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka hipotesis berikutnya dapat ditetapkan sebagai berikut:

H2: Pengaruh masa kerja audit memoderasi hubungan konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai.

Hubungan Ukuran Audit, Konservatisme Akuntansi, dan Nilai Uang Tunai

Terdapat dua pandangan mengenai dampak ukuran audit pada kualitas audit (Daryaei et al., 2020). Misalnya pada penelitian (Deltas & Doogar, 2004 ; Fuerman, 2012) yang menunjukkan ada hubungan positif antara ukuran audit dan kualitas audit. Namun, peneliti lain berpendapat bahwa perusahaan audit besar tidak selalu memberikan kualitas audit yang lebih tinggi (Salehi et al., 2019). Melainkan tergantung pada karakteristik spesifik klien (Knechel, 2019). Dari fakta tersebut, Daryaei et al. (2020) menyatakan bahwa pada konservatisme akuntansi, tidak dapat mempertimbangkan dampak negatif atau positif dari ukuran audit. Dengan demikian, adanya pengaruh kerancuan ukuran audit pada hubungan antara konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai disetujui (Daryaei et al., 2020).

Berdasarkan penjabaran diatas, hipotesis alternatif dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Pengaruh ukuran audit memoderasi hubungan konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai.

Hubungan Opini Audit, Konservatisme Akuntansi, dan Nilai Uang Tunai

Menurut penelitian DeFond & Zhang (2014) opini audit telah dinilai sebagai *proxy* kualitas audit. Kualitas audit yang lebih tinggi, akan memainkan peran utama dalam penurunan manajemen laba dan meningkatkan kualitas laba (Lin & Hwang, 2010). Kemungkinan besar akan membenarkan asosiasi negatif ini dengan meningkatkan litigasi masa depan (Daryaei et al., 2020). Selain itu, perusahaan yang perbedaan pendapatan akrual dan arus kasnya tinggi akan mengalami kinerja pengembalian saham yang lebih buruk pada periode berikutnya (Alhadab & Clacher, 2018). Altunbas et al. (2000) & Goddard et al. (2011). Juga, Hogan (1997) menegaskan bahwa perusahaan dengan auditor berkualitas tinggi, akan melakukan pengawasan keuangan untuk mencegah litigasi oleh para pemangku kepentingan. Hal ini juga dibuktikan oleh Heninger (2005) yang berpendapat bahwa risiko litigasi berhubungan positif dengan peningkatan abnormal akrual. Auditor akan menghadapi risiko litigasi yang lebih tinggi jika klien melakukan manajemen laba akrual yang lebih besar (Daryaei et al., 2020). Sedangkan kabar buruk, menyebabkan fluktuasi lebih lanjut dalam pendapatan dan pengembalian. Dari argumen ini, dapat diketahui ketika menganalisis konservatisme pendapatan, menggunakan regresi, koefisien diferensial berita buruk sehubungan dengan berita baik, meningkat secara tidak normal (Lara et al., 2009). Artinya kualitas audit meningkatkan pengaruh positif struktur konservatisme akuntansi terhadap nilai uang tunai (Daryaei et al., 2020).

Hipotesis keempat, dinyatakan sebagai berikut :

H4: Pengaruh opini audit memoderasi hubungan konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai.

Hubungan Struktur Kepemilikan Institusional, Konservatisme Akuntansi dan Nilai Uang Tunai.

Menurut peneliti Hajawiyah et al. (2020), kehadiran institusi sebagai pemegang saham memiliki pengaruh besar terhadap perusahaan. Ketika saham institusi lebih tinggi di perusahaan, maka pengawasan yang lebih efektif dapat dilakukan. Hal ini meminimalisir adanya tindakan oportunistik manajemen. Secara umum, lembaga-lembaga menyerahkan manajemen modal mereka di bagian khusus, dengan cara menunjuk ahli terampil di bidang analisis. Pernyataan diatas dibenarkan dengan hasil penelitian (Ramalingegowda & Yu, 2012; Alkurdi et al., 2017; Xia & Zhu, 2009; Foroghi et al., 2013;) yang menunjukkan struktur kepemilikan institusional memiliki efek positif yang signifikan pada konservatisme akuntansi. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa peningkatan kepemilikan institusional di perusahaan akan menumbuhkan penerapan konservatisme akuntansi (Hajawiyah et al., 2020).

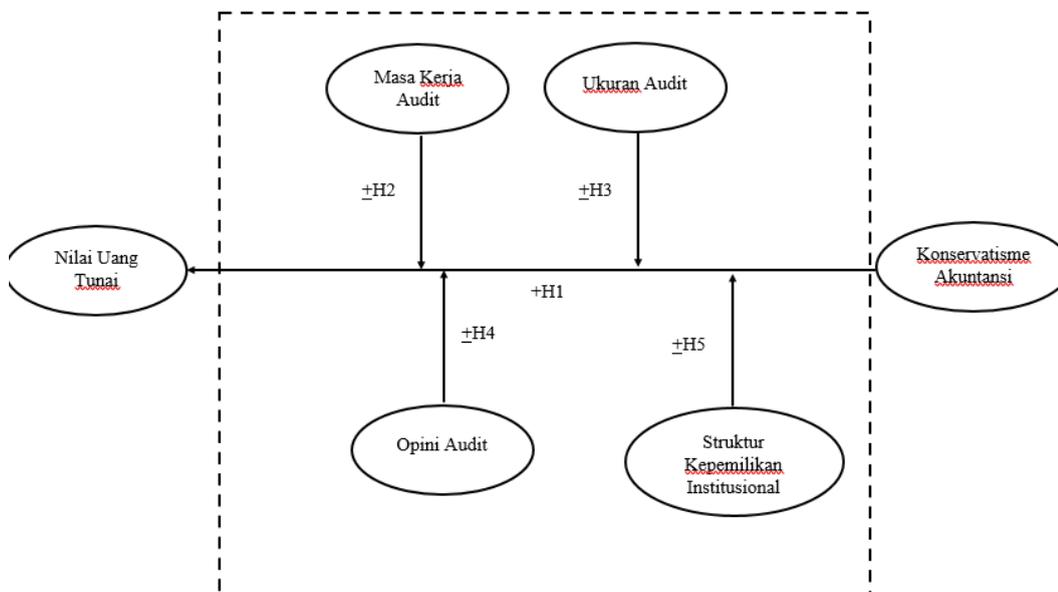
Selanjutnya, penelitian Dittmar & Smith (2007) menunjukkan bahwa struktur kepemilikan institusional memiliki statistik dan dampak ekonomi yang signifikan pada kepemilikan nilai uang tunai. Pada perusahaan dengan struktur kepemilikan institusional tinggi, memiliki nilai uang tunai sebesar \$1.27, sedangkan pada perusahaan dengan struktur kepemilikan institusional rendah, nilai uang tunainya sebesar \$0.88. Hasil riset tersebut diperkuat dengan hasil penelitian Azinfar & Shiraseb (2016) yang menunjukkan hubungan signifikan antara struktur kepemilikan institusional perusahaan dengan tingkat kepemilikan nilai uang tunai. Tetapi, hasil berbeda ditemukan oleh Ridha et al. (2019) dimana hasil penelitiannya menunjukkan struktur kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap kepemilikan nilai uang tunai. Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa struktur kepemilikan institusional memiliki pengaruh yang positif atau negatif terhadap konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai.

Berdasarkan pemikiran tersebut, hipotesis kelima yang dapat dibangun adalah sebagai berikut :

H5: Struktur kepemilikan institusional memoderasi hubungan konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai.

Dari hasil penjabaran hipotesis diatas, maka kerangka konseptual model penelitian dapat diperlihatkan pada gambar di bawah:

Gambar 2. Konseptual Model



Masa kerja audit, ukuran audit, opini audit dan struktur kepemilikan institusional diharapkan dapat mengurangi konflik keagenan dan asimetri informasi antara manajer dan pemilik. serta meningkatkan efisiensi kas dan penggunaan yang efektif, melalui alokasi sumber daya yang optimal. Secara keseluruhan, studi saat ini berfokus pada dampak konservatisme akuntansi pada peningkatan nilai uang tunai perusahaan serta peran yang menentukan dari proses audit dan struktur pengelolaan dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan nilai uang tunai.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mempergunakan metode kuantitatif. Variabel operasional dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dimana konservatisme akuntansi dirumuskan dengan menggunakan perhitungan total akrual yang menunjukkan semakin konservatif akuntansi yang diterapkan maka semakin besar akrual negatif. Perhitungan total akrual ini didapatkan dari selisih antara laba bersih dengan arus kas dari kegiatan operasional dibagi dengan total aset (Mia, 2022). Terdapat 4 (empat) variabel moderasi dalam penelitian ini yaitu masa kerja audit, ukuran audit, opini audit, dan struktur kepemilikan institusional. Masa kerja audit diukur dengan jangka waktu hubungan auditor dengan auditee (Daryaei et al., 2020). Ukuran audit diukur dengan menggunakan variabel dummy dengan kategori 1 (satu) apabila laporan keuangan diaudit oleh KAP big 4, dan kategori 0 (nol) jika sebaliknya (Nurintiati & Purwanto, 2017). Opini audit diukur dengan menggunakan variabel dummy dengan kategori 1 (satu) mewakili perusahaan yang mendapat pendapat wajar tanpa pengecualian dan kategori 0 (nol) mewakili perusahaan yang mendapat selain opini wajar tanpa pengecualian (Yanto & Almunawaroh, 2019). Struktur kepemilikan institusional diukur oleh proporsi kepemilikan saham institusi dibagi jumlah saham yang beredar (Susanti & Mildawati, 2014). Kemudian nilai uang tunai sebagai variabel dependen dalam penelitian saat ini diukur dengan kas atau setara kas (Daryaei et al., 2020).

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal-komparatif. Data sekunder berupa laporan keuangan tahunan merupakan salah satu jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang akan diteliti tergabung dalam Indeks *ESG Leaders* Bursa Efek Indonesia, terdiri dari 30 perusahaan dengan periode penelitian tahun 2018-2021. Metode *purposive sampling* digunakan untuk pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa kriteria seperti 1) Perusahaan non utilitas dan non keuangan yang tergabung dalam indeks *ESG Leaders*

Bursa Efek Indonesia, 2) Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan tahunan yang sudah di audit secara konsisten dari tahun 2018-2021, 3) Perusahaan menerbitkan laporan keuangan auditan dalam rupiah, 4) Selama periode pengamatan, tersedia laporan keuangan tahunan lengkap dan memuat data-data yang dibutuhkan seperti data nilai uang tunai, laba bersih atau pendapatan bersih, akumulasi penyusutan, total aset, masa kerja audit, ukuran audit, opini audit dan struktur kepemilikan institusional.

Teknik penelitian menggunakan *moderated regression analysis*. Dengan melakukan pengujian asumsi klasik, yang terbagi menjadi beberapa uji yang dibutuhkan diantaranya (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas) Selanjutnya, uji statistik t digunakan untuk menguji hipotesisnya dengan signifikansi 5% atau 0,05. Software yang digunakan untuk mengolah data yaitu aplikasi IBM SPSS 26.

Model persamaan MRA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \epsilon$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1. X_2 + \epsilon$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_3 + \beta_3 X_1. X_3 + \epsilon$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_3 + \beta_3 X_1. X_4 + \epsilon$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_5 + \beta_3 X_1. X_5 + \epsilon$$

Model 2 Model MRA

Keterangan:

Y = Nilai uang tunai.

X₁ = Konservatisme akuntansi berdasarkan selisih antara laba bersih dari kegiatan operasional dengan arus kas dibagi dengan total aset.

X₂ = Masa kerja audit berdasarkan jangka waktu hubungan auditor dengan auditee.

X₃ = Ukuran audit berdasarkan variabel dummy dengan kategori 1 (satu) jika perusahaan di audit oleh KAP big 4, dan 0 apabila sebaliknya.

X₄ = Opini audit diukur dengan menggunakan variabel dummy dengan kategori 1 (satu) mewakili perusahaan yang mendapat pendapat wajar tanpa pengecualian dan kategori 0 (nol) mewakili perusahaan yang mendapat selain opini wajar tanpa pengecualian.

X₅ = Struktur kepemilikan institusional berdasarkan proporsi kepemilikan saham institusi dibagi jumlah saham yang beredar.

€ = Istilah kesalahan (Error).

HASIL

Analisis Deskriptif

Tabel 1
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Uang Tunai*	47	325	18820	3217	4550
Konservatisme Akuntansi	47	-0,34	0,17	-0,1330	0,10298
Masa Kerja Audit	47	1,00	4,00	2,5319	1,12000
Ukuran Audit	47	0,00	1,00	0,8298	0,37988
Opini Audit	47	0,00	1,00	0,8723	0,33732
Struktur Kepemilikan Institusional	47	0,17	0,93	0,6134	0,19302
Valid N (listwise)	47				

*Dalam miliar rupiah

Sumber : Output data diolah penulis, 2023

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang sudah dilakukan, sebanyak 12 perusahaan dari total 30 perusahaan yang terdaftar di Indeks ESG Leaders Bursa Efek Indonesia berhasil memenuhi kriteria penelitian. Akan tetapi 1 data sampel terkena outlier yakni data sampel ke 13, sehingga data sampel perusahaan atau data yang valid dalam penelitian ini menjadi 47 data sampel. Hasil uji analisis statistik deskriptif untuk periode 2018-2021 menunjukkan Nilai uang tunai memiliki nilai minimum sebesar Rp.325 miliar, nilai maksimum sebesar Rp.18.820 miliar, nilai rata-rata Rp.3.217 miliar dan nilai standar deviasi sebesar Rp.4.550 miliar. Konservatisme akuntansi memiliki nilai minimum sebesar

-0,34, nilai maksimum sebesar 0,17, nilai rata-rata -0,1330 dan nilai standar deviasi sebesar 0,10298. Masa kerja audit memiliki nilai minimum sebesar 1,00, nilai maksimum sebesar 4,00, nilai rata-rata 2,5319 dan nilai standar deviasi sebesar 1,12000. Ukuran audit memiliki nilai minimum sebesar ,00, nilai maksimum sebesar 1,00, nilai rata-rata 0,8298 dan nilai standar deviasi sebesar 0,37988. Opini audit memiliki nilai minimum sebesar 0,00, nilai maksimum sebesar 1,00, nilai rata-rata 0,8723 dan nilai standar deviasi sebesar 0,33732. Struktur kepemilikan institusional memiliki nilai minimum sebesar 0,17, nilai maksimum sebesar 0,9250, nilai rata-rata 0,6134 dan nilai standar deviasi sebesar 0,19302.

Uji Asumsi Klasik

Setelah dilakukan uji asumsi klasik, ternyata asumsi normalitas dan asumsi autokorelasi tidak terpenuhi. Dalam pengujian normalitas dengan menggunakan uji Shapiro-Wilk, nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,000 < 0,05$ dimana dapat disimpulkan bahwa data tidak terdistribusi dengan normal. Untuk mengatasi permasalahan uji normalitas, digunakan persamaan logaritma natural semi-log yakni mengkonservasikan variabel dependen menjadi bentuk logaritma natural (Ln) dan variabel independen tetap atau sebaliknya (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, semua variabel independen dalam bentuk tetap dan variabel dependen diubah dalam bentuk logaritma natural. Selanjutnya, dalam uji autokorelasi nilai Durbin-Watson menunjukkan hasil sebesar 1,000 yang artinya terdapat autokorelasi positif pada model regresi karena nilai $dU < dL$ atau $1,000 < 1,3073$. Menurut Ghozali (2018), metode *Cochrane-Orcutt* merupakan alternatif yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan autokorelasi. Metode *Cochrane-Orcutt* akan mengurangi data observasi sebanyak 1 data, sehingga data yang valid dalam penelitian ini menjadi 46 data sampel.

Setelah dilakukan pengujian kembali, asumsi klasik sudah terpenuhi sehingga dapat dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis. Untuk uji hipotesisnya hanya menggunakan uji statistik t (parsial) dikarenakan setiap variabel dalam penelitian ini hanya memakai satu indikator pengukuran sehingga uji statistik f (simultan) tidak diperlukan. Pengujian hipotesis dengan uji statistik t (parsial) dilakukan melalui regresi tahap pertama yang menguji pengaruh langsung konservatisme akuntansi terhadap nilai uang tunai, tahap kedua dengan efek moderasi masa kerja audit, tahap ketiga dengan efek moderasi ukuran audit, tahap keempat dengan efek moderasi opini audit, dan tahap kelima dengan efek moderasi struktur kepemilikan institusional.

Tabel 2
Uji t

		Koefisien	t.Statistics	P Value	Keterangan
H1	X1→Y	3,845	2,588	0,013	Data mendukung hipotesis
H2	Vm1→Y	-0,229	-0,214	0,832	Data tidak mendukung hipotesis
H3	Vm2→Y	-0,742	-0,114	0,910	Data tidak mendukung hipotesis
H4	Vm3→Y	-3,022	-0,687	0,496	Data tidak mendukung hipotesis
H5	Vm4→Y	16,242	1,815	0,077	Data tidak mendukung hipotesis

Sumber : Output data diolah penulis, 2023

Hipotesis dalam penelitian ini dengan tingkat signifikansi (α) 5% dikatakan diterima apabila nilai *p-value* $< 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 yang menguji pengaruh langsung Konservatisme akuntansi terhadap Nilai uang tunai, diketahui nilai *p-value* $0,013 < 0,05$ yang berarti Konservatisme akuntansi berpengaruh positif terhadap Nilai uang tunai.

Berdasarkan hasil pengujian model hipotesis 2 dengan moderasi Masa kerja audit, diketahui nilai *p-value* $0,832 > 0,05$ yang berarti Masa kerja audit tidak memoderasi hubungan antara konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai. Hasil pengujian model hipotesis 3 dengan moderasi Ukuran audit, diketahui nilai *p-value* $0,910 > 0,05$ yang berarti ukuran Audit tidak memoderasi hubungan antara konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai. Hasil pengujian model hipotesis 4 dengan moderasi Opini audit, diketahui nilai *p-value* $0,496 > 0,05$ yang berarti Opini audit tidak memoderasi hubungan antara Konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai. Hasil pengujian model hipotesis 5 dengan moderasi struktur kepemilikan institusional, diketahui nilai *p-value* $0,077 > 0,05$ yang berarti Struktur kepemilikan institusional tidak memoderasi hubungan antara Konservatisme akuntansi dan Nilai uang tunai.

PEMBAHASAN

Hubungan antara Konservatisme Akuntansi dan Nilai Uang Tunai

Berdasarkan perolehan hasil uji hipotesis pada tabel 2 diatas, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima H_0 ditolak. Hasil ini diperkuat dengan adanya hasil penelitian Manoel & Moraes (2021) dimana Konservatisme akuntansi berpengaruh positif terhadap kepemilikan nilai uang tunai. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan metode pelaporan keuangan yang lebih konservatif memiliki tingkat kepemilikan nilai uang tunai yang lebih tinggi. Konservatisme akuntansi merupakan faktor yang relevan dalam menentukan tingkat kepemilikan nilai uang tunai dan penggunaan kas yang lebih efisien. Hal ini juga menunjukkan bahwa Konservatisme akuntansi mampu mengurangi sebagian dari masalah keagenan yang terkait dengan kepemilikan nilai uang tunai dikarenakan manajer memiliki kesempatan yang lebih kecil untuk mengambil alih nilai uang tunai demi menguntungkan dirinya sendiri (Manoel & Moraes, 2021).

Hubungan antara Masa Kerja Audit, Konservatisme Akuntansi, dan Nilai Uang Tunai

Berdasarkan perolehan hasil uji hipotesis pada tabel 2 diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_2 ditolak H_0 diterima. Hal ini menunjukkan Masa kerja audit tidak memoderasi hubungan antara Konservatisme akuntansi dan Nilai uang tunai. Hasil ini diperkuat dengan adanya hasil penelitian Auliyah et al. (2022) dimana Masa kerja audit tidak berpengaruh terhadap Konservatisme akuntansi. Hal ini mengartikan bahwa lamanya hubungan auditor dengan auditee dalam mengaudit perusahaan tidak mempengaruhi hubungan antara Konservatisme akuntansi dan Nilai uang tunai. Karena tidak ada pengaruh moderasi Masa kerja audit sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Konservatisme akuntansi dan Nilai uang tunai tidak terganggu dengan lamanya jangka waktu hubungan auditor dengan auditee.

Hubungan antara Ukuran Audit, Konservatisme Akuntansi, dan Nilai Uang Tunai

Berdasarkan perolehan hasil uji hipotesis pada tabel 2 diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_3 ditolak H_0 diterima. Hal ini membuktikan Ukuran audit tidak memoderasi hubungan antara Konservatisme akuntansi dan Nilai uang tunai. Hal ini dapat diartikan bahwa keandalan laporan keuangan tergantung pada kinerja manajernya, dimana laporan keuangan perusahaan ESG disusun oleh pihak-pihak yang ahli dibidangnya sehingga sangat rendah potensi untuk melakukan kecurangan. Karena tidak ada pengaruh moderasi Ukuran audit sehingga dapat disimpulkan bahwa keberadaan Ukuran audit hanya sebatas

meyakinkan pengguna laporan keuangan bahwasanya laporan keuangan sudah di audit oleh auditor eksternal.

Hubungan antara Opini Audit, Konservatisme Akuntansi, dan Nilai Uang Tunai

Berdasarkan perolehan hasil uji hipotesis pada tabel 2 di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_4 ditolak H_0 diterima. Hal ini membuktikan Opini audit tidak memoderasi hubungan antara Konservatisme akuntansi dan Nilai uang tunai. Hal ini dapat diartikan bahwa hubungan antara Konservatisme akuntansi dan Nilai uang tunai tidak terganggu dengan adanya opini audit yang diberikan oleh auditor independen.

Hubungan antara Struktur Kepemilikan Institusional, Konservatisme Akuntansi, dan Nilai Uang Tunai

Berdasarkan perolehan hasil uji hipotesis pada tabel 2 di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa H_5 ditolak H_0 diterima. Hal ini membuktikan Struktur kepemilikan institusional tidak memoderasi hubungan antara Konservatisme akuntansi dan Nilai uang tunai. Penelitian ini diperkuat dengan adanya hasil penelitian Senjaya & Yadnyana (2016) dimana Struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap kepemilikan Nilai uang tunai. Hal ini dapat diartikan bahwa Struktur kepemilikan institusional tidak terlibat langsung dalam aktivitas internal perusahaan seperti kebijakan penerapan Konservatisme akuntansi yang akan berpengaruh terhadap kepemilikan Nilai uang tunai.

PENUTUP

Berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, diantaranya : (1) Konservatisme akuntansi berpengaruh positif terhadap nilai uang tunai. (2) Masa kerja audit tidak memoderasi hubungan konservatisme akuntansi terhadap nilai uang tunai. (3) Ukuran audit tidak memoderasi hubungan konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai. (4) Opini audit tidak memoderasi hubungan konservatisme akuntansi dan nilai uang tunai. (5) Struktur kepemilikan institusional tidak memoderasi hubungan konservatisme dan nilai uang tunai.

Keterbatasan penelitian ini adalah titik fokus industri yang menjadi objek penelitian hanya berfokus pada perusahaan non utilitas dan non keuangan yang tergabung dalam indeks *ESG Leaders* Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021, sehingga hasil penelitian tidak dapat diabstraksi terhadap semua perusahaan yang memiliki karakteristik yang berbeda. Selanjutnya faktor-faktor yang dijelaskan dalam penelitian ini belum sepenuhnya dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap nilai uang tunai.

Saran untuk peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menggunakan pengukuran konservatisme akuntansi yang berbeda dari penelitian ini, seperti menggunakan metode nilai buku atau nilai aset persaham. Peneliti juga dapat menambahkan proksi tata kelola perusahaan lainnya misalnya komisaris independen dan kepemilikan manajerial.

Bagi manajerial, sebaiknya pihak manajemen perusahaan dapat menggunakan kebijakan yang tepat dalam mengelola kepemilikan nilai uang tunainya guna meningkatkan proyeksi arus kas di masa depan. Selain itu, bagi auditor independen, sebaiknya melakukan pengawasan yang efektif terhadap metode pelaporan keuangan yang digunakan oleh *auditee* sehingga dapat meningkatkan kualitas audit yang akan mempengaruhi kepemilikan nilai uang tunai.

DAFTAR PUSTAKA

- Agasha, E., & Monametsi, G. L. (2020). Audit Quality and Firm Performance: Evidence from Botswana and Uganda. *Journal Of Accounting, Finance and Auditing Studies (JAFAS)*, 6(4), 79–95. <https://doi.org/10.32602/jafas.2020.029>
- Ahmed, A. S., & Duellman, S. (2007). Accounting conservatism and board of director characteristics: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Economics*, 43(2–3), 411–437. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2007.01.005>
- Akono, H. (2020). Audit firm tenure and perceived audit quality: evidence from CEO incentive contracts. *Review of Accounting and Finance*, 19(3), 313–337. <https://doi.org/10.1108/RAF-07-2018-0139>

- Alhadab, M., & Clacher, I. (2018). The impact of audit quality on real and accrual earnings management around IPOs. *The British Accounting Review*, 50(4), 442–461. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2017.12.003>
- Alkurdi, A., Al-Nimer, M., & Dabaghia, M. (2017). Accounting Conservatism and Ownership Structure Effect: Evidence from Industrial and Financial Jordanian Listed Companies. *International Journal of Economic Economics and Financial Issues*, 5(2), 153–169. <https://doi.org/10.5890/JEAM.2017.06.007>
- Almarayeh, T. S., Aibar-Guzmán, B., & Abdullatif, M. (2020). Does audit quality influence earnings management in emerging markets? Evidence from Jordan. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 23(1), 64–74. <https://doi.org/10.6018/rcsar.365091>
- Alsmady, A. A. (2022). Quality of financial reporting, external audit, earnings power and companies performance: The case of Gulf Corporate Council Countries. *Research in Globalization*.
- Altunbas, Y., Liu, M. H., Molyneux, P., & Seth, R. (2000). Efficiency and risk in Japanese banking. *Journal of Banking and Finance*, 24(10), 1605–1628. [https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(99)00095-3)
- Asiriwuwa, O., Akperi, R. T., Uwuigbe, O. R., Uwuigbe, U., Nassar, L., Ilogho, S., & Eriabe, S. (2019). Ownerships Structures and Accounting Conservatism among Nigeria Listed Firms. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 331(1), 1–15. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/331/1/012056>
- Auliyah, A. H. F., Fitriyani, D., & Herawaty, N. (2022). Analisis Pengaruh Ukuran KAP, Audit Tenure, Audit Fee dan Independensi Auditor Terhadap Integritas Laporan Keuangan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(1), 272. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i1.2012>
- Averio, T. (2020). The analysis of influencing factors on the going concern audit opinion – a study in manufacturing firms in Indonesia. *Asian Journal of Accounting Research*, 6(2), 152–164. <https://doi.org/10.1108/AJAR-09-2020-0078>
- Azinfar, K., & Shiraseb, Z. (2016). An investigation into the impact of ownership structure on the level of cash holdings in the companies accepted in Tehran Stock Exchange Market. *Marketing and Branding Research*, 3(2), 194–205. <https://doi.org/10.33844/mbr.2016.60223>
- Ball, R., & Shivakumar, L. (2006). The Role of Accruals in Asymmetrically Timely Gain and Loss Recognition. *Journal of Accounting Research*, 44(2), 207–242. <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2006.00198.x>
- Bates, T. W., Chang, C. H., & Chi, J. D. (2018). Why Has the Value of Cash Increased Over Time? *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 53(2), 749–787. <https://doi.org/10.1017/S002210901700117X>
- Brown, S., Hillegeist, S. A., & Lo, K. (2004). Conference calls and information asymmetry. *Journal of Accounting and Economics*, 37(3), 343–366. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2004.02.001>
- Buallay, A. (2019). Corporate governance, Sharia'ah governance and performance: A cross-country comparison in MENA region. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(2), 216–235. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-07-2017-0172>
- Chi, W., Liu, C., & Wang, T. (2009). What affects accounting conservatism: A corporate governance perspective. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 5(1), 47–59. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2009.06.001>
- Choi, H., & Ryu, H. (2021). Corporate social responsibility and the value of cash holdings: Evidence from the Korean stock market. *Sustainability (Switzerland)*, 13(22), 1–12. <https://doi.org/10.3390/su132212689>
- Danial, M., Yuli, R., & Haryono, A. (2015). Peranan Manajemen Kas Terhadap Persediaan Kas. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 3.
- Daryaei, A. A., Fattahi, Y., Hasani, R., & Sadeqi, H. (2020). Value of cash and accounting

- conservatism: The role of audit quality and firm growth. *Cogent Economics and Finance*, 8(1), 1–24. <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1816281>
- DeFond, M., & Zhang, J. (2014). A review of archival auditing research. *Journal of Accounting and Economics*, 58(2–3), 275–326. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2014.09.002>
- Deltas, G., & Doogar, R. (2004). *Product and cost differentiation by large audit firms*.
- Dionisijev, I., & Lazarevska, Z. B. (2021). *The Audit Opinion In The Role Of Stock Prices Fluctuations On The Macedonian Stock Exchange*. 29–44.
- Dittmar, A., Mahrt-smith, J., & Servaes, H. (2003). International Corporate Governance and Corporate Cash Holdings. *Journal Of Financial And Quantitative Analysis*, 38(1), 111–133.
- Dittmar, A., & Smith, J. M. (2007). Corporate governance and the value of cash holdings. *Journal of Financial Economics*, 83(3), 599–634. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2005.12.006>
- Eisenhardt, M. (2010). *Agency Theory : and Assessment Review*. 14(1), 57–74.
- Eyenubo, S. A., Mohamed, M., & Ali, M. (2017). The Effect of Audit Tenure and Financial Reporting Quality in Nigeria Listed Companies. *Asian Journal of Applied Science and Technology (AJAST)*, 1(9), 113–120.
- Fazlzadeh, A., Hendi, A. T., & Mahboubi, K. (2011). The Examination of the Effect of Ownership Structure on Firm Performance in Listed Firms of Tehran Stock Exchange Based on the Type of the Industry. *International Journal of Business and Management*, 6(3), 249–266. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n3p249>
- Ferreira, M. A., & Vilela, A. S. (2004). Why do firms hold cash? Evidence from EMU countries. *European Financial Management*, 10(2), 295–319. <https://doi.org/10.1111/j.1354-7798.2004.00251.x>
- Foroghi, D., Amiri, H., & Fallah, Z. N. (2013). Corporate Governance and Conservatism. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance & Management Sciences*, 3(4), 61–71. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v3-i4/308>
- Francis, J. R., & Martin, X. (2010). Acquisition profitability and timely loss recognition. *Journal of Accounting and Economics*, 49(1–2), 161–178. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2009.09.003>
- Frésard Laurent, L., & Salva, C. (2010). The value of excess cash and corporate governance: Evidence from US cross-listings. *Journal of Financial Economics*, 98(2), 359–384. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2010.04.004>
- Fuerman, R. D. (2012). Auditors and the post-2002 litigation environment. *Research in Accounting Regulation*, 24(1), 40–44. <https://doi.org/10.1016/j.racreg.2011.12.005>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, (Sembilan)* (Issue September). Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Goddard, J., Liu, H., Molyneux, P., & Wilson, J. O. S. (2011). The persistence of bank profit. *Journal of Banking and Finance*, 35(11), 2881–2890. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2011.03.015>
- Guizani, M. (2017). The financial determinants of corporate cash holdings in an oil rich country: Evidence from Kingdom of Saudi Arabia. *Borsa Istanbul Review*, 17(3), 133–143. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.05.003>
- Hajawiyah, A., Wahyudin, A., Kiswanto, Sakinah, & Pahala, I. (2020). The effect of good corporate governance mechanisms on accounting conservatism with leverage as a moderating variable. *Cogent Business and Management*, 7(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1779479>
- Halim, A., Sutrisno, T., & Achsin, M. (2014). Effect of Competence and Auditor Independence on Audit Quality with Audit Time Budget and Professional Commitment as a Moderation Variable. *Internaional Journal of Business and Management Invention*, 3(6), 64–74.
- Halim, E., & Rosyid, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Cash Holding Perusahaan Consumer Goods Industry. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(3), 1380.

- <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i3.9566>
- Hartadi, B. (2012). Pengaruh Fee Audit, Rotasi Kap, Dan Reputasi Auditor Terhadap Kualitas Audit Di Bursa Efek Indonesia. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 16(1), 84. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2012.v16.i1.2315>
- Heninger, W. G. (2005). The Association Between Auditor Litigation and Abnormal Accruals. *SSRN Electronic Journal*, September. <https://doi.org/10.2139/ssrn.255572>
- Hogan, W. P. (1997). Corporate governance: Lessons from barings. *Abacus*, 33(1), 26–48. <https://doi.org/10.1111/1467-6281.00002>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 72(10), 305–360. <https://doi.org/10.1177/0018726718812602>
- Ji, X. dong, Lu, W., & Qu, W. (2018). Internal control risk and audit fees: Evidence from China. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 14(3), 266–287. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2018.07.002>
- Kahle, M. I. M., Wang, L., & Wu, J. (2014). (2018). Board structure: An empirical study of firms in Anglo-American governance environments. *The Eletronic Library*, 34(1), 1–5.
- Kirimi, P. N., Kariuki, S. N., & Ocharo, K. N. (2022). Ownership structure and financial performance: Evidence from Kenyan commercial banks. *PLOS ONE*, 17(5 May), 1–21. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0268301>
- Knechel. (2019). Audit Lessons from the Economic Crisis: Rethinking Audit Quality. *Audit Lessons from the Economic Crisis: Rethinking Audit Quality*. <https://doi.org/10.26481/spe.20090911rk>
- Kwon, Y. K. (2005). Accounting conservatism and managerial incentives. *Management Science*, 51(11), 1626–1632. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1050.0417>
- Lara, J. M. G., Osma, B. G., & Penalva, F. (2009). Accounting conservatism and corporate governance. *Review of Accounting Studies*, 14(1), 161–201. <https://doi.org/10.1007/s11142-007-9060-1>
- Lee, T. (2014). Costs of Equity and Accounting Conservatism : A Real Options Approach. *University of Auckland Business School*.
- Lin, C. M., Chan, M. L., Chien, I. H., & Li, K. H. (2018). The relationship between cash value and accounting conservatism: The role of controlling shareholders. *International Review of Economics and Finance*, 55(July 2017), 233–245. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2017.07.017>
- Lin, & Hwang, M. I. (2010). Audit Quality, Corporate Governance, and Earnings Management: A Meta-Analysis. *International Journal of Auditing*, 14(1), 57–77. <https://doi.org/10.1111/j.1099-1123.2009.00403.x>
- Lin, Y. R., & Fu, X. M. (2017). Does institutional ownership influence firm performance? Evidence from China. *International Review of Economics and Finance*, 49(March 2016), 17–57. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2017.01.021>
- Louis, H., Sun, A. X., & Urcan, O. (2012). Value of Cash Holdings and Accounting Conservatism. *Contemporary Accounting Research*, 29(4), 1249–1271. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2011.01149.x>
- Manoel, A. A. S., & Moraes, M. B. da C. (2021). Accounting conservatism and corporate cash levels: Empirical evidence from Latin America. *Corporate Governance: An International Review*, 30(3), 335–353. <https://doi.org/10.1111/corg.12403>
- Manoel, A. A. S., & Moraes, M. B. da C. (2022). Accounting Conservatism and the Market Value of Cash Holdings in Brazil. *Revista Brasileira de Gestao de Negocios*, 24(2), 383–399. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v24i2.4182>
- Mareque, M., Rivo-López, E., Villanueva-Villar, M., & Lago-Peñas, S. (2019). Audit Opinions: Are They Really Different for Family Businesses? *SAGE Open*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/2158244019856725>
- Martani, D., Rahmah, N. A., Fitriany, F., & Anggraita, V. (2021). Impact of audit tenure and audit rotation on the audit quality: Big 4 vs non big 4. *Cogent Economics and Finance*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2021.1901395>

- Masulis, R. W., Wang, C., & Xie, F. (2009). Agency problems at dual-class companies. *Journal of Finance*, 64(4), 1697–1727. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2009.01477.x>
- Mia, O. H. (2022). Analisis Pengaruh Firm Size, Struktur Kepemilikan Manajerial, Dan Leverage, Terhadap Konservatisme Akuntansi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal FinAcc*, 5(3), 248–253.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. M. (1963). American Economic Association Corporate Income Taxes and the Cost of Capital : A Correction. *American Economic Review*, 53(3), 433–443.
http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Clni3oHnprEC&oi=fnd&pg=PA73&dq=Corporate+income+taxes+and+the+cost+of+capital:+a+correction.&ots=yshEqnotBe&sig=1DqjlwN5BMLbgGr_hWfrrdWhKSA
- Myers, J., Myers, L., & Omer, T. (2003). Exploring the term of the auditor-client relationship and the quality of earn ... *The Accounting Review*, 78(3), 779–799.
- Nurintiati, A. A., & Purwanto, A. (2017). Pengaruh Tenure KAP, Ukuran KAP, Spesialisasi Auditor Dan Audit Fee Terhadap Kualitas Audit dengan Moderasi Komite Audit. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 6(3), 1–13.
- Oktaviana, I. R. O., & Karnawati, Y. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Opini Audit Tahun Sebelumnya Terhadap Opini Audit Going Concern. *JCA Ekonomi*, 1(1), 1–11. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/58>
- Pinkowitz, L., & Williamson, R. (2007). What is the Market Value of a Dollar of Corporate Cash? *Journal of Applied Corporate Finance*, 19(3), 74–81. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6622.2007.00148.x>
- Ramadhan, Y., Endrik, Sudarwan, & Sugandi, G. (2020). Prudence in Quality of Financial Statements. *Talent Development & Excellence*, 12(1), 2395–2403. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=s3h&AN=144307331&lang=ja&site=ehost-live>
- Ramalingegowda, S., & Yu, Y. (2012). Institutional ownership and conservatism. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1–2), 98–114. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2011.06.004>
- Reskika, N., & Ickhsanto Wahyudi. (2021). the Effect of Company Size, Profitability, Audit Committee on Audit Delay With Public Accounting Firm Size As Moderating Variables. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 418–441. <https://doi.org/10.30606/hirarki.v3i3.1430>
- Ridha, A., Wahyuni, D., & Sari, D. M. S. (2019). Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Profitabilitas Terhadap Cash Holding Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Terindeks Lq45 Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 135–150. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i2.1618>
- Ruch, G. W., & Taylor, G. (2015). Accounting conservatism: A review of the literature. *Journal of Accounting Literature*, 34, 17–38. <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2015.02.001>
- Salehi, M., & Dashtbayaz, M. L. (2019). The Mediating Effect of External Audit Quality on the Relationship Between Corporate Governance and Creative Accounting. *International Journal of Financial Research*, 12(1), 149. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v12n1p149>
- Salehi, M., Fakhri Mahmoudi, M. R., & Daemi Gah, A. (2019). A meta-analysis approach for determinants of effective factors on audit quality: Evidence from emerging market. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 9(2), 287–312. <https://doi.org/10.1108/JAEE-03-2018-0025>
- Sari, D. P. K., Sintha, L., Bertuah, E., & Munandar, A. (2022). The Influence of Ownership Structure, Capital Structure, Dividends, and Auditors on Firm Performance. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 5(2), 51–59.
- Senjaya, S. Y., & Yadnyana, I. K. (2016). Analisis Pengaruh Investment Opportunity Set, Cash Conversion Cycle, dan Corporate Governance Structure Terhadap Cash

- Holdings*, 8, 2549–2578.
- Shehata, N. F. (2014). Theories and Determinants of Voluntary Disclosure. *Accounting and Finance Research*, 3(1), 18–26. <https://doi.org/10.5430/afr.v3n1p18>
- Shen, Y., & Ruan, Q. (2022). Accounting Conservatism, R&D Manipulation, and Corporate Innovation: Evidence from China. *Sustainability*, 14(15), 9048. <https://doi.org/10.3390/su14159048>
- Shikimi, M. (2019). Bank relationships and corporate cash holdings. *Pacific Basin Finance Journal*, 57, 101185. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2019.101185>
- Smith, A., Tennent, K. D., & Russell, J. (2018). The Modern Corporation and Private Property: The Military Roots of a Stakeholder Model of Corporate Governance. *Seattle University Law Review*, 42(2).
- Subramaniam, V., Tang, T. T., Yue, H., & Zhou, X. (2011). Firm structure and corporate cash holdings. *Journal of Corporate Finance*, 17(3), 759–773. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2010.06.002>
- Susanti, R., & Mildawati, T. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan institusional dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 64–71.
- Wahyuningsih, D. (2020). Pengaruh Struktur Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Dan Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(2), 287–302. <https://doi.org/10.25105/jat.v7i2.6254>
- Wang, J., & Liang, G. (2022). Regional Investment Preferences and Corporate Cash Holdings: Evidence from China. *Sustainability (Switzerland)*, 14(23). <https://doi.org/10.3390/su142316007>
- Watts, R. L. (2003). Conservatism In Accounting Part I: Explanations and Implications. *Accounting Horizons*, 17(4), 287–301. <https://doi.org/10.2308/acch.2003.17.4.287>
- Weidemann, J. F. (2016). The Determinants of Cash Holdings: Evidence from Meta-Regression Analysis. *In Proceedings EFMA 2016 Conference, February 2016*.
- Xia, D., & Zhu, S. (2009). Corporate Governance and Accounting Conservatism in China. *China Journal of Accounting Research*, 2(2), 81–108. [https://doi.org/10.1016/s1755-3091\(13\)60015-5](https://doi.org/10.1016/s1755-3091(13)60015-5)
- Yanto, Y., & Almunawaroh, S. W. (2019). Analisis Auditor switching Secara Voluntary yang dipengaruhi oleh Opini Audit, Pergantian Manajemen, Financial Distress, Audit Delay pada Perusahaan Manufaktur *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 3, 65–79. <https://journal.unisnu.ac.id/jra/article/view/134%0Ahttps://journal.unisnu.ac.id/jra/article/download/134/80>

PENGARUH SEKTOR PARIWISATA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KOTA PALOPO

Hasriadi¹, Muh Yusuf Qamaruddin², Widyawanti Rajiman³

Universitas Muhammadiyah Palopo

Alamat e-mail: hasriadibangsala@gmail.com

ABSTRACT

The tourism sector is one of the most potential resources for economic development in a region or even a country. The tourism sector is a potential leading sector in Palopo City, as evidenced by the various tourist attractions in Palopo City. This study seeks to see how the influence of the tourism sector on economic growth in Palopo City. This research was conducted in Palopo City. The type of data used is a time series from 2011 to 2021, which comes from the Palopo City Tourism Office, the Central Bureau of Statistics and books. Data analysis technique uses Simple Regression with Statistical Packages For Social Science (SPSS). The results of this study indicate that the tourism sector has no effect and is not significant on economic growth in Palopo City by concluding that economic growth can be seen from several aspects not only in the tourism sector.

Keywords: tourism sector, economic growth

ABSTRAK

Sektor dalam bidang pariwisata merupakan salah satu sumber daya yang paling potensial dalam pembangunan ekonomi dalam suatu daerah bahkan negara. Sektora pariwisata merupakan sektor unggulan yang potensial di Kota Palopo, yang dibuktikan dengan berbagai tempat wisata yang ada di Kota Palopo. Penelitian ini berusaha untuk melihat bagaimana pengaruh sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Palopo. Penelitian ini dilakukan di Kota Palopo. Jenis data yang digunakan adalah *time series* dari tahun 2011 sampai 2021, yang bersumber dari Dinas Pariwisata Kota Palopo, Badan Pusat Statistik dan buku – buku. Teknik analisis data menggunakan Regresi Sederhana dengan *Statistical Packages For Social Science* (SPSS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sector pariwisata tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Palopo dengan menyimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari beberapa aspek bukan hanya pada sector pariwisata.

Kata Kunci: sektor pariwisata, pertumbuhan ekonomi

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu Negara mencerminkan adanya kenaikan atau kemampuan suatu Negara untuk menyediakan banyak jenis barang ekonomi kepada penduduknya sehingga meningkatkan pendapatan penduduk. Pengembangan ekonomi suatu wilayah bisa dilakukan melalui pengembangan sector-sector yang memiliki potensi untuk kegiatan produksi. Suatu wilayah berkembang dilihat dari beberapa aspek antara lain aspek ekonomi, sosial, lingkungan kelembagaan dan fisik. Aspek yang paling mendukung dalam perkembangan suatu wilayah adalah aspek ekonomi. Aspek ekonomi ini dalam ekonomi wilayah dikenal dengan istilah basis ekonomi. Basis ekonomi ini penting dalam berkembangnya suatu wilayah melalui produksi sebuah wilayah baik untuk konsumsi sendiri maupun ekspor dan menjadi sumbu awal dalam efek pengganda (*multiplier effect*) bagi sector-sector lainnya. Dalam penelitian ini basis ekonomi menjadi tumpuan bagi beberapa wilayah. Sector yang menjadi basis ekonomi salah satunya adalah pariwisata (Aji et al., 2018).

Pariwisata mempunyai dampak pada perkembangan sebuah wilayah karena pariwisata secara langsung atau tidak langsung dipercaya mampu menyediakan lapangan kerja. Pariwisata menjadi salah satu sector yang mampu memberikan devisa yang besar bagi suatu Negara. Di Indonesia potensi pariwisata sangatlah besar. Setiap wilayah

memiliki keunikan tersendiri sehingga terlihat jelas bahwa potensi wisata yang ditunjukkan berbagai objek wisata di Indonesia sangat memberi keuntungan dan manfaat bagi Negara Indonesia sendiri. Dalam penelitian (Aponno, 2020) menyatakan bahwa sector pariwisata meningkatkan devisa, menciptakan lapangan kerja dan merangsang pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, di berbagai Negara mendorong untuk mengembangkan sector pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi.

Sector wisata menjadi pendukung berkembangnya kelastarian alam dan keberlanjutan serta adanya partisipasi masyarakat. Kegiatan produksi untuk pengembangan pariwisata jangka panjang yaitu menambah faktor produksi. Faktor produksi yang dimaksud yaitu skala pelayanan dan jumlah objek wisata yang dikelola sehingga memberikan keuntungan dalam jangka panjang terhadap wilayah. Dalam lingkup ekonomi wilayah, kegiatan pariwisata menjadi salah satu sector produksi yang menyumbang pendapatan wilayah baik secara langsung maupun tidak langsung (Aponno, 2020).

Penelitian saat ini banyak terfokus pada pengembangan pariwisata, karena industry saat ini tidak hanya meningkatkan devisa tetapi juga menciptakan peluang kerja bagi Negara-negara tujuan pariwisata. Pengembangan pariwisata juga memacu pertumbuhan ekonomi suatu wilayah (Yakup, 2019). Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini akan mengeksplor dan menganalisis pengaruh sector pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Palopo.

KAJIAN PUSTAKA

Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat. Pertumbuhan ekonomi menaikkan output dalam jangka panjang dan mengukur prestasi dari perkembangan suatu perekonomian dari suatu periode ke periode lainnya (Mumu, Nifel Elvis, Tri Oldy Rotinsulu, 2020).

Menurut Yakup (2019) keberhasilan suatu pembangunan diukur dari kemajuan ekonomi suatu daerah dan bahkan menjadi indikator keberhasilan pembangunan. Pertumbuhan ekonomi dinilai dari tiga macam ukuran yaitu pertumbuhan output, pertumbuhan output per pekerja dan pertumbuhan output per kapita. Pertumbuhan output dipengaruhi oleh adanya peningkatan tenaga kerja dan modal di wilayah, dan digunakan untuk menilai pertumbuhan kapasitas produksi. Pertumbuhan output per tenaga kerja merupakan indikator yang sering digunakan untuk perubahan daya saing wilayah melalui pertumbuhan produktivitas. Pertumbuhan output per kapita merupakan indikator perubahan kesejahteraan ekonomi

Sektor Pariwisata

Pariwisata berasal dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari artinya banyak, berputar-putar dan berkali-kali sedangkan wisata berarti berpergian atau perjalanan. Menurut WTCC (*World Tourism and Travel Council*) merupakan seluruh kegiatan orang yang melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain diluar lingkungan kesehariannya untuk bersantai, berlibur ataupun berbisnis dalam jangka waktu tidak lama atau tidak lebih dari satu tahun. Adapun kegiatan-kegiatan pariwisata seperti wisata kuliner, wisata budaya, wisata pendidikan, wisata kesehatan, wisata bisnis, wisata keagamaan, wisata konvensi, wisata industry, wisata politik, wisata sosial, wisata cagar alam, wisata penelitian, wisata politik, wisata sosial dan wisata petualang (Yakup, 2019).

Sektor pariwisata adalah sekumpulan unit produksi dalam industry berbeda yang menyediakan jasa atau barang yang dibutuhkan oleh pengunjung wisata. Pariwisata dapat menaikkan taraf hidup masyarakat yang tinggal dikawasan wisata dan memberikan keuntungan secara ekonomi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sector pariwisata sangat berperan dalam meningkatkan dan menunjang pembangunan nasional sekaligus merupakan faktor yang strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan devisa Negara (Wibowo et al., 2017).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya korelasi dan kontribusi pariwisata terhadap peningkatan taraf ekonomi masyarakat di suatu daerah wisata. Daerah pariwisata yang padat mampu menyerap tenaga kerja yang sangat tinggi dan meningkatkan investasi pada daerah tersebut, serta mampu meningkatkan ekonomi masyarakat dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H: Sektor pariwisata berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh berdasarkan data yang tersedia dan yang telah dipublikasikan oleh lembaga atau instansi. Jenis data yang digunakan adalah *time series* dari tahun 2011 sampai tahun 2021.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang digunakan oleh peneliti adalah Kota Palopo, Sulawesi Selatan dengan sumber data dari Dinas pariwisata Kota Palopo, Badan Pusat Statistik, Kepustakaan dan buku-buku yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi. Adapun waktu penelitian dimulai pada bulan desember tahun 2022.

Ruang Lingkup Variabel Penelitian dan Pengambilan data

Sektor Pariwisata: dalam lingkup Penyediaan Mobil dan Makan Minum, data dalam rentang waktu tahun 2011 sampai tahun 2021 di Lembaga atau instansi.

Pertumbuhan Ekonomi: dalam lingkup peningkatan produksi Nasional dan secara fisik atau dalam istilah umum yaitu peningkatan domestik bruto, data diambil dari rentang waktu tahun 2011 sampai tahun 2021 di Lembaga atau instansi.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini, bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel, serta menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dimana menurut sugiyono (2004), persamaan regresi sederhana dirumuskan sebagai berikut (Imran, 2018):

Keterangan:

Y = Pertumbuhan Ekonomi

a = Konstanta regresi sederhana

b = Koefisien regresi

X = Sektor Pariwisata

2. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji normalitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.
- b. Uji multikolinearitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen).

- c. Uji heterokedastisitas, bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan yaitu Uji Parsial (Uji t). Pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh variabel bebas (Sektor Pariwisata) terhadap variabel terikat (Pertumbuhan Ekonomi) bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai t hitung variabel bebas dengan nilai t tabel variabel terikat dengan derajat kesalahan 5% ($\alpha < 0.05$). Apabila nilai t hitung \geq t tabel, maka variable bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data sekunder, artinya data yang bersumber dari Dinas Pariwisata dan Badan Pusat Statistik (BPS). Data yang diperoleh dari tahun 2011 sampai 2021. Adapun data penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Data Penelitian

Tahun	Sektor Pariwisata	Pertumbuhan Ekonomi
2011	6,79	7,90
2012	4,25	7,00
2013	3,94	8,02
2014	8,95	7,05
2015	4,83	6,47
2016	4,62	6,95
2017	2,23	7,17
2018	1,72	7,52
2019	0,99	6,75
2020	0,40	0,45
2021	0,61	5,41

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

4.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, maka dalam penelitian ini digunakan metode uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Text* dengan ketentuan jika nilai probabilitas (*Asymp. Sig.*) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		11
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.83782673
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0.251
	Positive	0.164
	Negative	-0.251
Test Statistic		0.251
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 ^c

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai probabilitas *Asymp.Sig* (2-tailed) sebesar 0,52 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test* dalam hal ini data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandar dized Coefficient s		Standard ized Coefficie nts	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.071	0.998		5.082	0.001		
	Sektor Pariwisata	0.379	0.226	0.488	1.675	0.128	1.000	1.000

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinieritas, hal ini sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Berdasarkan outpunya nilai tolerance variable sector pariwisata sebesar 1,000 > 0,10 dan nilai VIF variabel adalah 1,000 < 0,10 yang artinya bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

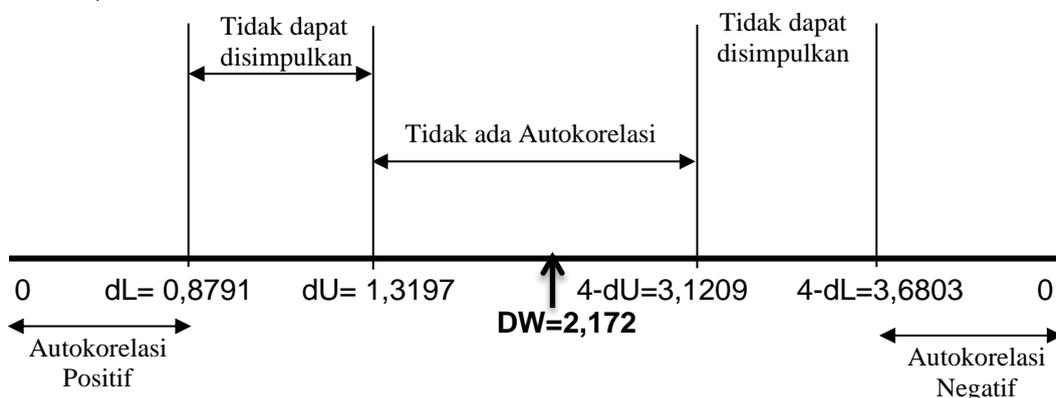
Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	.488 ^a	0.238	0.153	1.93724	2.172

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menghasilkan nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,172. Nilai tabel dengan menggunakan alpha 5% atau 0,05 dengan jumlah sampel sebanyak 10 dan jumlah variabel independent 2, maka pada tabel Durbin-Watson diperoleh $dL = 0,8791$ dan $dU = 1,3197$.



Gambar 2. Kriteria pengambilan Keputusan Autokorelasi

Berdasarkan keterangan diatas, menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 2,172 berada diantara nilai dU dan $4-dU$ yang artinya bahwa model regresi terhindar dari gejala autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	Tolerance	VIF
		B	Std. Error						
1	(Constant)	5.071	0.998		5.082	0.001			
	Sektor Pariwisata	0.379	0.226	0.488	1.675	0.128	1.000		1.000

Sumber: Hasil olah data SPSS 2023

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai signifikan (sig) variabel Sektor pariwisata (X) adalah $0,128 < 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji gletser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada sector pariwisata.

4.2 Analisis Regresi Sederhana

Tabel 6. Analisis Regresi Sederhana

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	Tolerance	VIF
		B	Std. Error						
1	(Constant)	5.071	0.998		5.082	0.001			
	Sektor Pariwisata	0.379	0.226	0.488	1.675	0.128	1.000		1.000

Sumber: Hasil olah data SPSS 2023

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas maka model untuk menguji sector pariwisata mempengaruhi pertumbuhan Ekonomi selama periode 2011-2020 adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,071 + 0,379 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi linear berganda diatas adalah nilai konstanta (a) diperoleh sebesar 5,071 artinya adalah variabel sector pariwisata berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Palopo dengan nilai konstan atau sama dengan nol (0), maka Pertumbuhan Ekonomi nilainya sebesar 5,071 (dalam persen).

4.3 Uji Hipotesis Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.488 ^a	0.238	0.153	1.93724	2.172

Sumber: Hasil olah data SPSS 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) adalah 0,238 artinya bahwa 23,8% variabel pertumbuhan ekonomi dapat dijelaskan oleh sector pariwisata sedangkan sisanya sebesar 76,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Uji Parsial (t)

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.071	0.998		5.082	0.001
	Sektor Pariwisata	0.379	0.226	0.488	1.675	0.128

Sumber: Hasil olah data SPSS 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa uji hipotesis sector pariwisata (X) terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Palopo. Berdasarkan output tabel hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai t_{Hitung} sebesar 1,675 dan nilai t_{Tabel} sebesar 1,812 sedangkan nilai signifikannya sebesar 0,128 artinya bahwa nilai $t_{Hitung} < t_{Tabel}$ dan signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variable sector pariwisata tidak berpengaruh dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Palopo.

Pembahasan

Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Berdasarkan hipotesis diatas diperoleh bahwa sector pariwisata tidak berpengaruh dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. output tabel hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai t_{Hitung} sebesar 1,675 dan nilai t_{Tabel} sebesar 1,812 sedangkan nilai signifikannya sebesar 0,128 artinya bahwa nilai $t_{Hitung} < t_{Tabel}$ dan signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variable sector pariwisata tidak berpengaruh dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Palopo.

Sektor pariwisata meliputi sektor usaha penginapan, bisnis kuliner, pelayanan perjalanan, wisata dan sebagainya. Proyeksi pertumbuhan ekonomi didasarkan pada rencana dan target pemerintah daerah, seperti target peningkatan sector pariwisata, sector ekonomi dan lain sebagainya. Pertumbuhan ekonomi ini mengalami penarunan yang sangat drastis pada tahun 2019 sebesar 0,45%. Hal ini dapat dipahami mengingat dampak pandemi menekan belanja masyarakat bahan pokok. Pandemi Covid-19 juga berdampak bagi sector pariwisata karena banyak UMKM yang mengalami penurunan pendapatan dan bahkan tutup. Tetapi sector pariwisata bukan aspek yang paling berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh sector pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Palopo maka diperoleh kesimpulan bahwa sector pariwisata tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Palopo. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari beberapa aspek bukan hanya pada sector pariwisata.

Dalam menyelesaikan penelitian ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan penelitian, oleh karena itu penulis memberikan saran kepada penelitian selanjutnya, diantaranya sebagai berikut. *Pertama* dalam penelitian masih terdapat beberapa kendala dalam pengumpulan data, dikarenakan beberapa data tidak tersedia sehingga peneliti hanya memperoleh data dari beberapa platform website yang bentuk penyajiannya masih terbatas. Oleh karena itu diharapkan, penelitian selanjutnya dapat memperoleh data yang lebih lengkap. *Kedua* apabila hendak melakukan penelitian terkait sector pariwisata dan pertumbuhan ekonomi agar menggunakan data realisasi yang mencakup Kabupaten/Kota yang menyeluruh dalam kurun waktu kurang lebih 15 tahun untuk lebih mudah melihat pengaruh yang ditimbulkan. *Ketiga* menambah indikator lain dalam penelitian seperti tingkat konsumsi masyarakat, pendapatan asli daerah, serta sektor-sektor lain yang dapat menggambarkan kondisi pertumbuhan ekonomi Kota Palopo.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, R. R., Pramono, R. W. D., & Rahmi, D. H. (2018). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Ekonomi Wilayah Di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Planoearth*, 3(2), 57. <https://doi.org/10.31764/jpe.v3i2.600>
- Aponno, C. (2020). Kontribusi Sektor Pariwisata dan Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Maluku. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(05), 111–118.
- Badan Pusat Statistik Kota Palopo. (2022). BPS Kota Palopo dalam angka, Provinsi Sulawesi Selatan. <https://palopokota.bps.go.id/publikasi.html>
- Imran, M. I. A. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 50–64.
- Mumu, Nifel Elvis, Tri Oldy Rotinsulu, dan D. S. M. E. (2020). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Penyerapan Tenaga Kerja di Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 21(2), 1–16.
- Wibowo, S., Rusmana, O., & Zuhelfa, Z. (2017). Pengembangan Ekonomi Melalui Sektor Pariwisata Tourism. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 1(2), 83–89. <https://doi.org/10.34013/jk.v1i2.13>
- Yakup, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Universitas Airlangga Surabaya*.

PENGARUH *ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE* DAN *LOCUS OF CONTROL* TERHADAP *ENTREPRENEURIAL INTENTION*

Tiktik Siti Jenab¹, Meta Arief²
Universitas Pendidikan Indonesia
tiktiksiti@upi.edu¹, metaarief@upi.edu²

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of entrepreneurial knowledge and locus of control on entrepreneurial intention. This research is a correlational study with a quantitative approach. The subjects in this study were students of SMK MedikaCom Bandung which consisted of several skill programs with a total of 476 people. The sample of this study amounted to 217 students of class XI. Data analysis in this study used SPSS 25. The result of this study indicates that entrepreneurial knowledge and locus of control have an effect on entrepreneurial intention.

Keyword: *entrepreneurial knowledge, locus of control, entrepreneurial intention*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *entrepreneurial knowledge* dan *locus of control* terhadap *entrepreneurial intention*. Penelitian ini ialah studi korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Subjek pada penelitian ini merupakan siswa SMK MedikaCom Bandung yang terdiri dari beberapa program keahlian dengan total 476 orang. Sampel penelitian ini berjumlah 217 siswa kelas XI. Analisis data penelitian ini menggunakan SPSS 25. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial knowledge* dan juga *locus of control* berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*.

Kata kunci: *entrepreneurial knowledge, locus of control, entrepreneurial intention*

PENDAHULUAN

Berbagai kalangan meyakini bahwa salah satu cara untuk menjadi negara yang maju dalam hal ekonomi ialah memiliki jumlah *entrepreneur* unggul dan kreatif dan mampu berdaya saing dengan bangsa lain. Tentunya hadirnya revolusi industri 4.0 ini menimbulkan kemajuan terus-menerus dan telah menghasilkan perubahan drastis dalam berbagai profesi salah satunya *entrepreneur* (Kumar et al., 2019). Revolusi industri telah mengubah cara kerja manusia menjadi otomatisasi maupun digitalisasi melalui inovasi-inovasi. Para pelaku usaha mempunyai peran sebagai entitas organisasi dan secara aktif memiliki visi dalam meraih keuntungan sehingga para *entrepreneur* akan mendapatkan kesuksesan yang lebih (Suwardana, 2018).

Saat ini memang permasalahan yang dihadapi Indonesia adalah mengenai masih rendahnya *entrepreneurship intention* pada berbagai kalangan utamanya kalangan terdidik baik itu pada diri mahasiswa maupun siswa (Ács et al., 2019). Hal ini dikarenakan mereka tidak mau mengambil risiko, takut gagal, tidak memiliki modal dan lebih menyukai bekerja pada orang lain daripada membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain ataupun menjadi seorang wirausaha (Wijaya, Nurhadi, & Kuncoro, 2015). Maka dengan demikian meningkatkan jiwa *entrepreneurial intention* merupakan suatu yang perlu identifikasi dan ditindaklanjuti. Negara yang memiliki tingkat wirausaha yang tinggi tentunya akan memiliki tatanan ekonomi yang kuat, dengan kekuatan wirausaha yang kuat akan membuat negara tersebut mampu berdaya saing dengan negara lain (Riki Yakub Pirdaus, Hari Mulyadi, 2022).

Upaya menumbuhkan *Entrepreneurial Intention* dikalangan siswa merupakan salah satu bentuk keberhasilan perguruan tinggi dalam upaya membantu pemerintah untuk mengurangi pengangguran (Savitri, 2015). Rendahnya *entrepreneurial intention* pada kalangan terdidik inilah harus terus ditingkatkan karena mereka memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses dan handal (Bygrave, W., &

Zacharakis, 2017). Kalangan terdidik yang paling memungkinkan untuk diperdalam menjadi seorang wirausaha ialah siswa SMK. SMK sendiri tentunya memiliki program keahlian yang sangat beragam dimana siswa harus menguasai keterampilan dan kreativitas. Maka dengan demikian siswa SMK memiliki keunggulan tersendiri dalam hal kreativitas menjadi seorang wirausaha dibandingkan siswa SMA.

Pada kenyataannya banyak lulusan SMK yang belum siap bekerja dan menjadi pengangguran, beberapa di antaranya lebih senang menjadi pegawai atau buruh dan hanya sedikit sekali yang tertarik untuk berwirausaha (Wijaya et al, 2015). Jumlah pengangguran pada tingkat lulusan SMK menjadi sorotan terlebih lulusan tersebut belum bisa memaksimalkan potensi yang dimiliki sehingga mengalami kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan (Syaifudin & Sagoro, 2017). Setiap lulusan SMK memiliki keunggulan tersendiri yaitu keterampilan berwirausaha yang dipelajarinya mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan (Kasih, 2013). Meningkatkan *entrepreneurial intention* pada diri siswa tentunya memang yang paling besar dapat ditumbuhkan melalui faktor internal. Setiap siswa tentunya memiliki *entrepreneurial knowledge* dan juga *locus of control* pada diri.

Entrepreneurial Knowledge di SMK tentunya akan mampu dihadirkan melalui berbagai hal diantaranya pendidikan akan kesadaran berwirausaha, pendidikan untuk *start up*, pendidikan dinamika kewirausahaan, dan pendidikan berkelanjutan bagi wirausaha (Hoque et al., 2017). *Entrepreneurial Knowledge* yang dibangun pada diri siswa sendiri bangun agar para siswa dapat menumbuhkembangkan inovasi, keterampilan, dan nilai-nilai yang diperlukan untuk mengatur dan memulai usaha baru pasca mereka lulus dari SMK (Doğan, 2015). pemanfaatan potensi yang dimiliki siswa tentunya harus dibarengi dengan pengetahuan kewirausahaan yang mumpuni. Menjadi seorang wirausaha juga dituntut untuk memiliki *locus of control* yang baik. Menjadi seorang wirausaha yang handal dan dapat berdaya saing tentunya harus memiliki mental dan ketahanan yang kuat. Siswa yang memiliki *locus of control* yang mumpuni tentunya akan berpeluang menjadi wirausaha yang sukses (Usman & Simare Mare, 2020). Maka dengan demikian dalam menumbuhkembangkan minat berwirausaha siswa SMK diperlukan telaah lebih mendalam mengenai peran *entrepreneurial knowledge* dan *locus of control*.

LANDASAB TEORI

Setiap siswa SMK tentunya memiliki pengetahuan dalam berbagai hal termasuk dalam bidang kewirausahaan yang didapat berdasarkan pengalaman pembelajaran di sekolah maupun dalam kehidupan mereka. Pengetahuan memiliki setidaknya enam level tingkatan pengetahuan diantaranya kemampuan untuk mengetahui, kemampuan untuk memahami, kemampuan untuk mengaplikasi, kemampuan untuk menganalisis, kemampuan untuk mensintesis, dan kemampuan untuk mengevaluasi (Notoatmodjo . S, 2003). *Entrepreneurial Knowledge* merupakan ilmu yang dimiliki individu akan segala hal yang diketahui dan dikuasai tentang wirausaha ataupun berbisnis. *Entrepreneurial Knowledge* mampu menghadirkan sebuah inovasi dan juga keberlanjutan suksesnya sebuah ekonomi di tataran wirausaha bahkan tatanan negara (Authors, 2006). Menjadi seorang wirausaha memanglah tidaklah mudah sehingga diperlakukan kecakapan dalam berwirausaha yang didasari oleh *entrepreneurial knowledge* yang kuat (Widding, 2005).

Entrepreneurial Knowledge memiliki dua kategori pengetahuan secara umum yaitu 1) pengetahuan kewirausahaan yang berorientasi pada fungsional meliputi penjualan, pemasaran, produksi, manajemen SDM, dan manajemen keuangan. kedua adalah pengetahuan yang berorientasi pada manajemen strategis. 2) pengetahuan kewirausahaan yang berorientasi pada manajemen meliputi strategi dan analisis persaingan bisnis, mengelola pertumbuhan, eksploitasi, eksplorasi peluang serta evaluasi lingkungan bisnis (Roxas et al., 2009). Setelah memiliki *entrepreneurial knowledge* siswa juga harus memiliki *locus of control* yang memadai juga pada dirinya.

Locus of control ialah suatu bagian yang terdapat pada diri atau *personal trait* yang masuk dalam bagian faktor personal (Roy, R., Akhtar, F., & Das, 2017). Setiap individu tentunya memiliki kendali atas apa yang dilaksanakan dalam hidup dengan berbagai

pertimbangan atas apa yang dikehendakinya. *Locus of control* ini terdiri dari dua bagian yaitu *locus of control internal* dan *locus of control eksternal*. *Locus of control internal* ialah keyakinan bahwa individu merupakan pemegang kendali atas peristiwa yang dihadapi dirinya, sedangkan *locus of control eksternal* merupakan suatu keyakinan individu bahwa apa yang terjadi atas dirinya dapat dipengaruhi oleh faktor dari luar diri mereka (Wang, D., Wang, L., & Chen, 2018).

Locus of control tentunya dimiliki oleh setiap siswa SMK. Pengendalian akan diri dirasa sangat diperlukan dalam menciptakan seorang wirausaha yang handal. *Locus of control* maupun *entrepreneurial knowledge* tentunya sangat amat dibutuhkan dalam menciptakan minat wirausaha pada setiap individu siswa SMK. Maka berdasarkan paparan permasalahan yang telah disajikan penelitian ini akan menguji bagaimana pengaruh pendidikan kewirausahaan dan juga orientasi kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penggunaan angket. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan juga variabel terikat. Untuk variabel bebas pada penelitian ini ialah *entrepreneurial knowledge* dan juga *locf control*. Sedangkan untuk variabel terikat pada penelitian ini ialah *entrepreneurial intention*. Penelitian ini bertempat di SMK MedikaCom Bandung Jawa Barat dengan subjek penelitian kelas XI. Kelas XI sendiri terdiri dari berbagai program keahlian yaitu akuntansi keuangan lembaga, farmasi klinis dan komunitas, rekayasa perangkat lunak, tata boga, teknik dan bisnis seepeda motor, teknik kendaraan ringan otomotif, teknik komputer jaringan, teknik pemesinan. Pada penelitian ini pengolahan data dan analisis data menggunakan SPSS 25. Sedangkan perhitungan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Berikut merupakan perhitungan sampel pada penelitian ini.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Presentasi kelonggaran ketidaktelitian yang masih dapat ditolerir dalam pengambilan sampel.

Pada penelitian ini ditetapkan e adalah 5% sedangkan N adalah 476. Jadi minimal sampel yang diambil peneliti adalah :

$$n = \frac{476}{1 + 476 (0,05)^2} = 217,35 \text{ namun dibulatkan menjadi } 217 \text{ siswa}$$

Maka sampel dari penelitian ini berjumlah 217 siswa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pada penelitian ini menunjukkan responden penelitian berjumlah 217 siswa dengan total 80 siswa laki-laki dan siswa perempuan berjumlah 137 siswa. Berikut ini merupakan deskripsi hasil dari tingkat *entrepreneurial knowledge* siswa SMK MedikaCom Bandung.

1. Tabel 1 Tingkat *Entrepreneurial Knowledge*

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	2	0,92%
Rendah	25	11,52%
Sedang	34	15,67%
Tinggi	120	55,29%
Sangat Tinggi	36	16,60%
Total	217	100%

Berdasarkan data pada Tabel 1 bahwa siswa SMK MedikaCom Bandung memiliki tingkat *entrepreneurial knowledge* yang termasuk kategori sangat rendah sebesar 0,92% dengan jumlah 2 siswa, termasuk kategori rendah sebesar 11,52% dengan jumlah 25 siswa, termasuk kategori sedang sebesar 15,67% dengan jumlah 34 siswa, termasuk kategori tinggi sebesar 55,29% dengan jumlah 120 siswa, dan termasuk kategori sangat tinggi sebesar 16,6% dengan jumlah 36 siswa. Merujuk hasil analisis dan pengolahan data maka mayoritas siswa SMK MedikaCom memiliki *entrepreneurial knowledge* tinggi. sedangkan berikut ini merupakan deskripsi hasil dari tingkat *locus of control* siswa SMK MedikaCom Bandung.

Tabel 2 Tingkat *Locus Of Control*

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	3	1,38%
Rendah	15	6,91%
Sedang	27	12,44%
Tinggi	135	62,21%
Sangat Tinggi	40	17,06%
Total	217	100%

Berdasarkan data pada Tabel 2 bahwa siswa SMK MedikaCom Bandung memiliki tingkat *locus of control* yang termasuk kategori sangat rendah sebesar 1,38% dengan jumlah 3 siswa, termasuk kategori rendah sebesar 6,91% dengan jumlah 15 siswa, termasuk kategori sedang sebesar 12,44% dengan jumlah 27 siswa, termasuk kategori tinggi sebesar 62,21% dengan jumlah 135 siswa, dan termasuk kategori sangat tinggi sebesar 17,06% dengan jumlah 40 siswa. Merujuk hasil analisis dan pengolahan data maka mayoritas siswa SMK MedikaCom memiliki *locus of control* tinggi. sedangkan berikut ini merupakan deskripsi hasil dari tingkat *entrepreneurial intention* siswa SMK MedikaCom Bandung.

Tabel 3 Tingkat *Entrepreneurial Intention*

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	5	2,30%
Rendah	13	6%
Sedang	21	9,68%
Tinggi	102	47%
Sangat Tinggi	76	35,02%
Total	217	100%

Berdasarkan data pada Tabel 3 bahwa siswa SMK MedikaCom Bandung memiliki tingkat *entrepreneurial intention* yang termasuk kategori sangat rendah sebesar 2,30% dengan jumlah 5 siswa, termasuk kategori rendah sebesar 6 % dengan jumlah 13 siswa, termasuk kategori sedang sebesar 9,68 % dengan jumlah 21 siswa, termasuk kategori tinggi sebesar 47 % dengan jumlah 102 siswa, dan termasuk kategori sangat tinggi sebesar 35,02% dengan jumlah 76 siswa. Merujuk hasil analisis dan pengolahan data maka mayoritas siswa SMK MedikaCom memiliki *entrepreneurial intention* tinggi, maka tentu jelas dengan hasil ini siswa akan berpotensi menjadi seorang wirausaha pasca lulus sekolah. Sedangkan berikut ini ialah hasil analisis data menggunakan SPSS 25 memberikan model summary pada penelitian berikut ini.

Tabel 4

Model Summary Entrepreneurial Intention

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,701 ^a	,492	,408	4,01330

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Merujuk pada Tabel 4 telah diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square ialah sebesar 0,492 atau 49,2%. Dengan demikian keberpengaruhan *entrepreneurial knowledge* dan juga *locus of control* terhadap *entrepreneurial intention* pada siswa SMK MedikaCom Bandung sebesar 49,2% dan 50,8% dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang tidak dikontribusikan pada penelitian ini. Sedangkan berikut nilai koefisien antar variabel dalam penelitian ini.

Tabel 5
Koefisien Antar Variabel

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	12,358	2,764		5,40	,000
<i>Entrepreneurial Knowledge</i>	,467	,082	,378	6,615	,000
<i>Locus Of Control</i>	,276	,057	,233	5,454	,000

a. *Dependent Variable: Entrepreneurial Intention*

Merujuk pada Tabel 5 diketahui bahwa hubungan antara *entrepreneurial knowledge* terhadap *entrepreneurial intention* siswa SMK MedikaCom Bandung berpengaruh positif dan signifikan karena nilai signifikansi dari t hitung bernilai 0,000 yang artinya <0,005. Sedangkan hubungan antara *locus of control* terhadap *entrepreneurial intention* siswa SMK MedikaCom Bandung berpengaruh positif dan signifikan karena nilai signifikansi dari t hitung bernilai 0,000 yang artinya <0,005. Maka dengan demikian hipotesis pada penelitian ini dapat diterima.

Hasil dari pengolahan dan analisis data menunjukkan siswa SMK MedikaCom Bandung Jawa Barat memiliki tingkat *entrepreneurial knowledge*, *locus of control*, dan juga *entrepreneurial intention* pada kategori tinggi. Hal ini tentunya mengindikasikan bahwa siswa SMK memiliki sebuah potensi untuk menjadi seorang wirausaha. Menjadi seorang wirausaha tentunya harus memiliki dukungan internal yang kuat baik berupa *entrepreneurial knowledge* maupun *locus of control* yang mumpuni. SMK MedikaCom Bandung memiliki berbagai program keahlian diantaranya yaitu akuntansi keuangan lembaga, farmasi klinis dan komunitas, rekayasa perangkat lunak, tata boga, teknik dan bisnis sepeda motor, teknik kendaraan ringan otomotif, teknik komputer jaringan, teknik pemesinan. Setiap siswa tentunya memiliki keahlian tersendiri pada disiplin bidang yang digeluti. Sehingga dengan demikian maka potensi siswa untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses.

Penciptaan *entrepreneurial intention* pada diri siswa SMK ini tentunya tidak bisa diciptakan dalam kurun waktu yang cepat dan tentunya membutuhkan waktu yang tepat dan matang. Di lingkungan kependidikan seperti di SMK penciptaan bagaimana pengetahuan siswa akan wirausaha tentunya harus didukung pula oleh sekolah sehingga dasar pengetahuan akan berbisnis dapat didapat. Pengetahuan kewirausahaan merupakan dasar yang paling dimiliki oleh seorang wirausaha untuk menjadi pedoman dalam berwirausaha dari awal rintisan bahkan sampai sukses (Kirby, 2004). Ketika seorang berwirausaha tanpa adanya pengetahuan bisnis yang mumpuni tentunya akan membuat individu tersebut dalam menjalankan bisnisnya akan tidak terarah. Maka dengan demikian *entrepreneurial knowledge* sangat penting diperhatikan oleh siswa SMK yang memang berminat menjadi seorang wirausaha.

Lulusan SMK memang diharapkan dan sudah sepatutnya ketika lulus terjun ke dunia usaha (Kemdikbud, 2017). Namun kendati demikian para lulusan SMK justru yang paling banyak menyumbang total pengangguran di Indonesia dari lulusan pendidikan lainnya. Hal ini menjadi urgensi tersendiri bahwa tentunya para siswa SMK MedikaCom berdasar temuan penelitian ini harus menjadi seorang pebisnis pasca mereka lulus. Tentunya bagi siswa SMK sendiri tidak mudah untuk menggapai impiannya menjadi

seorang wirausaha karena selaluterbentur oleh keberanian yang kurang tinggi dan juga pengetahuan serta pengendalian diri yang belum matang (Watchravesringkan et al., 2013).

Setiap siswa SMK tentunya memiliki minat bakatnya tersendiri serta kreativitas yang mumpuni sesuai program keahlian yang digeluti. Kemampuan itulah yang harus dimanfaatkan sebaik mungkin di era teknologi saat ini. Menjadi wirausaha tentunya merupakan harus menjadi pilihan utama bagi para siswa karena saat ini lapangan pekerjaan yang terbatas serta persaingan yang sangat ketat di era globalisasi. Keberpengaruhan faktor internal dalam diri siswa berupa *entrepreneurial knowledge* maupun *locus of control* sangautlah berpengaruh dalam meningkatkan *entrepreneurial intention*, sehingga hal tersebut harus dipersiapkan oleh para siswa SMK MedikaCom Bandung agar siap dan tahan mental ketika mereka menjadi wirausaha di masa yang akan datang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data pada penelitian ini dapat diinformasikan bahwa siswa SMK MedikaCom Bandung memiliki *entrepreneurial knowledge*, *locus of control* dan *entrepreneurial intention* termasuk kategori tinggi. Selanjutnya *entrepreneurial knowledge* dan juga *locus of control* mampu mempengaruhi *entrepreneurial intention* pada siswa SMK MedikaCom Bandung Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ács, Z. J., Szerb, L., & Lafuente, E. (2019). *Global Entrepreneurship Index 2019*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17692.64641>
- Authors, F. (2006). Journal of Management Development. *Journal of Management Development*, 25(8). <https://doi.org/10.1108/jmd.2006.02625haa.001>
- Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2017). *Entrepreneurship : Fourth Edition*.
- Doğan, E. (2015). *The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of university students in Turkey. Istanbul University Econometrics and Statistics e-Journal*, (23), 79-93.
- Hoque, A. S. M. M., Awang, Z., & Siddiqui, B. A. (2017). Technopreneurial Intention Among University Students of Business Courses In Malaysia: A Structural Equation Modeling. *International Journal of Entrepreneurship and Small & Medium Enterprise (IJSME)*, 4(July), 1–16.
- Kasih, Y. (2013). *Mewujudkan Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi Melalui Proses Pembelajaran yang Berkelanjutan*. 2(2), 164–182.
- Kemdikbud, P. (2017). *Panduan Sinkronisasi Bidang Keahlian Di SMK Dengan Prioritas Potensi Unggulan Wilayah dan Tenaga Kerja*.
- Kirby, D. A. (2004). Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge? *Education + Training*, 46(8), 510–519. <https://doi.org/10.1108/00400910410569632>
- Kumar, K., Zindani, D., & Davim, J. P. (2019). *Industry 4.0 Developments towards the Fourth Industrial Revolution*.
- Notoatmodjo . S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineksa Cipta.
- Riki Yakub Pirdaus, Hari Mulyadi, K. (2022). ICT SELF EFFICACY DAN CREATIVITY SEBAGAI DETERMINASI TECHNOPRENEURSHIP INTENTION. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 10, 1–10. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v10i1.5607>
- Roxas, B. G., Cayoca-Panizales, R., & De Jesus, R. M. (2009). Entrepreneurial Knowledge and its Effects on Entrepreneurial Intentions: Development of a Conceptual Framework. *Asia-Pacific Social Science Review*, 8(2), 61–77. <https://doi.org/10.3860/apssr.v8i2.784>
- Roy, R., Akhtar, F., & Das, N. (2017). *Entrepreneurial intention among science & technology students in India: extending the theory of planned behavior. International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0434-y>.

- Savitri, C. (2015). *Upaya menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa prodi manajemen di ubp karawang*. 6, 93–112.
- Suwardana, H. (2018). Revolusi Industri 4. 0 Berbasis Revolusi Mental. *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, 1(1), 102. <https://doi.org/10.30737/jatiunik.v1i2.117>
- Syaifudin, A., & Sagoro, E. M. (2017). *PENGARUH KEPRIBADIAN, LINGKUNGAN KELUARGA DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA AKUNTANSI*. 3, 1–18.
- Usman, O., & Simare Mare, M. (2020). Influence Entrepreneurship Education, Self Efficacy, and Locus of Control Toward on Student Entrepreneurship Intentions. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3646635>
- Wang, D., Wang, L., & Chen, L. (2018). *Unlocking The Influence of Family Business Exposure on Entrepreneurial Intentions*. In *Entrep Manag J*, 951– 974. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0475-2>.
- Watchravesringkan, K. T., Hodges, N. N., Yurchisin, J., Hegland, J., Karpova, E., Marcketti, S., & Yan, R. nan. (2013). Modeling Entrepreneurial Career Intentions among Undergraduates: An Examination of the Moderating Role of Entrepreneurial Knowledge and Skills. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 41(3), 325–342. <https://doi.org/10.1111/fcsr.12014>
- Widding, L. Ø. (2005). Building entrepreneurial knowledge reservoirs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), 595–612. <https://doi.org/10.1108/14626000510628252>
- Wijaya, T., Nurhadi, & Kuncoro, A. M. (2015). *INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA : PERSPEKTIF PENGAMBILAN RISIKO*. 19(2), 109–123.

PENGARUH *JOB INSECURITY* TERHADAP *JOB PERFORMANCE*: PERAN MEDIASI *SUBJECTIVE WELL-BEING* PADA KARYAWAN TETAP BANK X DI SURABAYA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

¹Dumei Tiara Dewi, ²Ida Bagus Gede Adi Permana

Universitas Airlangga

dumei.tiara.dewi-2021@feb.unair.ac.id ibg.adipermana@feb.unair.ac.id

ABSTRACT

The welfare felt by employees can present good work results in the form of high-performance appraisals. Job performance is part of the work of employees where this have negative impact on job insecurity because it is considered stressor. Through the availability of subjective well-being, job insecurity can affect job performance when the individual can offer coping with stressors from the influence of job insecurity. A quantitative approach has used in this study. The distribution of the questionnaires obtained in this study was carried by distributing questionnaires to employees who work at Bank X in Surabaya. The population in this study amounted to 104 people who are permanent employees. This researcher used purposive sampling technique for the sampling and the data testing technique used SPSS IBM 26. The results of this study have shown that job insecurity is negatively significant related effect on job performance, then job insecurity is negatively significant related effect on subjective well-being, other results show subjective well-being is positively significant related effect on job performance, and the results of the latest research have shown that subjective well-being can mediate and have a significant effect on the influence of subjective well-being and job performance.

Keywords: Job Insecurity, Subjective Well-being, Job Performance, COVID-19 PANDEMIC.

ABSTRAK

Kesejahteraan yang dirasakan oleh karyawan dapat merepresentasikan hasil kerja yang baik berupa penilaian kinerja yang tinggi. *Job performance* merupakan bagian dari hasil kerja karyawan dimana hal ini dapat menimbulkan dampak negatif dari adanya *job insecurity* karena dianggap sebagai pemicu stres. Melalui adanya *subjective well-being*, *job insecurity* mampu mempengaruhi *job performance* ketika individu tersebut mampu memberikan *coping* atas *stressor* dari pengaruh adanya *job insecurity*. Pendekatan secara kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Penyebaran kuesioner yang didapatkan pada penelitian ini melalui penyebaran kuesioner terhadap karyawan yang bekerja di Bank X. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 104 orang yang merupakan karyawan tetap Bank X di Surabaya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk penetapan sampel dan teknik pengujian data yang digunakan adalah SPSS IBM 26. Hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa *job insecurity* berhubungan negatif dan berpengaruh secara signifikan terhadap *job performance*, kemudian *job insecurity* berhubungan negatif dan berpengaruh signifikan terhadap *subjective well-being*, selanjutnya hasil lainnya menunjukkan *subjective well-being* berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap *job performance*, dan hasil penelitian terakhir telah menunjukkan bahwa *subjective well-being* dapat menjadi mediasi dan berpengaruh signifikan terhadap adanya pengaruh *subjective well-being* dan *job performance*.

Kata Kunci: *Job Insecurity, Subjective Well-being, Job Performance, Pandemi COVID-19.*

PENDAHULUAN

Kebutuhan sumber daya manusia yang berkualitas demi keberhasilan sebuah perusahaan akan sangat diperlukan terutama pada kondisi lingkungan yang tidak pasti. Kondisi tidak pasti yang terjadi di sepanjang tahun 2020, salah satunya adalah mengenai

pandemi COVID-19 yang telah terjadi di seluruh dunia. Pandemi COVID-19 yang terjadi sekarang ini menimbulkan dampak negatif pada berbagai aspek kehidupan, khususnya pada sektor perekonomian. Menurut Ozili, P.K., & Arun, T. (2020) menyebutkan bahwa roda perekonomian dunia terganggu akibat adanya pandemi COVID-19 ini. Perusahaan sebisa mungkin melakukan efisiensi untuk menjaga stabilitas dan meningkatkan performa perusahaan melalui peningkatan kinerja karyawan. Pemerintah Indonesia perlu mewaspadai dampak krisis ekonomi global akibat pandemi COVID-19 yang menyebabkan peningkatan jumlah pengangguran (Kuncara *et al.*, 2020). Peningkatan pengangguran tersebut dipicu salah satunya karena selama masa Pandemi COVID-19 telah terjadi PHK di beberapa perusahaan.

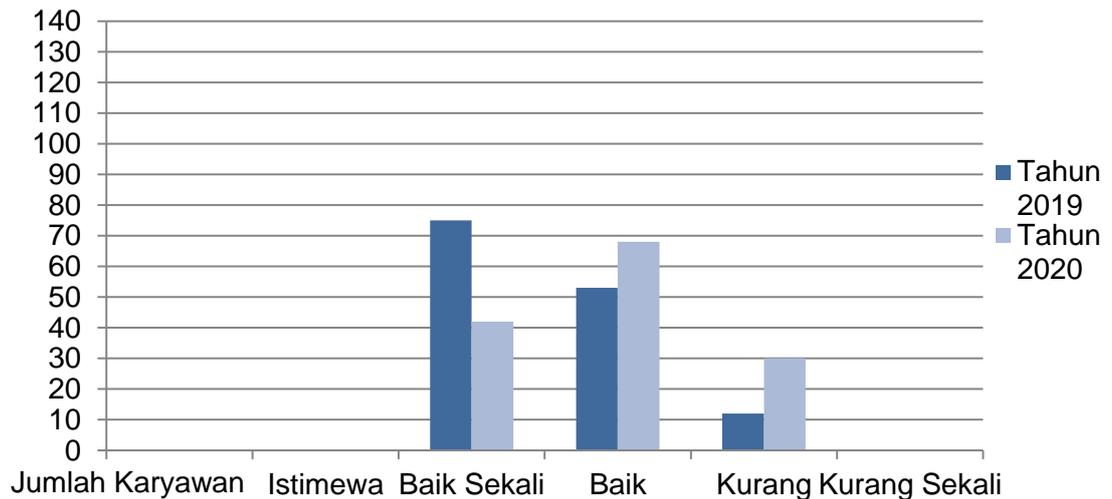
Job performance pada pandemi COVID-19 seperti sekarang ini dianggap menjadi topik yang menarik karena banyak perusahaan yang akhirnya menerapkan kebijakan baru dan menyesuaikan dengan pola kerja baru untuk menunjang kesehatan para karyawannya. Adanya penyesuaian selama masa pandemi ini pastinya juga akan berakibat pada efek kinerja dari karyawan. Karyawan dituntut untuk terbiasa dengan kebijakan baru yang diterapkan dan mampu memenuhi segala tuntutan. Perusahaan sebisa mungkin menerapkan strategi yang tepat untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan dan pola kerja yang baru. Ketika *individual job performance* pada setiap karyawan bank memiliki hasil yang baik maka akan berpengaruh pada kualitas dan penilaian dari bank tersebut. Perusahaan mulai khawatir akan terjadinya penurunan kinerja dari karyawan karena masih belum mampu untuk beradaptasi dan bekerja tidak seperti biasa yang dilakukan. Van Vuurent (2005) menyatakan bahwa kesejahteraan yang dirasakan karyawan di tempat kerja bisa saja mengalami penurunan, hal ini disebabkan karena seorang karyawan tidak memiliki kepuasan dalam hidup dan merasa tidak senang dalam menjalani hidupnya. Ketika individu merasakan *subjective well-being* yang rendah, maka hal ini akan berdampak pada *job performance* menjadi lebih rendah pula. Sedangkan individu yang mampu memiliki *subjective well-being* yang bagus, maka *job insecurity* tidak terlalu mengancam dirinya.

Industri layanan jasa pada bidang *finance* salah satu contohnya yaitu bank, yang juga terdampak atas adanya pandemi COVID-19 ini (finansial.bisnis.com). Secara umum, baik karyawan tetap maupun karyawan tidak tetap yang bekerja di bank menghadapi kondisi yang tidak pasti akan pekerjaannya di masa depan. Selama masa pandemi COVID-19 ini, bank memiliki tantangan sendiri dalam mengoperasionalkan dana kredit. Bank memberikan strategi-strategi bagaimana cara untuk mendapatkan nasabah dan nasabah juga mampu merasakan kemudahan serta keuntungan yang ditawarkan oleh pihak bank. Strategi yang sedang gencar-gencarnya dilakukan oleh Bank X sendiri yaitu pada KPR dan kredit mobil karena dianggap lebih aman bila dibandingkan kredit UMKM. Aturan dari Pemerintah yang memberikan stimulus bunga 0% membawa berita yang baik kepada para nasabah yang ingin membeli rumah, mobil dan barang mewah lainnya. Bank X menawarkan kemudahan melakukan kredit seperti KPR 0%, kredit potongan pajak 0%, PPNBM untuk kredit mobil 1500cc. Sebagai karyawan tetap bank, tentunya hal ini membawa pengaruh bagi bonus dan tunjangan yang akan didapatkan. Contohnya bisa dilihat pada bagian *marketing* yang memiliki target dalam kredit bank. Sehingga hal ini juga bisa menjadi pengaruh *job insecurity* yang dirasakan oleh karyawan tetap bank.

Penelitian ini merupakan penelitian pada karyawan yang bekerja di Bank X di Surabaya. Bank X dipilih sebagai objek penelitian ini karena merupakan kantor perwakilan langsung dari kantor pusat. Bank X memiliki jumlah karyawan yang lebih besar dan memiliki banyak unit bila dibandingkan dengan dengan bank cabang pembantu sehingga hal ini dapat membantu dalam memenuhi jumlah sampel dari penelitian. Dasar dari penelitian ini yaitu melihat lingkungan kerja di perbankan yang memiliki tuntutan kerja tinggi, membutuhkan jam kerja yang panjang atau lembur untuk dapat menyelesaikan pekerjaan, dan bekerja berdasarkan *on target*. Bank bisa saja melakukan efisiensi dengan melakukan efisiensi terhadap operasional, pengeluaran biaya insentif, atau bahkan pengurangan tenaga kerja. Hal inilah yang menjadi pemicu keresahan yang dihadapi karyawan akibat

dari tidak mampu memenuhi target. Sehingga adanya kondisi seperti ini juga akan menjadi penyebab kekhawatiran bagi karyawan dalam menjalankan pekerjaannya di lembaga keuangan. Berdasarkan data kinerja karyawan Bank X di Surabaya tahun 2019-2020 telah menunjukkan terdapat penurunan kinerja karyawan akibat pengaruh pandemi COVID-19.

**Penilaian Kinerja Karyawan
Bank X di Surabaya
Tahun 2019-2020**



Gambar 0
Penilaian Kinerja Karyawan Bank X
Surabaya Tahun 2019-2020
Sumber: Bank X Surabaya, 2021

Berdasarkan dari gambar 1 dapat dijelaskan bahwa karyawan Bank X di Surabaya dari tahun 2019 ke 2020 mengalami penurunan kinerja. Tahun 2019 menunjukkan bahwa jumlah karyawan dengan kategori istimewa adalah 0, baik sekali 79, baik 53, kurang 10, dan kurang sekali 0. Pada tahun 2020 menunjukkan bahwa jumlah karyawan pada kategori istimewa adalah 0, baik sekali 42, baik 68, kurang 30, kurang sekali 0. Berdasarkan data yang didapatkan seperti gambar di atas maka dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2019 sampai tahun 2020 belum ada karyawan yang memiliki penilaian kinerja pada kategori istimewa dan juga kurang sekali. Pada tahun 2019 karyawan dengan kategori baik sekali adalah sejumlah 79 kemudian pada tahun 2020 karyawan dengan kategori baik sekali menjadi sejumlah 42, yaitu mengalami penurunan sejumlah 37. Kemudian pada tahun 2019 karyawan dengan kategori baik adalah sejumlah 53 kemudian pada tahun 2020 menjadi sejumlah 68, yaitu mengalami kenaikan sejumlah 15. Sedangkan karyawan dengan kategori kurang pada tahun 2019 adalah sejumlah 10 kemudian pada tahun 2020 menjadi sejumlah 30, yaitu mengalami kenaikan sejumlah 20. Karyawan dengan kategori istimewa mengalami penurunan dari tahun 2019 ke tahun 2020, sedangkan karyawan dengan kategori baik dan kurang mengalami kenaikan dari tahun 2019 ke tahun 2020. Bank menginginkan kategori kinerja dari karyawan yang terus meningkat dari tahun ke tahunnya. Oleh karena itu, bank memberikan perhatian yang lebih supaya kinerja karyawan bank mampu ditingkatkan dan sering dilakukannya evaluasi terutama karena pengaruh dari adanya pandemi COVID-19 seperti sekarang ini.

Latar belakang ini belum menuliskan tujuan dan manfaat penelitian (Bagian-bagian yang dimaksud di atas tidak harus diuraikan dalam bentuk poin-poin terpisah.)

LANDASAN TEORI

Hubungan antara *Job Insecurity* dengan *Job Performance*

Huang *et al.*, (2013); Rosenblatt & Ruvio (1996); Sverke & Hellgren (2002) mengungkapkan bahwa adanya pengalaman *job insecurity* dinilai seperti peristiwa yang terjadi di tempat kerja yang bisa saja terjadi akibat dari suatu krisis yang dihadapi dalam suatu organisasi. Cheng & Chan, 2008; Sverke *et al.*, (2002) menegaskan bahwa *job insecurity* berkaitan dengan pengaruh negatif yang akhirnya dapat menjadi penyebab dari adanya stres dalam kerja yang sifatnya dominan dan umum. Pada masa pandemi COVID-19 seperti sekarang ini banyak karyawan yang mengalami *job insecurity*. Latar belakangnya yaitu karena karyawan merasa khawatir akan lingkungan kerjanya yang terancam, karyawan merasa bahwa kondisi masa depan atas pekerjaannya yang tidak pasti. Jika secara terus menerus karyawan tersebut merasakan ketidaknyamanan dalam bekerja, dampak yang dihadapi karyawan tersebut salah satunya yaitu timbulnya tekanan pada pekerjaannya. Adanya tekanan pekerjaan ini nantinya akan berpengaruh pada kinerja karyawan tersebut. Hal ini karena ketika seorang mengalami stres, maka orang tersebut tidak mampu memenuhi harapan dari organisasi, efektivitas kerja akan menurun. Ketika kinerja karyawan menurun, kondisi tersebut juga akan membawa pengaruh negatif pada organisasi. Efektivitas organisasi juga akan berpengaruh ketika kinerja dari karyawan terganggu.

Greenhalgh & Rosenblatt, (1984); Sverke *et al.*, (2002) menegaskan bahwa penelitian yang menunjukkan hasil hubungan yang negatif dan lemah antara *job insecurity* dan *job performance* dikorelasikan dengan kebenaran bahwa ketika seorang karyawan yang merasakan *job insecurity* dapat mengatasi hal tersebut dengan berusaha dan mempertahankan *job performance* yang akhirnya karyawan tersebut akan dianggap bermanfaat bagi organisasinya. Oleh karena itu hipotesis dari penelitian ini yaitu:

H1: *Job insecurity* berpengaruh negatif terhadap *Job Performance* pada karyawan tetap Bank X di Surabaya.

Hubungan antara *Job Insecurity* dengan *Subjective Well-being*

Berdasarkan teori *transactional stress*, hubungan *job Insecurity* dengan *subjective well-being* dapat menjelaskan hipotesis ini. Ketika karyawan merasakan *job insecurity*, individu tersebut merasakan bahwa terdapat ketidakpastian terkait kondisi yang akan dihadapinya di masa depan sehingga membuat karyawan tersebut kesulitan dalam menentukan dan mempertimbangkan tindakan apa yang harus dilakukannya sebagai strategi untuk mengatasi masalah tersebut. Strategi *coping* biasanya menjadi tindakan yang tepat untuk mengatasi kondisi berkaitan dengan *job insecurity*. Kondisi yang tidak pasti dalam lingkungan kerja menyebabkan sukarnya menentukan strategi *coping* yang efektif untuk mengatur sumber daya yang ada di perusahaan. Teori *conservation of resources* (COR) menurut Hobfoll (2001) individu yang mengalami stres dalam bekerja ketika sumber daya yang mereka miliki habis. Sumber daya yang dimaksud tersebut ada dua macam yaitu sumber daya pribadi berupa harga diri, motivasi intrinsik, dan sumber daya sosial berupa motivasi ekstrinsik misalnya dukungan dari keluarga, rekan kerja, atau supervisor. Motivasi tersebut sebagai pendukung dari adanya efek negatif atas penyebab stres atau tekanan yang dihadapi dari masalah pekerjaan dan kehidupan.

Hu *et al.*, (2018) menegaskan bahwa adanya hubungan negatif antara *qualitative job insecurity* dengan *subjective well-being* yang dikorelasikan bahwa ketika karyawan merasakan *job insecurity* maka ia harus berusaha dalam merepresentasikan kehidupan yang menyenangkan misalnya dengan adanya kesejahteraan. Karyawan yang merasakan antara *qualitative job insecurity* akan mengalami tingkat *subjective well-being* yang lebih rendah karena terjadi kemungkinan bahwa sumber daya penting terkait dengan pekerjaannya akan hilang menurut Vander Elst *et al.*, (2012). Berdasarkan teori *conservation of resources* (COR) menurut Hobfoll (2001), *qualitative job insecurity* akan berdampak negatif pada *subjective well-being* individu, evaluasi kognitif dan afektif

seseorang terhadap kehidupan (Diener *et al.*, 2002). Oleh karena itu hipotesis dari penelitian ini yaitu:

H2: *Job insecurity* berpengaruh negatif terhadap *subjective well-being* pada karyawan tetap Bank X di Surabaya.

Hubungan antara *Subjective Well-being* dengan *Job Performance*

Cropanzano *et al.*, (2007) menyatakan bahwa adanya keyakinan karyawan yang memiliki perasaan bahagia di atas rata-rata menunjukkan hasil yang lebih produktif daripada karyawan yang memiliki persentase kebahagiaan dibawah rata-rata atau tidak bahagia. Studi tersebut dikenal sebagai *happy-productive worker hypothesis* (HPWH). Diener *et al.*, (2000) mengemukakan bahwa alternatif untuk mengetahui bagaimana *happy-productive worker hypothesis* (HPWH) yang dirasakan oleh tiap individu juga berhubungan dengan studi terkait *subjective well-being* (SWB). Karyawan yang merasakan bahwa dirinya telah sejahtera, maka akan merasa cukup dan mensyukuri dengan apa yang dimilikinya. Sehingga hal ini akan membawa dampak yang positif, karena ketika karyawan mampu mempersepsikan kesejahteraan yang dimiliki dengan baik, maka dampaknya karyawan tersebut merasa bahagia dan juga bahagia dalam mengerjakan segala sesuatu yang sedang dikerjakannya. Ketika karyawan sudah merasa bahagia dengan apa yang dikerjakan, maka energi positif akan muncul sehingga apa yang dikerjakan menjadi lebih dinikmati dan hasil kinerja akan lebih maksimal.

Heller *et al.*, (2002) mengemukakan bahwa adanya hubungan antara *subjective well-being* dengan *personality*, hal tersebut dapat dikatakan sama apabila diimplementasikan pada hubungan antara *life satisfaction* seseorang dengan *job performance*. Karyawan yang memiliki pengaruh positif terhadap dirinya sendiri dan tempat dimana ia bekerja maka akan mempengaruhi penilaian terhadap seberapa baik kehidupan karyawan tersebut. Oleh karena itu hipotesis dari penelitian ini yaitu:

H3: *Subjective well-being* berpengaruh positif terhadap *job performance* pada karyawan tetap Bank X di Surabaya.

Hubungan antara *Job Insecurity*, *Subjective Well-being* dan *Job Performance*

Adanya teori *Job Demand-Resource* (JD-R) menjadi latar belakang dari hipotesis ini. Menurut Demerouti *et al.*, (2001) menyatakan bahwa ketika karyawan memiliki tuntutan pekerjaan yang tinggi maka hal tersebut merupakan pengaruh utama dari ketegangan kerja yang sifatnya negatif. Tuntutan pekerjaan yang tinggi pada karyawan akan meminimalisir sumber daya psikologis dan fisik secara individu, kemudian akan berpengaruh pada pengurangan energi dan terjadi masalah seperti kesehatan fisik dan mental yang memiliki tingkat berbeda pada tiap individunya. Berdasarkan teori tersebut, *job insecurity* dianggap sebagai tuntutan pekerjaan (Rigotti *et al.*, 2015; Schreurs *et al.*, 2014) dan teori ini merujuk pada keyakinan bahwa karyawan tersebut akan mendapatkan risiko seperti kehilangan pekerjaannya. *Job insecurity* akan mengurangi tingkat kesejahteraan individu yang selanjutnya dapat berpengaruh pada kinerja (Witte, 1999). *Job insecurity* akan menurunkan kesejahteraan individu baik secara jangka pendek maupun jangka panjang. Cheng dan Chan (2008); Sverke *et al.*, (2002) pada kedua penelitian tersebut menemukan bahwa *job insecurity* diketahui menghasilkan dampak negatif pada kesehatan psikologis dan fisik karyawan.

Teori *transactional stress* juga menjadi dasar pada hipotesis ini. Menurut Lazarus dan Folkman (1987) menyatakan bahwa teori *transactional stress* terkait dengan proses dinamis yang terdiri dari penilaian awal dan sekunder yang merupakan bagian dari adanya persepsi stres dan hasil. Penilaian awal yang dimaksud misalnya yaitu ketika karyawan tersebut merasa tidak aman dalam pekerjaannya maka ia akan menafsirkannya dengan risiko kehilangan pekerjaannya serta tunjangan dan pemikiran ini sifatnya sementara tidak pasti apakah akan terjadi di masa depan.

Darvishmotevali *et al.*, (2017) menegaskan bahwa *job insecurity* secara negatif menghasilkan *job performance* yang rendah melalui adanya kecemasan dan kelelahan sebagai bagian dari *well-being*. Penelitian Hu *et al.*, (2018) menegaskan bahwa adanya

perasaan kurang bahagia dan depresi yang dialami karyawan yang menghadapi *job insecurity*. Karyawan yang merasa tidak bahagia dan mengalami depresi di tempat kerja maka ia tidak merasakan adanya *subjective well-being*.

Hu *et al.*, (2018); Richter dan Naswall (2018) mengungkapkan bahwa adanya pengaruh *subjective well-being* dari *job insecurity* terutama peran mediasi dari *subjective well-being* pada *job insecurity* yang berhubungan pada *job performance* karyawan masih jarang menjadi perhatian dalam penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara *job insecurity* dan *job performance* melalui adanya penurunan tingkat *subjective well-being* sebagai bentuk dari adanya pengaruh psikologis yang berakibat menyebabkan stres atau tekanan di tempat kerja. Oleh karena itu hipotesis dari penelitian ini yaitu:

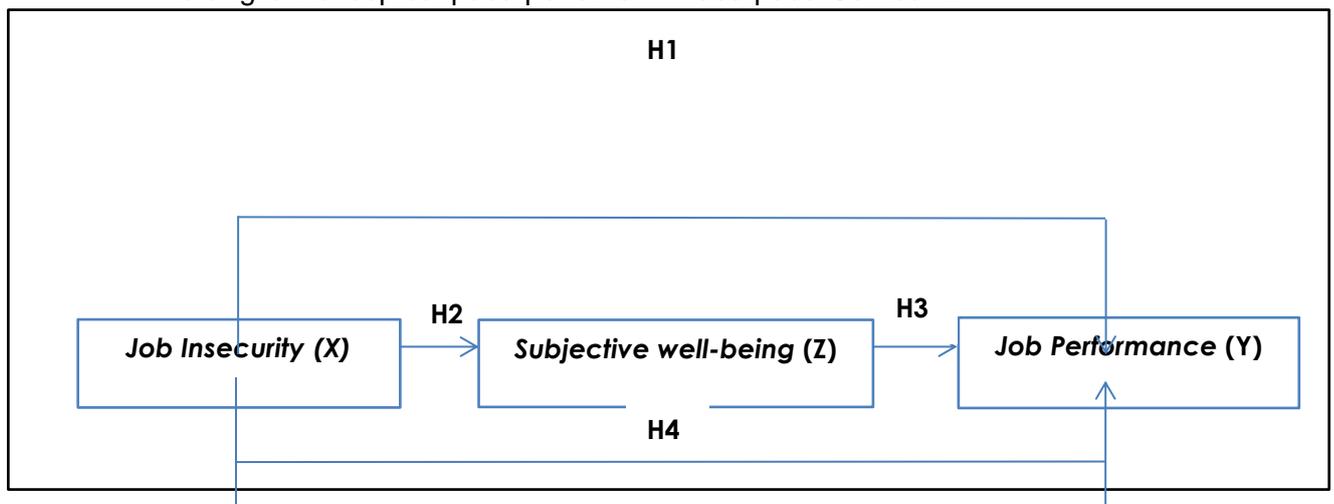
H4: *Job insecurity* berpengaruh terhadap *job performance* dengan *subjective well-being* sebagai variabel mediasi pada karyawan tetap Bank X di Surabaya.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif meliputi kegiatan dalam mengolah data dan menyajikan data untuk dianalisis, mendeskripsikan data dari perhitungan yang dilakukan, dan menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Statistic Package for Social Science* (SPSS) dengan *software* SPSS IBM 26.

Rancangan dan Desain Penelitian

Kerangka Konseptual pada penelitian ini ada pada Gambar 2



Gambar 0
Kerangka Konseptual
Darvishmotevali *et al.*, (2020)

Jenis dan Sumber Data

Menurut Husein Umar (2002) jika dilihat berdasarkan sumber datanya dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan sekunder. Menurut Uma Sekaran (2017), data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung ketika melakukan wawancara, pengamatan, atau dari pembagian kuesioner yaitu kepada karyawan yang bekerja di Bank X Surabaya tahun 2021, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain yang sifatnya sudah ada sebelumnya karena berasal dari buku, literatur, artikel, dan tulisan ilmiah.

Populasi dan Sampel

Menurut Uma Sekaran (2006) populasi merupakan sekelompok orang, suatu peristiwa, atau keinginan dari seorang peneliti untuk melakukan penelitian. Populasi dalam

penelitian ini merupakan karyawan yang bekerja di Bank X Surabaya tahun 2021. Sedangkan sampel terdiri atas sejumlah karyawan yang dipilih dari beberapa karyawan yang ada di Bank X Surabaya. Penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dimana mempunyai tujuan untuk menetapkan beberapa kriteria yang dibutuhkan untuk pengambilan sampel. Oleh karena itu, pengambilan sampel dilakukan dengan pemilihan berdasarkan kriteria karyawan yang didapatkan dari 3 departemen yang ada di bank tersebut. Karyawan yang dapat menjadi responden dalam penelitian ini yaitu karyawan tetap yang menunjukkan persentase adanya keresahan yang dihadapinya akibat dari dampak pandemi COVID-19 sehingga dapat mempengaruhi kinerjanya serta karyawan yang mendapatkan gaji, dan *claim* atas perusahaan setiap bulannya. Sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 100 karyawan tetap yang memungkinkan dapat mewakili keseluruhan dari populasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik pada responden yang disajikan meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, serta lamanya masa kerja. Berdasarkan hasil survei didapatkan total responden sebanyak 100 karyawan tetap dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 61 karyawan (61.0% dari total responden), sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 39 karyawan (39.0% dari total responden).

Berdasarkan usia, responden dengan usia <25 tahun sebanyak 6 karyawan (6.0% dari total responden), responden dengan usia 26-30 tahun sebanyak 82 karyawan (82.0% dari total responden), responden dengan usia 31-35 tahun sebanyak 10 karyawan (10.0% dari total responden), responden dengan usia 36-40 tahun sebanyak 2 karyawan (2.0% dari total responden), selanjutnya tidak terdapat responden dengan usia 41-45 tahun (0% dari total responden), kemudian juga tidak ada responden dengan usia 46-50 tahun (0% dari total responden) dan tidak ada responden dengan usia > 50 tahun (0% dari total responden).

Berdasarkan pendidikan terakhir yang didapatkan, diketahui bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA sebanyak 1 karyawan (1.0% dari total responden), responden dengan pendidikan terakhir D3 sebanyak 3 karyawan (3.0% dari total responden), selanjutnya tidak terdapat responden dengan pendidikan terakhir D4 (0% dari total responden), responden dengan pendidikan terakhir S1 sebanyak 94 karyawan (94.0% dari total responden), selanjutnya responden dengan pendidikan terakhir S2 sebanyak 2 karyawan (2.0% dari total responden), dan tidak terdapat responden dengan pendidikan terakhir S3 (0% dari total responden).

Berdasarkan masa kerja, responden dengan lama bekerja <1 tahun sebanyak 1 karyawan (1.0% dari total responden), responden dengan lama bekerja 1-3 tahun sebanyak 76 karyawan (76.0% dari total responden), kemudian responden dengan lama bekerja 4-6 tahun sebanyak 19 karyawan (19.0% dari total responden), responden dengan lama bekerja 7-9 tahun sebanyak 4 karyawan (4.0% dari total responden), responden dengan lama bekerja > 9 tahun sebanyak 0 karyawan (0% dari total responden).

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Pengambilan keputusan uji validitas dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (α) 5 persen pada rumus *product moment*. Berikut hasil uji validitas yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel} 5% (100)	Keterangan
<i>Job Insecurity</i>	0.671	0.1946	Valid
<i>Job Insecurity</i>	0.709	0.1946	Valid
<i>Job Insecurity</i>	0.603	0.1946	Valid
<i>Job Insecurity</i>	0.769	0.1946	Valid
<i>Subjective Well-being</i>	0.711	0.1946	Valid
<i>Subjective Well-being</i>	0.663	0.1946	Valid
<i>Subjective Well-being</i>	0.683	0.1946	Valid
<i>Subjective Well-being</i>	0.807	0.1946	Valid
<i>Subjective Well-being</i>	0.760	0.1946	Valid
<i>Job Performance</i>	0.833	0.1946	Valid
<i>Job Performance</i>	0.814	0.1946	Valid
<i>Job Performance</i>	0.759	0.1946	Valid
<i>Job Performance</i>	0.760	0.1946	Valid
<i>Job Performance</i>	0.847	0.1946	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian

Hasil uji validitas berdasarkan tabel 4.10, telah menunjukkan bahwa semua memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5% dengan $n=100$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada kuesioner penelitian dikatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi jawaban kuesioner, jika pengukuran dilakukan secara berulang. Menurut Sujerweni (2014) mengemukakan bahwa uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,6$.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.612	4
.766	5
.862	5

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian

Hasil uji reliabilitas berdasarkan tabel 4.11, menunjukkan bahwa semua memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,6$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua item penelitian dapat dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov smirnov digunakan pada jumlah sampel penelitian yaitu sebesar 100. Uji normalitas hanya dilakukan pada residu dari variabel dependen, sedangkan untuk variabel independen diasumsikan bukan merupakan fungsi distribusi dalam model linier. Hasil dari uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas X Terhadap Y

	Un.Residual
N	100
Asymp.Sig (2-tailed)	.462

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas X dan Z Terhadap Y

	Un.Residual
--	-------------

N	100
Asymp.Sig (2-tailed)	.658

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian

Berdasarkan tabel 1, disimpulkan hasil uji normalitas menggunakan *standardized residual* diperoleh hasil signifikansi *kolmogorov smirnov* sebesar 0,462 dan 0,658. Hasil signifikansi tersebut menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan taraf signifikansi 5% (0,05) atau sig > 0,05. Sehingga dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data dari kedua variabel terdistribusi normal.

Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk melihat apakah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan yang linier secara signifikan atau tidak signifikan. Uji linieritas harus berdasarkan panduan pengambilan keputusan yang tepat. Dasar dari pengambilan keputusan pada uji linieritas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dari anova table. Jika nilai *linearity* menunjukkan Sig. < 0,05, artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel independen dengan dependen.

Tabel 5
 Hasil Uji Linieritas

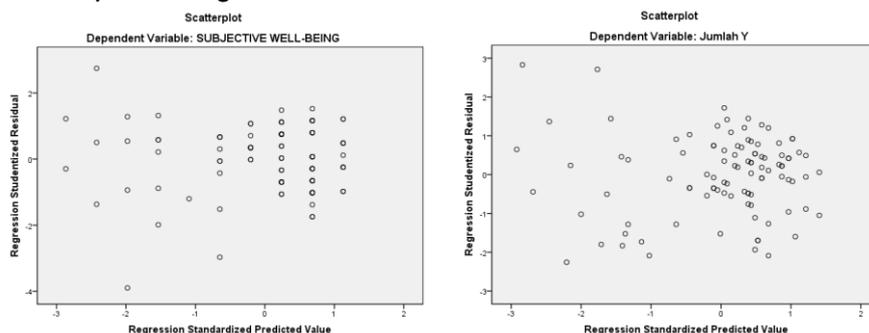
			Mean Square	F	Sig.
SWB*JI	Between Groups	Linearity	387.292	51.308	.000
JP*JI			821.870	72.054	.000

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dari hasil uji linieritas dapat dilihat bahwa nilai *linearity* menunjukkan Sig. sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel independen dengan dependen.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat varian yang berbeda dari residual satu penelitian ke penelitian lainnya. Grafik *scatterplot* terdiri titik-titik yang sifatnya menyebar di atas dan di bawah sumbu Y. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:



Gambar 3
 Grafik Scatterplot

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian

Hasil uji heteroskedastisitas berdasarkan pada grafik *scatterplot* tersebut, menunjukkan bahwa titik-titik secara acak tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi pada penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2008) koefisien determinasi atau R square bertujuan untuk menguji seberapa kemampuan dari variabel independen dalam menerangkan variabel

dependen rentang nilai antara nol hingga satu. Nilai koefisien determinasi (R Square) pada regresi linier sederhana sebesar 0,340 atau 34,0%. Hal ini membuktikan bahwa variasi *subjective well-being* dapat dijelaskan oleh adanya variasi dari variabel *job insecurity*. Sedangkan sisanya yaitu (100% - 34% = 66%) hasil koefisien determinasi dapat dijelaskan melalui variabel lainnya diluar dari model. Kemudian, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) pada regresi linier berganda sebesar 0,403 atau 40,3%. Hal ini membuktikan bahwa variasi *job performance* dapat dijelaskan oleh adanya variasi dari dua variabel lainnya yaitu variabel *job insecurity* dan variabel *subjective well-being*. Sedangkan sisanya yaitu (100% - 40,3% = 59,7%) hasil koefisien determinasi dapat dijelaskan melalui variabel lainnya diluar dari model.

Hasil Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar dari pengambilan keputusan pada uji F ini dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf nilai signifikansi sebesar 5% (0,05). Uji F dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji F

	Sig.
32.720	0.000

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian

Berdasarkan hasil uji F, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk *job insecurity* (X) dan *subjective well-being* (Z) terhadap *job performance* (Y) adalah sebesar 0,000 < 0,05. Nilai probabilitas < 0,05 artinya adalah model regresi tersebut dapat dipakai untuk menguji *job performance*.

Hasil Uji t

Tabel 7
Hasil Uji t

Analisis	Variabel	Standardized Beta	Sig. t	R ²	Ket.
Regresi Linier Sederhana	<i>Job insecurity</i> (X)	-0.583	0.000	0.340	Negatif Sig.
	→ <i>Subjective well-being</i> (Z)				
Regresi Linier Berganda	<i>Job insecurity</i> (X)	-0.491	0.000	0.403	Negatif Sig.
	→ <i>Job performance</i> (Y)				
	<i>Subjective well-being</i> (Z)	0.207	0.035	0.403	Positif Sig.
	→ <i>Job performance</i> (Y)				

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian

Tabel 8
Hasil Uji t

Analisis	Pengaruh Tidak Langsung Melalui <i>Subjective Well-being</i>	Koefisien Path	T-Statistik	Ket.
<i>Sobel Test</i>	<i>Job insecurity</i> → <i>Job performance</i>	0.252	2.211	Diterima

Sumber: Hasil pengolahan data penelitian

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas diperoleh hasil bahwa H1,H2,H3,H4 diterima. Hasil uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *job insecurity* terhadap *job performance* pada karyawan tetap di Bank X Surabaya. Hipotesis pada penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Darvishmotevali *et al.*, (2020) yang mengatakan dalam hasil penelitiannya bahwa *job insecurity* berpengaruh negatif terhadap *job performance* dan menunjukkan hasil yang signifikan. Adanya pandemi COVID-19 merupakan salah satu faktor mengapa beberapa

karyawan merasa khawatir akan pekerjaannya yang kemudian menyebabkan karyawan berpikir bahwa kondisi masa depan atas pekerjaannya tidak pasti. Karyawan merasa tidak berdaya untuk memenuhi apa yang menjadi kebijakan baru di tempat kerja. Jika secara terus menerus karyawan tersebut merasakan ketidaknyamanan dalam bekerja, dampak yang dihadapi karyawan tersebut salah satunya yaitu timbulnya tekanan pada pekerjaannya. Adanya tekanan pekerjaan ini nantinya akan berpengaruh pada kinerja karyawan tersebut. Hal ini bisa saja terjadi karena ketika seorang mengalami stres, kemudian akan berdampak pada penurunan semangat dalam bekerja, ketika karyawan tidak antusias atas pekerjaannya maka karyawan tersebut tidak mampu memenuhi harapan dari organisasi sehingga efektivitas kerja akan menurun. Ketika kinerja karyawan menurun, kondisi tersebut juga akan membawa pengaruh negatif pada perusahaan. *Job insecurity* yang dihadapi oleh seseorang juga akan berhubungan dengan *job performance*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis 2 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara *job insecurity* terhadap *subjective well-being* pada karyawan tetap di Bank X Surabaya. Hipotesis pada penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (bahas dengan teori dari ahli (buku) selanjutnya di dukung oleh jurnal) Darvishmotevali *et al.*, (2020) yang mengatakan dalam hasil penelitiannya bahwa *job insecurity* berpengaruh negatif terhadap *subjective well-being* yang dirasakan karyawan dengan mengurangi tingkat kesejahteraan. Karyawan yang merasakan adanya *job insecurity* yang tinggi juga merasakan kesejahteraan yang dimilikinya telah terganggu. Hal ini bisa saja memunculkan ketidakpastian akan masa depan pekerjaannya karena ketika karyawan kehilangan pekerjaannya dari adanya pengaruh efisiensi yang dilakukan oleh perusahaan selama menghadapi dampak dari pandemi COVID-19. Sehingga hal tersebut akan mengganggu *subjective well-being* yang dimiliki oleh karyawan. Ketika karyawan kehilangan pekerjaan maka karyawan akan kehilangan pencapaian yang sudah diraih selama ini, tidak mendapatkan gaji, dan tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup, oleh karena itu kesejahteraan karyawan dapat terganggu. Namun ketika karyawan dapat merepresentasikan kehidupan yang positif misalnya memiliki motivasi dalam bekerja dan memiliki spiritualitas yang tinggi mampu mengatasi pengaruh negatif dari *job insecurity*. Sehingga adanya *subjective well-being* yang dirasakan oleh karyawan dirasa mampu untuk mengurangi *job insecurity* yang dihadapi.

Berdasarkan hasil uji hipotesis 3 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *subjective well-being* terhadap *job performance* pada karyawan tetap di Bank X Surabaya. Hipotesis pada penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Darvishmotevali *et al.*, (2020) yang mengatakan dalam hasil penelitiannya bahwa *subjective well-being* berpengaruh positif terhadap *job performance* dan menunjukkan hasil yang signifikan. Karyawan yang merasakan bahwa dirinya telah sejahtera dalam menjalani kehidupannya, maka akan merasa cukup dan selalu bersyukur dengan apa yang dimilikinya. Sehingga hal ini akan membawa dampak yang positif, karena ketika karyawan mampu mempersepsikan kesejahteraan yang dimiliki dengan baik, maka dampaknya karyawan tersebut akan merasa bahagia. Ketika karyawan sudah merasa bahagia dengan apa yang dikerjakan, maka energi positif akan muncul sehingga apa yang dikerjakan menjadi lebih dinikmati dan hasil kinerja akan lebih maksimal.

Berdasarkan hasil uji hipotesis 4 dengan menggunakan *sobel test*, telah menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *job insecurity* terhadap *job performance* melalui *subjective well-being* sebagai variabel mediasi. Hipotesis pada penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Darvishmotevali *et al.*, (2020) yang mengatakan dalam hasil penelitiannya bahwa *job insecurity* berpengaruh negatif terhadap *subjective well-being* karyawan sehingga menyebabkan *subjective well-being* menurun, kemudian juga akan berdampak pada *job performance* karyawan. *Subjective well-being* merupakan salah satu faktor utama yang diperlukan bagi karyawan untuk dapat mengatasi *job insecurity*. Dibutuhkan strategi *coping* yang tepat untuk dapat mengendalikan, meminimalkan dari adanya dampak negatif dari *job*

insecurity tersebut. Terlebih dampak negatif adanya *job insecurity* tersebut juga akan mempengaruhi *job performance*. Ketika karyawan tetap Bank X Surabaya mampu mempersepsikan lingkungan kerja yang positif seperti kesejahteraan dalam pekerjaan, mampu mengendalikan *job insecurity* dengan baik, hal ini akan berpengaruh positif pada *job performance*. Jika seorang karyawan mampu mengatasi kelelahan emosional yang dihadapinya dengan baik karena pengaruh dari *subjective well-being*, maka *job performance* karyawan juga akan berpengaruh. Pandemi COVID-19 menjadi salah satu faktor yang menyebabkan timbulnya kekhawatiran karyawan untuk menjalankan pekerjaannya sesuai dengan target yang sudah ditetapkan. Apabila karyawan tidak mampu memenuhi target perusahaan, hal ini akhirnya akan memunculkan perasaan tidak aman atas pekerjaannya. Oleh karena itu dapat mengakibatkan penurunan tingkat kesejahteraan yang dirasakan karena karyawan merasakan cemas dan was-was akan pekerjaannya di masa mendatang. Dampaknya karyawan merasa tidak bahagia dalam melakukan pekerjaannya sekarang, sehingga hal ini dapat membawa pengaruh pada kinerja dari karyawan tersebut. *Job insecurity* akan menurunkan *subjective well-being*, kemudian *subjective well-being* akan menyebabkan *job performance* menurun. Namun ketika *job insecurity* dapat diatasi, *subjective well-being* akan menunjukkan tingkat yang tinggi dan *job performance* menghasilkan hasil yang baik. Apabila semua karyawan dapat merepresentasikan hasil kinerja yang baik kepada perusahaan, maka juga akan berpengaruh pada kesuksesan perusahaan. Hal ini bisa dilihat ketika karyawan mampu mencapai tujuan dari perusahaannya secara optimal. Oleh karena itu, peran adanya mediasi dari *subjective well-being* sangat diperlukan untuk dapat mengendalikan pengaruh dari adanya *job insecurity* yang dirasakan.

PENUTUP

Berdasarkan uji yang dilakukan dan pembahasan pada penelitian, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. *Job insecurity* berpengaruh negatif terhadap *job performance* secara signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *job insecurity* yang dialami oleh karyawan tetap Bank X di Surabaya memungkinkan akan mempengaruhi *job performance* yang rendah ketika menunjukkan hasil *job insecurity* yang tinggi. Artinya, semakin tinggi *job insecurity* yang dirasakan oleh karyawan tetap maka akan semakin rendah *job performance* yang dimiliki.
2. *Job insecurity* berpengaruh negatif terhadap *subjective well-being* secara signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *job insecurity* yang dialami oleh karyawan tetap Bank X di Surabaya memungkinkan *subjective well-being* akan mengalami penurunan dari adanya pengaruh peningkatan *job insecurity* yang dirasakan oleh karyawan tetap. Artinya, semakin tinggi *job insecurity* yang dirasakan oleh karyawan tetap maka akan semakin rendah derajat *subjective well-being* yang dimiliki.
3. *Subjective well-being* berpengaruh positif terhadap *job performance* secara signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *subjective well-being* yang dialami oleh karyawan tetap Bank X di Surabaya dapat mempengaruhi dalam peningkatan *job performance*. Artinya, semakin tinggi *subjective well-being* yang dimiliki oleh karyawan tetap maka akan semakin tinggi pula *job performance* yang dimiliki.
4. *Subjective well-being* secara parsial memediasi hubungan negatif antara *job insecurity* dengan *job performance* secara signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *subjective well-being* dapat menjadi mediasi ketika karyawan tetap Bank X di Surabaya merasakan adanya *job insecurity*. Apabila karyawan tetap dapat mempersepsikan *subjective well-being* dengan baik, maka pengaruh dari adanya peningkatan *job insecurity* dapat dikendalikan dan akan mempengaruhi peningkatan *job performance*.

Maka diharapkan bagi perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan *job performance* karyawan, misalnya dengan merepresentasikan kehidupan yang positif, tidak merasakan ketegangan kerja yang sifatnya negatif yaitu seperti timbulnya stres, dan

diharapkan karyawan mampu mencapai target perusahaan. Kemudian perusahaan diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan subyektif, yaitu ketika karyawan merasakan adanya *well-being* yang diberikan di tempat kerja dan tidak mengalami adanya depresi saat bekerja maka karyawan merasakan *subjective well-being* di tempat kerjanya dengan baik. Ketika perusahaan mampu memberikan kesejahteraan kepada karyawannya maka karyawan akan merepresentasikan hasil kerja yang baik berupa perasaan bahagia dalam mengerjakan pekerjaannya, memiliki semangat kerja, memiliki sumber daya yang bagus misalnya dengan adanya motivasi personal.

DAFTAR PUSTAKA

- Babin, B. J., & Boles, J. S. (1998). "Employee Behavior in a Service Environment: A Model and Test of Potential Differences between Men and Women." *Journal of Marketing*, 62(2), 77. doi:10.2307/1252162.
- Bergheim, K., Eid, J., Hystad, S. W., Nielsen, M. B., Mearns, K., Larsson, G., & Luthans, B. (2013). "The Role of Psychological Capital in Perception of Safety Climate Among Air Traffic Controllers." *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 20(2), 232–241. doi:10.1177/1548051813475483.
- Costa, Sandra, and Pedro Neves. (2017). "Job insecurity and work outcomes: The role of psychological contract breach and positive psychological capital." *Work & Stress* 31.4: 375-394.
- Darvishmotevali, M., Arasli, H., & Kilic, H. (2017). *Effect of job insecurity on frontline employee's performance. International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Darvishmotevali, Mahlagha, and Faizan Ali. (2020). "Job insecurity, subjective well-being and job performance: The moderating role of psychological capital." *International Journal of Hospitality Management* 87: 102462.
- De Witte, H., & Naswall, K. (2003). "Objective vs Subjective' Job Insecurity: Consequences of Temporary Work for Job Satisfaction and Organizational Commitment in Four European Countries." *Economic and Industrial Democracy*, 24(2), 149–188. doi:10.1177/0143831x03024002002
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). "The Satisfaction With Life Scale". *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71–75. doi:10.1207/s15327752jpa4901_13.
- Greenhalgh, L., & Rosenblatt, Z. (1984). *Job insecurity: Toward conceptual clarity. Academy of Management review*, 9(3), 438-448.
- Harms, P. D., Krasikova, D. V., & Luthans, F. (2018). "Not Me, But Reflects Me: Validating a Simple Implicit Measure of Psychological Capital." *Journal of Personality Assessment*, 1–12. doi:10.1080/00223891.2018.1480489.
- Hu, S., Jiang, L., Probst, T. M., & Liu, M. (2018). *The relationship between qualitative job insecurity and subjective well-being in Chinese employees: The role of work–family conflict and work centrality. Economic and Industrial Democracy*, 0143831X18759793.
- Kuncara, T., Tulus P.J., Diah A., et al., (Ed.). (2020). "Prediksi Ekonomi Indonesia Pasca COVID-19". Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). "Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction." *Personnel psychology*, 60(3), 541-572.
- Luthans, F., Avey, J. B., & Patera, J. L. (2008). "Experimental analysis of a web-based training intervention to develop positive psychological capital." *Academy of Management Learning & Education*, 7(2), 209-221.
- Motowidlo, S. J., & Kell, H. J. (2012). "Job performance". *Handbook of Psychology, Second Edition*, 12.

- Nikolaev, B., Boudreaux, C. J., & Wood, M. (2020). *Entrepreneurship and subjective well-being: The mediating role of psychological functioning*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(3), 557-586.
- Ozili, P. K., & Arun, T. (2020). *Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy*. Available at SSRN 3562570.
- Probst, Tahira M., et al. (2017). "Psychological capital: Buffering the longitudinal curvilinear effects of job insecurity on performance." *Safety science* 100: 74-82.
- Salgado Velo, J. F., Blanco, S., & Moscoso Ruibal, S. (2019). "Subjective well-being and job performance: testing of a suppressor effect."
- Salgado, J. F., Blanco, S., & Moscoso, S. (2019). *Subjective well-being and job performance: Testing of a suppressor effect*. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 35(2), 93-102.
- Stiglbauer, B., & Batinic, B. (2015). *Proactive Coping with Job Insecurity-Beneficial or Harmful*. *Work Stress*, 29, 264-285.
- Van Vuuren, Tinka, Jeroen P. de Jong, and Peter GW Smulders. (2019). "The association between subjective job insecurity and job performance across different employment groups." *Career Development International*.
- Viswesvaran, C., & Ones, D. S. (2000). "Perspectives on models of job performance". *International Journal of Selection and Assessment*, 8(4), 216-226.
- Wang, Hai-jiang, Chang-qin Lu, and Oi-ling Siu. (2015). "Job insecurity and job performance: The moderating role of organizational justice and the mediating role of work engagement." *Journal of Applied Psychology* 100.4: 1249.
- Webb, D., & Wills-Herrera, E. (Eds.). (2012). "Subjective well-being and security" (Vol. 46). *Springer Science & Business Media*.

ANALISIS EFISIENSI TEKNIS PRODUKSI PADI SAWAH DI KABUPATEN PESISIR SELATAN

Dwiana Anisa Fitri, Alpon Satrianto

Universitas Negeri Padang

dwiaanaanisafitri@gmail.com, alponsatrianto@fe.unp.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of planting area, urea fertilizer, labor on rice production in Pesisir Selatan District. This type of research is a quantitative research that uses secondary data with panel data type, namely a combination of cross section data with 14 sub-districts in Pesisir Selatan Regency and time series data from 2013 to 2020, namely for 8 years. Data analysis techniques in this study using multiple linear regression analysis with panel data test and with stochastic frontier analysis (SFA). The results of the study concluded that planting area and labor had a positive and significant effect on rice production in Pesisir Selatan District. Urea fertilizer has a negative and insignificant effect on rice production in Pesisir Selatan District. The average level of technical efficiency of lowland rice in Pesisir Selatan Regency is 0.93 (93%), which means that the average rice production is said to be efficient because it is above 80%.

Keywords : *Planted Area, Urea Fertilizer, Labor, Technical Efficiency, Rice Production.*

Abstrak

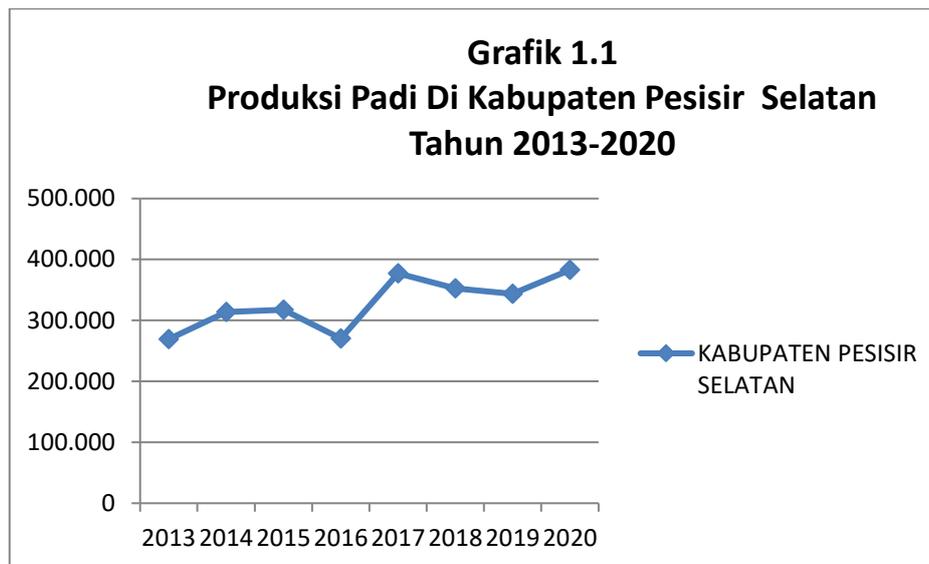
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh luas tanam, pupuk urea, tenaga kerja terhadap Produksi Padi di Kabupaten Pesisir Selatan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder dengan jenis data panel yaitu gabungan data *cross section* dengan 14 Kecamatan di Kabupaten Pesisir Selatan dan data *time series* dari tahun 2013 sampai 2020 yakni selama 8 tahun. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji data panel serta dengan *stochastic frontier analysis* (SFA). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa luas tanam dan tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produksi Padi di Kabupaten Pesisir Selatan. Pupuk urea berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Produksi Padi di Kabupaten Pesisir Selatan. Rata-rata tingkat efisiensi teknis padi sawah di Kabupaten Pesisir Selatan mencapai 0,93 (93%), yang artinya rata-rata produksi padi tersebut dikatakan sudah efisien karena berada diatas 80%.

Kata Kunci : Luas Tanam, Pupuk Urea, Tenaga Kerja, Efisiensi Teknis, Produksi padi.

PENDAHULUAN

Sebagian besar dari masyarakat dunia terutama dari negara berkembang termasuk Indonesia menjadikan padi sebagai makanan pokok yang dikonsumsi untuk memenuhi pangan setiap hari. Padi sebagai makanan pokok dapat memenuhi 56 – 80% kebutuhan kalori penduduk di Indonesia (Nursalam, 2016).

Lahan rawa merupakan jenis tanah yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan produksi padi, di antaranya yang terdapat di kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat. Kabupaten Pesisir Selatan yang merupakan salah satu penyangga produksi beras di Sumatera Barat. Berdasarkan BPS Sumatera Barat tahun 2020 Pesisir Selatan urutan ke-4 produksi padi terbanyak di Sumatera Barat.



Sumber : BPS Kabupaten Pesisir Selatan

Dari grafik 1 dibawah ini dapat dilihat bahwa sepanjang tahun 2013-2020 terjadi beberapa kali penurunan produksi padi, yakni pada tahun 2016, 2018, dan 2019. Hal tersebut terjadi karena adanya ketidakmampuan petani dalam menghasilkan output maksimal dengan menggunakan input tertentu sehingga terjadi inefisiensi. Pada grafik 1 diatas terdapat produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan yakni pada tahun 2015 ke tahun 2016 mengalami penurunan dengan total produksi 270.221 ton.

Hasil produksi padi sangat dipengaruhi oleh input yang digunakan dalam proses produksi. Input yang digunakan adalah pupuk, pestisida, benih, serta yang menjadi input penting adalah ketersediaan lahan. Dengan jumlah penduduk yang lebih tinggi dibandingkan dengan kemampuan produksi bahan makanan menjadi suatu permasalahan bagi bangsa Indonesia. Penghambat meningkatnya jumlah produksi padi adalah kurang atau lambatnya peningkatan produktivitas (Juliyanti Usman, 2018).

Dengan lahan yang luas serta subur Kabupaten Pesisir Selatan berpotensi menghasilkan yang bagus. Sejauh ini petani di Kabupaten Pesisir Selatan sangat bersemangat untuk mengolah lahan pertanian, sehingga diharapkan ketersediaan pangan bagi masyarakat tetap stabil. Lahan sawah beririgasi yang tersebar di wilayah Kabupaten Pesisir Selatan harus terus ditingkatkan untuk mendorong produksi padi yang menjadi sumber ekonomi masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis tertarik meneliti tentang produksi padi, faktor penyebab dan akibat yang ditimbulkannya yang tertuang dalam judul "Faktor Yang Mempengaruhi Dan Efisiensi Teknis Produksi Padi di Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2013-2020".

LANDASAN TEORI

Teori Produksi

Produksi adalah proses mengkombinasikan dan mengolah input ke dalam output (Case & Fair, 2007). Produksi adalah sebagai suatu kegiatan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menghasilkan barang dan jasa untuk menaikkan utility dari barang-barang ekonomi. Arti lain dari produksi adalah sebagai kegiatan yang menciptakan atau menambah nilai guna (utility) suatu barang agar memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, produksi hanya meliputi perubahan dalam fisik untuk menghasilkan suatu barang dalam jumlah tertentu dalam satu periode. Sumber daya produksi termasuk benda-benda yang disediakan atau diciptakan manusia digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa yang diperlukan oleh manusia.

Menurut ilmu ekonomi istilah produksi yaitu suatu proses menggabungkan masukan (input) dan mengubahnya menjadi keluaran output (Case & Fair, 2007). Menurut Pindyck (2006) kaitan antara masukan pada proses produksi dengan hasil keluaran digambarkan oleh fungsi produksi. Suatu fungsi produksi menunjukkan keluaran Q yang dihasilkan suatu perusahaan untuk setiap kombinasi masukan tertentu. Asumsi ada dua masukan, tenaga kerja (labor) L, dan modal (capital) K. Dengan demikian persamaan fungsi produksi dinyatakan sebagai berikut:

$$Q=f(K,L).....(1)$$

Dimana Q adalah tingkat output , K adalah barang modal dan L adalah tenaga kerja.

Fungsi Produksi Cobb-Douglas

Fungsi Produksi Cobb-Douglas adalah suatu persamaan menggunakan dua atau lebih variabel, satu merupakan variabel yang dijelaskan atau variabel dependen (Y) dan lainnya merupakan variabel independen atau yang menjelaskan (X). Cobb-Douglas adalah fungsi produksi yang paling sering digunakan dalam penelitian empiris (Stacey solava, 2003). Fungsi produksi dimana $\sigma = 1$ (elastisitas substitusi) disebut fungsi Cobb-Douglas, dituliskan:

$$Q = f (K, L) = A K^a L^b.....(2)$$

Dimana A, a dan b semuanya adalah konstanta positif. Besarnya suatu produksi yang dapat dicapai oleh petani ditentukan oleh efisiensi penggunaan unsur produksi seperti tanah, modal, benih, air dan pengelolaannya, fungsi produksi merupakan suatu hubungan fungsional antara input dan output dalam suatu proses produksi.

Penggunaan fungsi produksi stochastic frontier Cobb-Douglas dalam analisis efisiensi produksi sudah cukup luas, baik untuk meng-kaji permasalahan di negara-negara maju maupun berkembang (Yoko, Syaukat, and Fariyanti 2017).

Efisiensi Produksi

Efisiensi merupakan perbandingan antara output dengan masukan input atau jumlah yang dihasilkan dari satu input yang dipergunakan. Suatu perusahaan dapat dikatakan efisien jika suatu Perusahaan menggunakan input dengan jumlah yang sedikit dibandingkan perusahaan lain tetapi dapat menghasilkan jumlah output yang sama; (2) Perusahaan menggunakan jumlah input yang sama dengan perusahaan lain namun perusahaan dapat menghasilkan jumlah output yang lebih banyak. Efisiensi digunakan untuk mengukur besarnya tingkat produksi yang dicapai oleh petani dengan menggunakan input tertentu (Wilujeng, 2021).

Efisiensi teknis (*technical efficiency*) yang merupakan kemampuan perusahaan untuk mencapai level output yang optimal dengan menggunakan tingkat input tertentu. Efisiensi ini mengukur proses produksi dalam menghasilkan sejumlah output tertentu dengan menggunakan input seminimal mungkin. Dapat diartikan bahwa suatu proses produksi dikatakan efisiensi secara teknis apabila output dari suatu barang tidak dapat lagi ditingkatkan tanpa mengurangi output dari barang lain (College) and University) 2015).

Jika peningkatan suatu output memerlukan pengurangan minimal satu output lainnya atau meningkatnya penggunaan minimal satu input, dan jika pengurangan satu input membutuhkan peningkatan minimal satu input lain atau berkurangnya minimal satu output maka sudah dapat dikatakan efisien secara teknis (Tinaprilla et al. 2013)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dan asosiatif. Penelitian ini menggunakan data panel yaitu gabungan data *cross section* dan *time series*. Data *cross section* disini peneliti menggunakan 14 Kecamatan yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan sedangkan data *time series* yaitu dari tahun 2013-2020.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi, yaitu

pengumpulan data yang diperoleh dari lembaga atau instansi terkait. Dimana data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang terdapat pada BPS untuk mengumpulkan bahan acuan dan buku-buku yang relevan untuk mendapatkan landasan teoritis yang akan digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian dan buku-buku statistik berkaitan dengan penelitian.

Defenisi Operasional

Variabel Dependen

Produksi usahatani padi sawah dihasilkan oleh setiap Kecamatan Pesisir Selatan yang dimaksud diukur dalam satuan ton dalam penelitian ini adalah keseluruhan padi yang telah di produksi oleh petani Pesisir Selatan. Produksi padi dalam penelitian ini dapat dilihat dan diketahui setelah data diolah dari ketiga variabel independen sesuai dengan periode penelitian ini yaitu 2013-2020.

Variabel Independen

Luas Tanam

Dalam penelitian ini adalah Luas lahan yang ditanami padi di Kabupaten Pesisir Selatan yang diukur dalam satuan ton pada tahun 2013-2020 .

Pupuk Urea

Pemakaian pupuk urea pada lahan sawah yang ditanami padi di Kabupaten Pesisir Selatan diukur dalam satuan ton pada tahun 2013-2020.

Tenaga Kerja

Tenaga kerja dalam penelitian ini diukur dari jumlah kelompok tani perkecamatan di Kabupaten Pesisir Selatan pada tahun 2013-2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Induktif

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh luas tanam, pupuk urea, dan tenaga kerja terhadap Produksi Padi di Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2013-2020.

Uji Chow

Dari tabel 2 dapat kita lihat hasil analisis di atas menunjukkan nilai probabilitas *ChiSquare* 0.6044 dikarenakan nilai probabilitas *Chi-Square* > 0,05. Maka estimasi model yang lebih tepat digunakan pada uji ini adalah model *common effect*.

Tabel 1
Hasil Chow Test

Effect Test	Statistic	d.f	Prob.
<i>Cross Section F</i>	0.759643	(13,95)	0.6998
<i>Cross Section Chi-Square</i>	11.076319	13	0.6044

Sumber : Output olah data menggunakan Eviews9

Uji Hausman

Tabel 2
Uji Hausman

Test summary	Chi-Sq. Statistic	Chi – Sq. D.f.	Prob.
Cross Section Random	7.462992	3	0.0585

Sumber : Output olah data menggunakan Eviews9

Hasil Uji *Hausmant Test* menunjukkan bahwa hasil *probabilitas Cross section random* sebesar 0.0585 atau lebih besar dari alfa (> 0.05). Dengan demikian dapat diketahui bahwa model yang lebih tepat digunakan adalah model *random effect*.

Uji Lagrange

Tabel 3
 Hasil Uji Lagrange

Test Hypotesis			
	Cross Section	Time	Both
Breusch-Pagan	4.05385 (0.0441)	16.95610 (0.0000)	21.00995 (0.0000)

Sumber : Output olah data menggunakan Eviews9

Hasil Uji *Lagrange Test* menunjukkan hasil Probabilitas Cross Section dan Both sebesar (0,0000) atau kecil dari alfa ($< 0,005$) . Dengan demikian dapat diketahui Sbahwa model yang lebih tepat digunakan adalah model *random effect*. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa model yang lebih tepat digunakan untuk mengetahui pengaruh luas tanam, pemakaian pupuk urea dan tenaga kerja terhadap produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan adalah model *random effect*.

Analisis Model Terbaik
Analisis Data Panel

Nilai B_0 sebesar 2.33 berarti apabila semua variabel independen yaitu (luas tanam, pupuk urea, dan tenaga kerja) dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka produksi padi sebesar 2.33.

Nilai B_1 sebesar 0.867226 berarti ketika variabel luas tanam naik sebesar satu satuan maka produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan juga mengalami kenaikan sebesar 0.867226 dengan asumsi produksi padi tetap.

Nilai B_2 sebesar 0.028603 berarti ketika variabel pupuk urea naik sebesar satu satuan maka produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan mengalami kenaikan sebesar 0.028603 dengan asumsi produksi padi tetap.

Nilai B_3 sebesar 0.048827 berarti ketika variabel tenaga kerja naik sebesar satu satuan maka produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan juga mengalami kenaikan sebesar 0.048827 dengan asumsi produksi padi tetap.

Tabel 4
 Random Effect Model

Variabel	Coeficient	t-Statistic	Probabilitas
Ln Konstanta	2.333334	9.181872	0.0000
Ln Luas Tanam	0.867226	15.86379	0.0000
Ln Pupuk Urea	0.028603	0.543466	0.5879
Ln Tenaga Kerja	0.048827	2.373860	0.0072

Sumber : Output olah data menggunakan Eviews9

Analisis SFA (Stochastic Frontier Analysis)

Berdasarkan hasil Tabel 6 diatas dapat diketahui b nilai Ratio *Generalized Likelihood* (LR) sebesar 0.27580704 lebih kecil dari nilai kode palm yaitu 2.706, artinya tidak terdapat inefisiensi pada produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan, terbukti melalui nilai γ (gamma) $0.2946 > 0$ artinya menunjukkan adanya kesalahan atau error yang disebabkan oleh faktor produksi serta ditemukan perbedaan antara produksi di lapang dengan produksi maksimum. Sehingga fungsi produksi frontier stochastic dalam penelitian ini mampu menjelaskan adanya tingkat efisiensi teknis padi sawah di Kabupaten Pesisir Selatan.

Tabel 5

Hasil Pengujian Estimasi *Maximum Likelihood* Metode SFA Produksi Padi di Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2013-2020

Variabel	<i>Maximum Likelihood Estimate</i>		
	Koefisien	SD.error	t-ratio
Konstanta	2.4395388	0.37624295	6.4839457
luas tanam	0.86081192	0.60351662	14.263268
Pupuk urea	0.32277268	0.53148570	0.60730267
Tenaga Kerja	0.47987427	0.17646466	2.7193788
Sigma squared	0.27992842	0.18502825	1.5128955
Gamma	0.29468327	0.81553514	0.36133730
Ratio generalized likelihood (LR)	0.27580704		

Sumber : output Frontier 4.1Data Diolah

Berpengaruh nyata pada taraf 95% ($\alpha=0.05$) t tabel (1.981). Variabel luas tanam menunjukkan nilai t hitung sebesar 14.263 > t tabel (1.981). nilai tersebut menjelaskan bahwa luas tanam berpengaruh signifikan terhadap produksi padi. Variabel pupuk urea menunjukkan nilai t hitung sebesar 0.607 < t tabel (1.981). nilai tersebut menjelaskan bahwa pupuk urea tidak berpengaruh signifikan terhadap produksi padi. Variabel tenaga kerja menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.719 > t tabel (1.981). nilai tersebut menjelaskan bahwa tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap produksi padi.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6
Hasil Uji F

Random Effect Model	
Prob (F-statistic)	0.000000
F-statistic	360.2924
R-squared	0.909158
Adjusted R-squared	0.906635

Sumber : Output olah data menggunakan Eviews9

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya F- statistik sebesar 360.2924 dan nilai probabilitas (F-statistik) sebesar 0.000000. Sehingga nilai probabilitas (F-statistik) lebih kecil dari alfa ($\alpha < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7
Hasil Uji t

Variabel	Coefficient	t-statistik	Prob.	Standar Prob.
Ln Luas Tanam	0.867226	15.86379	0.0000	5%
Ln Pupuk Urea	0.028603	0.543466	0.5879	5%
Ln Tenaga Kerja	0.048827	2.737860	0.0072	5%

Sumber : Output olah data menggunakan Eviews9

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa variabel independen yaitu variabel luas tanam dan tenaga kerja berpengaruh signifikan sedangkan variabel pupuk urea tidak berpengaruh signifikan terhadap produksi padi di karenakan nilai signifikansi lebih kecil dari standar probabilitasnya ($>0,05$), yaitu luas tanam nilai signifikannya $0.0000 < 0,05$ dan

tenaga kerja $0,0072 < 0,05$. Berbeda halnya dengan pupuk urea yang mana tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kemiskinan, karena nilai signifikannya lebih besar dari standar probabilitas ($>0,05$) dimana nilai signifikannya yaitu $0,5879 > 0,05$.

Uji Determinasi

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0.909158 yang berarti bahwa produksi padi Kabupaten Pesisir Selatan tahun 2013-2020 sebesar 90,9% dipengaruhi oleh variabel luas tanam, pupuk urea dan tenaga kerja, sedangkansisanya ($100\% - 91,4\% = 8,6\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian yang penulis lakukan.

Tabel 8
Hasil Uji R^2

Random Effect Model	
Prob (F-statistic)	0.000000
F-statistic	360.2924
R-squared	0.909158
Adjusted R-squared	0.906635

Sumber : Output olah data menggunakan Eviews9

Tingkat Efisiensi Teknis

Setelah setiap Kecamatan dirata-ratakan efisiensi teknisnya dapat dilihat bahwa yang memiliki rata-rata tingkat efisiensi teknis tertinggi adalah Kecamatan Bayang yakni sebesar 93,75% dan yang terendah adalah Kecamatan Lunang yakni sebesar 92,42%. Jika tingkat efisiensi teknis berada pada nilai $> 0,8$ (80%) maka dapat dikatakan sudah efisien secara teknis. Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat efisiensi teknis produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan Menurut Kecamatan diatas 80% sehingga dapat dikatakan sudah efisien secara teknis.

Tabel 9
Hasil Sebaran Analisis Efisiensi Teknis Produksi Padi di Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2013-2020

Interval	Efisiensi Per Tahun
< 0.8	0
> 0.8	112
Jumlah	112
Rata – Rata	0.93
Maksimum	0.96
Minimum	0.84

Sumber : Frontier 4.1 Data Diolah

PEMBAHASAN

Pengaruh Luas Tanam Terhadap Produksi Padi Di Kabupaten Pesisir Selatan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel luas tanam memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas variabel luas tanam sebesar $0,0000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukan H_0 diterima dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel luas tanam terhadap produksi padi.

Sumberdaya lahan merupakan sumberdaya alam yang sangat penting untuk kelangsungan hidup manusia karena diperlukan dalam setiap kegiatan manusia. Penggunaan sumberdaya lahan khususnya untuk kegiatan pertanian pada padi umumnya di tentukan oleh kemampuan lahan dan kesesuaian lahan. Lahan sawah memiliki fungsi strategis, karena merupakan penyedia bahan pangan utama bagi penduduk Indonesia (Defriyanti 2019).

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asriyanto, 2017) yang meneliti mengenai pengaruh luas tanam dan pupuk terhadap produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel luas tanam memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap produksi padi, artinya semakin luas lahan tanam yang digunakan maka produksi padi yang dihasilkan juga akan semakin meningkat.

Hasil ini penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Defriyanti 2019) yang meneliti tentang pengaruh luas lahan sawah dan luas tanam terhadap produksi padi di Sumatera Selatan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel luas tanam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap produksi padi.

Pengaruh Pupuk Urea Terhadap Produksi Padi Di Kabupaten Pesisir Selatan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel pupuk urea memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas variabel pupuk urea sebesar $0.5879 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan H_0 ditolak dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan variabel pupuk urea terhadap produksi padi.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hilalullaily , 2021) yang meneliti analisis efisiensi usahatani padi di Jawa dan luar Jawa, kajian prospek peningkatan produksi padi. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pupuk urea memiliki hubungan positif dan tidak signifikan. Terlihat bahwa penambahan pemakaian pupuk urea tidak selalu meningkatkan hasil produksi padi dalam kegiatan usahatani padi.

Pengaruh Tenaga Kerja Terhadap Produksi Padi Di Kabupaten Pesisir Selatan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel tenaga kerja memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas variabel luas tanam sebesar $0.0072 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan H_0 diterima dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel tenaga kerja terhadap produksi padi.

Dalam usaha tani tenaga kerja adalah salah satu faktor produksi yang utama, dimaksudkan adalah mengenai kedudukan si petani dalam usaha tani. Petani dalam usaha tani tidak hanya menyumbangkan tenaga saja, tapi lebih dari pada itu. Petani adalah pemimpin (manager) usaha tani, mengatur organisasi produksi secara keseluruhan. Jadi disini kedudukan petani sangat menentukan dalam usahatani.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Rivanda, 2015) yang meneliti tentang analisis efisiensi usahatani padi di kabupaten karawang. Penelitian ini menyebutkan bahwa variabel tenaga kerja memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap produksi padi.

Tingkat Efisiensi Teknis Produksi Padi di Kabupaten Pesisir Selatan

Tingkat efisiensi teknis di Kabupaten Pesisir Selatan dihitung menggunakan fungsi produksi *frontier stochastic* dengan sebaran hasil analisis efisiensi teknis yang ditunjukkan pada Tabel 10. Capaian nilai efisiensi teknis dikatakan belum efisien apabila indeks nilai yang dimiliki kurang dari 0,8 dan dikatakan efisien ketika indeks tersebut mencapai angka lebih dari 0,8. Nilai rata-rata tingkat efisiensi teknis usahatani padi di Kabupaten Pesisir Selatan mencapai 0,93 (93%), yang artinya nilai rata-rata produksi padi tersebut dikatakan sudah efisien karena kemampuan efisiensi teknis mencapai 93% dengan nilai efisiensi tertinggi sebesar 96% dan nilai terendah sebesar 84%.

Petani padi di Kabupaten Pesisir Selatan dapat meningkatkan produksi padi dengan pengetahuan dan keterampilan serta dengan penggunaan teknologi dalam menjalankan usahatani padi tersebut. Rata-rata angka efisiensi teknis di Kabupaten Pesisir Selatan lebih besar daripada hasil dari penelitian (Rivanda, 2015) dengan penelitian analisis efisiensi usahatani padi sawah di kabupaten karawang dengan rata-rata tingkat efisiensi teknis sebesar 75%. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan

oleh (Nitatianto 2017) pada analisis efisiensi usahatani padi di Kabupaten Sragen sebesar 81%.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai Faktor Yang Mempengaruhi Dan Efisiensi Teknis Produksi Padi Sawah di Kabupaten Pesisir Selatan, maka dapat di ambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Terdapat pengaruh positif signifikan variabel luas tanam terhadap produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan. Terdapat pengaruh negatif tidak signifikan variabel pupuk urea terhadap produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel tenaga kerja terhadap produksi padi di Kabupaten Pesisir Selatan. Nilai rata-rata tingkat efisiensi teknis usahatani padi di Kabupaten Pesisir Selatan mencapai 0,93 (93%), yang artinya nilai rata-rata produksi padi tersebut dikatakan sudah efisien karena kemampuan efisiensi teknis mencapai 93% dengan nilai efisiensi tertinggi sebesar 96% dan nilai terendah sebesar 84%.

DAFTAR RUJUKAN

- College, Karl E. Case (wellesley, and Ray C. Fair (yale University). 2015. *Prinsip-Prinsip Ekonomi, Edisi 9 Jilid 1. Vol. 1.*
- Defriyanti, Wenni Tania. 2019. "Pengaruh Luas Lahan Sawah Dan Luas Tanam Terhadap Produksi Padi Di Sumatera Selatan Melalui Analisis Regresi." *Publikasi Penelitian Terapan Dan Kebijakan* 2(2):122–25. doi: 10.46774/pptk.v2i2.94.
- Hilalullaily, Rivani, Nunung Kusnadi, and Dwi Rachmina. 2021. "Analisis Efisiensi Usahatani Padi Di Jawa Dan Luar Jawa, Kajian Prospek Peningkatan Produksi Padi Nasional." *Jurnal Agribisnis Indonesia* 9(2):143–53. doi: 10.29244/jai.2021.9.2.143-153.
- Juliyanti, Juliyanti, and Umaruddin Usman. 2018. "Pengaruh Luas Lahan, Pupuk Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Produksi Padi Gampong Matang Baloi." *Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal* 1(1):31. doi: 10.29103/jepu.v1i1.501.
- Nitatianto, Dipo. 2017. "Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi Pada Usahatani Padi Organik Dan Padi Anorganik." *Salemba Empat* 132.
- Nursalam, 2016, metode penNursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. . (2013). Padi, Produksi, D. I. Kabupaten, and Pesisir Selatan. 2017. "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Padi Di Kabupaten Pesisir Selatan." Vol. 1.
- Rivanda, Dean Riza, Wini Nahraeni, and Arti Yusdiarti. 2015. "Analisis Efisiensi Teknis Usahatani Padi Sawah (Pendekatan Stochastic Frontier)." *Jurnal Agribisains* 1(1):1–13.
- Stacey solava and Norbert Delatte. 2003. *Demographic Research* 49(0):1-33 : 29 pag texts + end notes, appendix, referen.
- Tinaprilla, Netti, N. Kusnadi, B. Sanim, and D. B. Hakim. 2013. "Analisis Efisiensi Teknis Usahatani Padi Di Jawa Barat Indonesia." *Agribusiness Journal* 7(1):15–34. doi: 10.15408/aj.v7i1.5168.
- Wilujeng, Ersya Desta. 2021. "Efisiensi Teknis Dan Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Padi Di Kabupaten Lamongan." Yoko, Budi, Yusman Syaikat, and Anna Fariyanti. 2017. "Analisis Efisiensi Usahatani Padi Di Kabupaten Lampung Tengah." *Jurnal Agribisnis Indonesia* 2(2):127. doi: 10.29244/jai.2014.2.2.127-140.

PENGARUH *ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY* TERHADAP *GREEN ENTREPRENEURIAL INTENTION* YANG DIMEDIASI OLEH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN

Linda Maryani, Endang Supardi
Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia
lindamaryani20@upi.edu, endang-supardi@upi.edu

Abstrak

Green entrepreneurial Intention sebagai salah satu bentuk sikap individu dapat dipengaruhi oleh kinerja dan lingkungan sosial dapat dipengaruhi *self-efficacy*, individu yang terlibat di dalam organisasi bisnis tersebut. Realisasi hal tersebut perlu dilakukan penelitian untuk menguji secara empiris Pengaruh *Green Entrepreneurial Intention* terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy* yang dimediasi oleh Pendidikan Kewirausahaan. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh yang diukur secara subjektif oleh mahasiswa. Tidak sedikit pelaku bisnis hanya mementingkan keuntungan diperoleh, terlepas dari ancaman terhadap keasrian lingkungan. Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini dengan memakai teknik *Proportional Allocation*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* yang dimediasi oleh pendidikan kewirausahaan. Hal tersebut berdasarkan dari pengujian hipotesis parsial dan simultan dimana masing-masing variable tersebut terdapat pengaruh. Kata kunci: *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Green Entrepreneurial Intention*, Pendidikan kewirausahaan.

Abstract

Green entrepreneurial Intention as a form of individual attitude can be influenced by performance and the social environment can be influenced by self-efficacy, individuals involved in the business organization. In realizing this, it is necessary to conduct research to test empirically the Effect of Green Entrepreneurial Intention on Entrepreneurial Self-Efficacy mediated by Entrepreneurship Education. The main objective of this study was to examine the effect as measured subjectively by students. Not a few business people only care about profits, regardless of threats to environmental sustainability. This type of research is quantitative using survey methods. The sample collection technique in this study used the Proportional Allocation technique. The results of this study indicate that there is an influence of Entrepreneurial Self-Efficacy on Green Entrepreneurial Intention which is mediated by entrepreneurship education. This is based on hypothesis testing partial and simultaneous where each of these variables has an influence.
Keywords: *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Green Entrepreneurial Intention*, *Entrepreneurship education*.

LATAR BELAKANG

Isu tentang kegiatan wirausaha memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini terlihat dari fenomena meningkatnya minat dalam berwirausaha, yang telah mengangkat wacana manajemen dan ekonomi terdepan selama sepuluh tahun terakhir (Nguyen, 2020). Kesenjangan pada kemajuan dunia bisnis saat ini lebih mengutamakan keuntungan dan bersikap lepas tangan terhadap dampak yang menyebabkan kerugian, diantaranya seperti tuntutan kebutuhan, eksploitasi sumber daya alam tanpa memikirkan masa depan, pemanasan global yang menyebabkan pengurangan keanekaragaman flora fauna, keserakahan manusia, pencemaran lingkungan, dan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin pesat dapat menjadikan alasan objek bisnis kelompok masyarakat maupun perorangan. Pentingnya sumber daya alam sebagai objek wirausaha didasarkan pada kemampuan berpikir kreatif dan berorientasi pada manajemen produksi yang lebih bersih atau praktik lingkungan (Hussain et al., 2021).

Akibat rendahnya tingkat kemampuan kesadaran sumber daya manusia menyebabkan timbulnya kelangkaan akan minat dan kesadaran terhadap perkembangan bisnis dimasa yang akan datang.

Berdasarkan data dari MIKTI (Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia) jumlah *startup* hingga tahun 2021 sebanyak 1.180 perusahaan *starup* dalam negeri. Diantaranya mayoritas berada di wilayah Bekasi, Bogor, Tangerang, Jakarta dan Depok dengan jumlah total 482 *startup*. Jumlah *startup* terbanyak berikutnya masih berada di wilayah Pulau Jawa, yaitu Malang dengan 115 *starup*, diikuti Kota Bandung dengan 94 *startup* dan Yogyakarta dengan 96 *startup*. Kemudian Makassar dengan 61 *startup*, Denpasar 59 *startup*, dan Surabaya 52 *startup*. Sementara itu Solo dengan jumlah 51 *startup*, Medan 49 *startup* dan Pekanbaru 37 *startup*.

Hasil survei *The Global Entrepreneurship and Development Institute* (GEDI) melaporkan bahwa berdasarkan *Global Entrepreneurship Index* (GEI) pada tahun 2019, Indonesia memperoleh skor rendah dan berada ke-7 diposisi 5 dari 137 negara, dengan peringkat pada aspek *Entrepreneurial Attitudes* ke-63, *Entrepreneurial Abilities* ke-65 dan *Entrepreneurial Aspirations* ke-102 (GEDI, 2019). Hal tersebut dapat diproyeksikan bahwa minat berwirausaha di Indonesia masih tergolong rendah. Motivasi berwirausaha yang rendah karena diawali dengan sikap negatif terhadap profesi kewirausahaan, mengadopsi sikap positif terhadapnya akan menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan menghasilkan calon-calon yang berbakat. (Mulyadi & Prawiranegara, 2018).

Green economy menjadi paradigma baru dalam dunia ekonomi dan menjadi strategi pembangunan berkelanjutan (*sustainable*) yang lebih mengutamakan keseimbangan antara nilai sosial, lingkungan dan ekonomi (Suci Utami, 2019). Melalui *green economy* dapat berkontribusi pada penyelesaian masalah yang berkaitan dengan lingkungan, eksploitasi sumber daya alam yang langka, dan kemakmuran mereka yang menempati piramida ekonomi (Hameed et al., 2021). Motivasi menjadi pengusaha ramah lingkungan sangat dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi. Langkah itu perlu penjelasan secara detil yang menunjukkan bahwa penerapan *green input*, *green process* dan *green output* dapat memberikan pengusaha keunggulan kompetitif (Suci Utami, 2019). *Input* ramah lingkungan (*green input*) dapat dilakukan tanpa menggunakan penyedap dan bahan baku yang sehat seperti pewarna makanan, kemudian proses ramah lingkungan (*green process*) hal itu bisa diwujudkan melalui pengolahan yang mengutamakan kesehatan, seperti penggunaan minyak goreng yang sehat dan pembersihan secara rutin.. *Output* ramah lingkungan (*green output*) dapat diwujudkan dengan pengemasan yang sehat.

Entrepreneurial self-efficacy adalah kapasitas individu untuk memobilisasi motivasi, sumber daya kognitif, dan tindakan khusus sebagai prasyarat untuk keberhasilan kewirausahaan (Dissanayake, 2013). Secara umum, bahwa *Entrepreneurial Self-Efficacy* mengacu pada keyakinan seseorang, khususnya dalam kapasitas mereka untuk melakukan peran dan tugas dengan tujuan mencapai hasil kewirausahaan (Sutandy, 2020). Sejauh ini mengenai efek pendidikan kewirausahaan, para peneliti menemukan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah institusi pendidikan tinggi yang menawarkan pendidikan kewirausahaan, dengan fokus pada dampak pendidikan kewirausahaan terhadap niat (Chairul hakim, 2020). Tetapi Oosterbeek et al. (2010) menemukan perbedaan dampak antara pendidikan kewirausahaan dengan intensi kewirausahaan. Pertanyaan tentang bagaimana membangkitkan minat individu untuk menjadi seorang wirausahawan menjadi pokok bahasan banyak penelitian (Widiyarini, 2018).

Berdasarkan hasil pra-survey yang telah dilaksanakan kepada 30 responden terdapat hasil bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis tidak antusias dengan persentase tertinggi sebesar 50%, sebesar 3,3% menyatakan sangat tidak antusias, kemudian hanya sebesar 30% mahasiswa yang merasa sangat antusias, dan sisanya menyatakan cukup antusias 16,7% dalam mengikuti pendidikan kewirausahaan yang diadakan oleh pihak kampus. Ketika salah satu responden ditanya mengapa dirinya tidak antusias mengikuti program tersebut, dirinya mengatakan bahwa dirinya sudah

pernah mengikuti *event* tersebut namun realitanya bisnis yang di jalankannya tidak berjalan dengan baik sehingga dirinya merasa tidak antusias dengan *event tersebut* karena akan memakan banyak waktu, biaya, tenaga, dan pikiran sedangkan dirinya harus segera menyelesaikan masa studi kuliahnya, sehingga dirinya lebih memilih untuk fokus menyelesaikan kuliahnya terlebih dahulu

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan (1). Gambaran umum tentang *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Green Entrepreneurial Intention* serta Pendidikan Kewirausahaan pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia. (2). Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia. (3). Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap Pendidikan Kewirausahaan pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia. (4). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap *Green Entrepreneurial Intention* pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia. (5). Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* dan Pendidikan Kewirausahaan pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia. (6). Pendidikan Kewirausahaan memediasi pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap *Green Entrepreneurial Intention* pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Pendidikan Indonesia yang berlokasi di Kota Bandung. Penelitian ini merupakan berjenis kuantitatif dengan pendekatan survei. Penelitian kuantitatif dipilih karena statistik digunakan untuk memeriksa data numerik dari penelitian. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, menguji teori, menetapkan fakta, memberikan deskripsi statistik, memperkirakan hasil, dan membuat prediksi. Pada penelitian ini menggunakan *ex post facto* dengan jenis *cross sectional method*. Oleh karena itu, desain penelitian berbasis survei digunakan dalam penelitian ini (deskriptif dan *correlational*) karena tidak memerlukan kelompok patokan dalam mengarahkan pemeriksaan, maka penelitian ini menggunakan deskriptif analitik. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia yang berjumlah 428 mahasiswa. Dalam pengambilan sampel menggunakan *Proportional Allocation*. Berdasarkan perhitungan tersebut maka subjek penelitian ini menjadi 207 mahasiswa. Langkah selanjutnya adalah menggunakan sampel penelitian untuk membaginya menjadi masing-masing angkatan menggunakan *proportional allocation*. Peneliti melakukan instrument penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian peneliti menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas untuk uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah metode untuk memprediksi variabel independen dan mengukur besarnya pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dengan menggunakan *SPSS versi 26*, persamaan regresi dapat dilihat dari tabel koefisien berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	13.216	3.364		3.929	.000		
1 <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	.156	.056	.175	2.771	.006	.680	1.470
<i>Green Entrepreneurial Intention</i>	.351	.040	.555	8.812	.000	.680	1.470

a. Dependent Variable: Pendidikan Kewirausahaan

Model prediksi variabel independen berikut untuk variabel dependen dapat dibentuk dengan menggunakan hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel 1:

$$\text{Pendidikan Kewirausahaan} = 13.216 + 156 X_1 + 351 X_2$$

Berdasarkan diatas dapat diketahui: (1). Nilai konstanta (a) sebesar 13.216. Artinya *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X_1), dan *Green Entrepreneurial Intention* (X_2) Sama dengan nol, maka Pendidikan Kewirausahaan (Y) akan bernilai 13.216. (2). Nilai *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X_1) memiliki koefisien sebesar 156 artinya menunjukkan bahwa ketika *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X_1) meningkat, diprediksi akan meningkatkan Pendidikan Kewirausahaan (Y) sebesar 156. (3). Nilai koefisien regresi untuk *Green Entrepreneurial Intention* (X_2) bernilai 351, menunjukkan bahwa ketika *Green Entrepreneurial Intention* (X_2) meningkat diprediksikan Akan meningkatkan Pendidikan Kewirausahaan (Y) sebesar 351.

Analisis Koefisien Determinasi

Persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dihitung dengan menggunakan analisis ini. Tentang masalah yang sedang diteliti yaitu Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap *Green Entrepreneurial Intention* Yang Dimediasi Oleh Pendidikan Kewirausahaan (Survei Pada Mahasiswa *Start-Up* Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia). Diperoleh koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 2 Analisis Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670 ^a	.449	.443	9.53319

a. Predictors: (Constant), *Green Entrepreneurial Intention*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*

b. Dependent Variable: Pendidikan Kewirausahaan

Berdasarkan tabel 2 diatas diperoleh nilai R Square sebesar 0,449 atau 44,9%. Ini menunjukkan bahwa kedua variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X_1), dan *Green Entrepreneurial Intention* (X_2) memberikan kontribusi sebesar 44,9% terhadap Pendidikan Kewirausahaan (Y) Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap *Green Entrepreneurial Intention* Yang Dimediasi Oleh Pendidikan Kewirausahaan (Survei Pada Mahasiswa *Start-Up* Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia). Dan untuk sisanya yaitu sebesar 55,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Berikut merupakan hasil uji hipotesis parsial (uji t) dengan menggunakan SPSS versi 26:

Tabel 3 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error			
1	(Constant)	13.216	3.364		3.929	.000
	<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	.156	.056	.175	2.771	.006
	<i>Green Entrepreneurial Intention</i>	.351	.040	.555	8.812	.000

a. Dependent Variable: Pendidikan Kewirausahaan

Berdasarkan tabel 3 diatas, telah diperoleh hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T) dengan hasil sebagai berikut: (1). Nilai t-hitung yang diperoleh *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X_1) adalah sebesar 2.771. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ± 1.971 . Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 2.771 lebih besar dari nilai t-tabel (1.971 dan -1.971). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh antara *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap Pendidikan Kewirausahaan. (2). Nilai t-hitung yang diperoleh *Green Entrepreneurial Intention* (X_1) adalah sebesar 8.812. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ± 1.971 . Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 8.812 lebih besar dari nilai t-tabel (1.971 dan -1.971). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh antara *Green Entrepreneurial Intention* terhadap Pendidikan Kewirausahaan.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk memutuskan koefisien koneksi kritis yang berbeda, menurut Sugiyono (2018:190), atau uji F bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel X_1 , X_2 secara simultan terhadap Y signifikan.

Berikut ini adalah hasil pengolahan data menggunakan *software* SPSS 26:

Tabel 4 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15093.865	2	7546.932	83.041	.000 ^b
	Residual	18539.855	204	90.882		
	Total	33633.720	206			

a. Dependent Variable: Pendidikan Kewirausahaan

b. Predictors: (Constant), Green Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Self-Efficacy

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 83.041 dan F_{tabel} sebesar 2.65, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sign $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X_1) dan *Green Entrepreneurial Intention* (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Pendidikan Kewirausahaan (Survei Pada Mahasiswa *Start-Up* Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia). Diterima secara statistik (signifikan).

Model Analisis Jalur Sub-Struktur

Pengujian efek mediasi motivasi belajar, terlebih dahulu menghitung dan membuat model sub struktur 1 berdasarkan persamaan struktur 1, dapat dilihat pada tabel berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	13.216	3.364		3.929	.000
1 Entrepreneurial Self-Efficacy	.156	.056	.175	2.771	.006
Green Entrepreneurial Intention	.351	.040	.555	8.812	.000

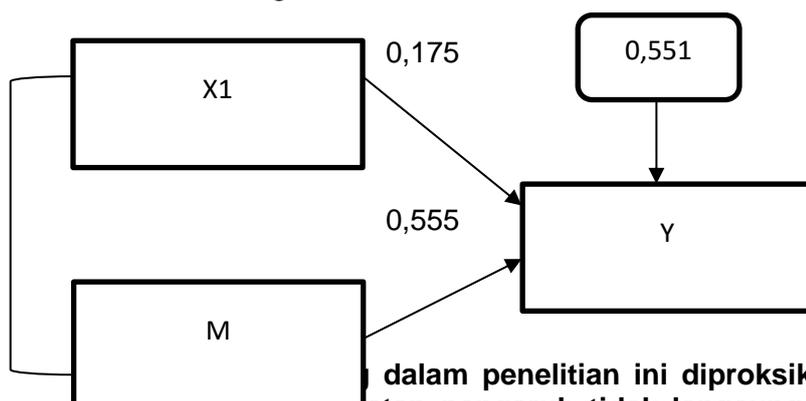
a. Dependent Variable: Pendidikan Kewirausahaan

Berdasarkan Tabel 4.24 dan Tabel 4.25 diperoleh hasil persamaan struktur 1 sebagai berikut.

$$\text{Persamaan struktur 1 : } X_3 = \rho X_3 X_1 + \rho X_3 X_2 + e_1 \quad R_{\text{square}}$$

$$X_3 = 0,175 + 0,555 + 0,551 \quad R_{\text{square}} = 0,449$$

Berikut adalah gambar sub struktur:



Y dalam penelitian ini diproksikan oleh dividend payout ratio. Untuk menguji keadaan pengaruh tidak langsung dari variabel intervening yang memediasi variabel bebas terhadap harga saham maka dilakukan uji Sobel yang dihitung dengan cara mengalikan jalur

Pengaruh Entrepreneurial Self-Efficacy Terhadap Green Entrepreneurial Intention

Variabel: Entrepreneurial Self-Efficacy Terhadap Green Entrepreneurial Intention		Test Statistic	P-Value	Kesimpulan
a	0.432 (a)	6.626	0.000	Berpengaruh Signifikan
sa	0.432 (a)			

Sumber: Sobel Test Calculator (2022)

Dari perhitungan diatas, nilai statistik (z-value) untuk pengaruh variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap *Green Entrepreneurial Intention* sebesar 6.626 dan signifikansi pada One-tailed probability sebesar 0.000. Karena p-value < $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh dan signifikan.

Pengaruh Green Entrepreneurial Intention Terhadap

Variabel: Green Entrepreneurial Intention Terhadap		Test Statistic	P-Value	Kesimpulan
a	1.037 (b)	6.115	0.000	Berpengaruh Signifikan
sa	0.084 (sb)			

Sumber: Sobel Test Calculator (2022)

Dari perhitungan diatas, nilai statistik (z-value) untuk pengaruh variabel *Green Entrepreneurial Intention* Terhadap sebesar 6.115 dan signifikansi pada One-tailed probability sebesar 0.000. Karena p-value < $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh dan signifikan.

PEMBAHASAN

Gambaran umum tentang *Entrepreneurial Self-Efficacy* pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.

Hasil penelitian mengenai *Entrepreneurial Self-Efficacy* menunjukkan bahwa nilai total skor aktual yang diperoleh dari seluruh pernyataan-pernyataan yang membentuk variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* sebesar 18,746 termasuk dalam kategori baik. Yang terdiri dari dimensi *Desire, Preference, Plans, Behavior Expectancies, Self- Searching*.

Dari kelima dimensi tersebut menunjukkan Jika dilihat dari jawaban responden untuk beberapa pernyataan yang menunjukkan masih adanya responden yang menjawab ragu-ragu, tidak baik dan sangat tidak baik pada pernyataan di masing-masing pernyataan di dimensi-dimensi pada variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy*. Artinya, *Entrepreneurial Self-Efficacy* pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia, masih menunjukkan adanya kelemahan pada pertanyaan “Saya memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam memanfaatkan peluang bisnis” yang masih harus dibenahi.

Gambaran umum tentang *Green Entrepreneurial Intention* pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.

Hasil penelitian mengenai *Green Entrepreneurial Intention* menunjukkan bahwa nilai total skor aktual yang diperoleh dari seluruh pernyataan-pernyataan yang membentuk variabel *Green Entrepreneurial Intention* sebesar 18,388 termasuk dalam kategori baik. Yang terdiri dari dimensi *Self-Searching, Planning, Marshaling, Impelementing*.

Dari keempat dimensi tersebut menunjukkan Jika dilihat dari jawaban responden untuk beberapa pernyataan yang menunjukkan masih adanya responden yang menjawab ragu-ragu, tidak baik dan sangat tidak baik pada pernyataan di masing-masing pernyataan di dimensi-dimensi pada variabel *Green Entrepreneurial Intention*. Artinya, *Green Entrepreneurial Intention* pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia, masih menunjukkan adanya kelemahan pada

pertanyaan “Saya memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam menentukan program jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang” yang masih harus dibenahi.

Gambaran umum tentang Pendidikan Kewirausahaan pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.

Hasil penelitian mengenai Pendidikan Kewirausahaan menunjukkan bahwa nilai total skor aktual yang diperoleh dari seluruh pernyataan-pernyataan yang membentuk variabel Pendidikan Kewirausahaan sebesar 12,125 termasuk dalam kategori baik. Yang terdiri dari dimensi *Intention of venture creation and confidence*, *Knowledge and ability for venture creation*, *Intention of overseas venture creation with teamwork*, *Recognition of the importance of entrepreneurship Education*.

Dari keempat dimensi tersebut menunjukkan Jika dilihat dari jawaban responden untuk beberapa pernyataan yang menunjukkan masih adanya responden yang menjawab ragu-ragu, tidak baik dan sangat tidak baik pada pernyataan di masing-masing pernyataan di dimensi-dimensi pada variabel Pendidikan Kewirausahaan Artinya, Pendidikan Kewirausahaan pada Mahasiswa *Startup* Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia Berkah, masih menunjukkan adanya kelemahan pada pertanyaan “Saya memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam merancang sebuah rencana bisnis” yang masih harus dibenahi.

Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap Pendidikan Kewirausahaan.

Hasil pengujian secara parsial (Uji T) diperoleh *Entrepreneurial Self-Efficacy* 2.771 dengan nilai signifikansi 0,00 nilai signifikansi *Entrepreneurial Self-Efficacy* menunjukkan nilai tersebut di bawah tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 5% ($\alpha=0,05$) dimana 0,00 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dari hasil pengujian di atas dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh antara *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap Pendidikan Kewirausahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutandy (2020) yang menunjukkan terdapat pengaruh antara *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap Pendidikan Kewirausahaan.

Pengaruh *Green Entrepreneurial Intention* Terhadap Pendidikan Kewirausahaan.

Hasil pengujian secara parsial (Uji T) diperoleh *Green Entrepreneurial Intention* 8.812 dengan nilai signifikansi 0,00 nilai signifikansi *Green Entrepreneurial Intention* menunjukkan nilai tersebut di bawah tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 5% ($\alpha=0,05$) dimana 0,00 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dari hasil pengujian di atas dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh antara *Green Entrepreneurial Intention* terhadap Pendidikan Kewirausahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jiang et al (2020), yang menunjukkan terdapat pengaruh antara *Green Entrepreneurial Intention* terhadap Pendidikan Kewirausahaan.

Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* dan *Green Entrepreneurial Intention* Terhadap Pendidikan Kewirausahaan.

Pengujian simultan diperoleh bahwa F hitung sebesar 83.041 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00. Nilai ini menjadi uji statistika yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk $\alpha=0,05$ dan $(k ; n-k)$ (3 ; 204), maka di peroleh F Tabel 2.65 karena F hitung (83.041) lebih besar dibanding F tabel (2.65) maka pada tingkat kekeliruan 5% ($\alpha=0,05$) diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_a . Artinya, dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X_1) dan *Green Entrepreneurial Intention* (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Pendidikan Kewirausahaan (Y) pada Mahasiswa *Start-Up* Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia. Diterima secara statistik (signifikan).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutandy (2020) yang menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan antara Gaya Kepemimpinan Transformasional, Motivasi terhadap Kinerja Karyawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap *Green Entrepreneurial Intention* Yang Dimediasi Oleh Pendidikan Kewirausahaan (Survei Pada Mahasiswa *Start-Up* Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* pada Pada Mahasiswa *Start-Up* Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia baik oleh responden. Namun belum sepenuhnya maksimal karena skor terendah yaitu dari pertanyaan "Saya memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam memanfaatkan peluang bisnis". Hal ini menunjukkan bahwa belum adanya pengalaman yang kuat yang dimiliki oleh responden dalam melihat peluang bisnis.
2. Variabel *Green Entrepreneurial Intention* pada Pada Mahasiswa *Start-Up* Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia baik oleh responden. Namun belum sepenuhnya maksimal karena skor terendah yaitu dari pertanyaan "Saya memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam menentukan program jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang". Hal ini menunjukkan bahwa responden belum sepenuhnya bisa merencanakan suatu program atau *planning* jangka pendek, jangka menengah, dan jangka Panjang.
3. Variabel Pendidikan Kewirausahaan pada Pada Mahasiswa *Start-Up* Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia baik oleh responden. Namun belum sepenuhnya maksimal karena skor terendah yaitu dari pertanyaan "Saya memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam merancang sebuah rencana bisnis". Hal ini menunjukkan bahwa responden sepenuhnya dalam merancang dalam bisnis bisa ada yang ragu-ragu karena minim adanya pengalaman yang lama di lapangan secara nyata.
4. Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap *Green Entrepreneurial Intention* Yang Dimediasi Oleh Pendidikan Kewirausahaan. Hal ini dapat dilihat dari pengujian hipotesis dan simultan dimana masing-masing variable tersebut terdapat pengaruh.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis mengenai Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap *Green Entrepreneurial Intention* Yang Dimediasi Oleh Pendidikan Kewirausahaan (Survei Pada Mahasiswa *Start-Up* Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia), maka penulis mengusulkan beberapa saran untuk dapat digunakan dimasa mendatang, saran dari penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan hasil angket antara kelompok yang telah mendapatkan pembelajaran kewirausahaan dengan kelompok yang belum. Harapannya efek *entrepreneurial education* sebagai pemoderasi lebih bisa digambarkan melalui perbandingan hasil tersebut.
2. Responden yang diteliti bisa dari bidang program studi lain agar memperluas perspektif dari bidang-bidang lain.
3. Sample penelitian yang diambil dapat lebih luas lagi, tidak terbatas hanya di Universitas Pendidikan Indonesia saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abreu, M., & Grinevich, V. (2013). "The nature of academic entrepreneurship in the UK: Widening the focus on entrepreneurial activities.". *Research Policy*, 42(2), 408–422. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.10.005>
- Afrianty, T. W. (2019). "The Role of Feasibility And Entrepreneurial Self-Efficacy on The Link Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions." *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(3), 193–206.

- Ahmed, I., Islam, T., & Usman, A. (2021). "Predicting entrepreneurial intentions through self-efficacy, family support, and regret: A moderated mediation explanation." *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(1), 26–38. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2019-0093>
- Akinsemolu, A. A. (2020). "The principles of green and sustainability science. In *The Principles of Green and Sustainability Science*." <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2493-6>
- Allen, J. C., & Malin, S. (2008). "Green entrepreneurship: A method for managing natural resources?" *Society and Natural Resources*, 21(9), 828–844. <https://doi.org/10.1080/08941920701612917>
- Amankwah, J. (2021). *On the Relation between Green Entrepreneurship Intention and Behavior*.
- Alwisol, Alwisol. "Psikologi kepribadian edisi revisi." (2004).
- Anisah, H. U. (2015). "Pembentukan Green Entrepreneurial Behavior Pada." 80, 397–415.
- Balasubramanian, A. (September 5, 2012). "Entrepreneurship Education." *The Hindu*.
- Bandura, Albert, and Nancy E. Adams. "Analysis of self-efficacy theory of behavioral change." *Cognitive therapy and research* 1.4 (1977): 287-310.
- Bangi, B. B. (2019). "Factors Impacting Green Entrepreneurial Intention Among Small And Medium." 193–208.
- Braunerhjelm, P., Acs, Z. J., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2010). "The missing link: Knowledge diffusion and entrepreneurship in endogenous growth." *Small Business Economics*, 34(2), 105–125. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9235-1>
- Bullough, A., Renko, M., & Myatt, T. (2014). "Danger zone entrepreneurs: The importance of resilience and self-efficacy for entrepreneurial intentions." *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(3), 473–499. <https://doi.org/10.1111/etap.12006>
- Chairul hakim, K. (2020). "Self Efficacy, Locus Of Control dan Kompetensi Serta Pengaruhnya Kepada Kinerja (Studi Kasus Pengusaha UMKM di Kecamatan Damaraja, Sumedang Barat)." *Jurnal Computech & Bisnis*, 14(1), 52–57.
- Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2019). "Born to be green: new insights into the economics and management of green entrepreneurship." *Small Business Economics*, 52(4), 759–771. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9933-z>
- Diputra, I., Arismunandar, & Jufri, M. (2021). "Entrepreneurial Self-Efficacy Compromising The Pros and Cons of The Relationship Between Personality Traits and Entrepreneurial Success. *Multicultural Education*, 7(7), 176–187." <https://doi.org/10.5281/zenodo.5090790>
- D'Souza, Clare, et al. "Green products and corporate strategy : an empirical investigation." *Society and business review* (2006).
- Eliyana, A., Musta'In, Sridadi, A. R., & Widiyana, E. U. (2020). "The role of self-efficacy on self-esteem and entrepreneurs achievement." *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(8), 314–319. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.8.48>
- Et.al, N. E. A. (2021). "The Influence of Computer and Internet Self-Efficacy on Individual Entrepreneurial Orientation: An Empirical Study among Bumiputra University Students in Malaysia." *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 2760–2770. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i3.1305>
- Farinelli, F., Bottini, M., Akkoyunlu, S., & Aerni, P. (2011). "Green entrepreneurship: the missing link towards a greener economy." *ATDF Journal*, 8(3/4), 42–48.
- Fayolle, Alain, and Benoît Gailly. "Assessing the impact of entrepreneurship education: a methodology and three experiments from French engineering schools." *Handbook of university-wide entrepreneurship education*. Edward Elgar Publishing, 2009.
- Ge, L., & Peng, X. (2012). "Research fronts of international entrepreneurship education in the visual threshold of knowmetrics." *Journal of Knowledge-Based Innovation in China*, 4(1), 55–65. <https://doi.org/10.1108/17561411211208767>
- Gevrenova, T. (2015). "Nature and characteristics of green entrepreneurship." *Trakia Journal of Science*, 13(Suppl.2), 321–323. <https://doi.org/10.15547/tjs.2015.s.02.068>

- Gibb, Allan A. "Enterprise culture and education: understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals." *International small business journal* 11.3 (1993): 11-34.
- Gufron, Nur, and Rini Risnawati. "Perbedaan Budaya Dalam Kepercayaan Epistemologi Personal." *Edukasia* 9.2 (2014).
- Gunawan, J., & Fraser, K. (2016). "Exploring young and green entrepreneurship in Indonesia: An introduction." *Journal of Asian Business Strategy*, 6(8), 185–194. <https://doi.org/10.18488/journal.1006/2016.6.9/1006.9.185.194>
- Hägg, G., & Kurczewska, A. (2021). "Toward a Learning Philosophy Based on Experience in Entrepreneurship Education." *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 4(1), 4–29. <https://doi.org/10.1177/2515127419840607>
- Haldar, S. (2019). "Green entrepreneurship in theory and practice: Insights from India." *International Journal of Green Economics*, 13(2), 99–119. <https://doi.org/10.1504/IJGE.2019.103232>
- Hameed, I., Zaman, U., Waris, I., & Shafique, O. (2021). "A Serial-Mediation Model to Link Entrepreneurship Education and Green Entrepreneurial Behavior: Application of Resource- Based View and Flow Theory.
- Hassan, Aamir, et al. "Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations." *Industry and Higher Education* 35.4 (2021): 403-418.
- Hugo, E. M., & Nuringsih, K. (2020). "Entrepreneurial Education, Green Orientation Entrepreneur, dan Green Value terhadap Ecology Entrepreneurial Intention." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 914–924. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/9871/6519>
- Hussain, I., Nazir, M., Hashmi, S. B., Shaheen, I., Akram, S., Waseem, M. A., & Arshad, A. (2021). "Linking green and sustainable entrepreneurial intentions and social networking sites; the mediating role of self-efficacy and risk propensity. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13137050>
- Hutabarat, Z., Larson, D., & Irawan, M. D. (2021). "Pengaruh Perceived Parental Reward, Entrepreneurial Self Efficacy, Yang Dimoderasi Family Business Involvement Terhadap Entrepreneurial Intention Di Universitas Pelita Harapan." *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 54–68. <https://doi.org/10.38076/ideiejeb.v2i1.59>
- Jamieson, I. (1984). "Schools and Enterprise." In Watts, A. & Moran, P. (eds.) *Education for enterprise*. Cambridge: CRAC
- Jiang, H., Wang, S., Wang, L., & Li, G. (2020). "Golden apples or green apples? The effect of entrepreneurial creativity on green entrepreneurship: A dual pathway model." *Sustainability (Switzerland)*, 12(15). <https://doi.org/10.3390/SU12156285>
- Johannisson, B. & Olaison, L. (2006). "Emergency Entrepreneurship – Creative Organising in the Eye of the Storm, RENT XX Conference, Brussels, Belgium, 23-24.11.2006."
- Jones, Colin, and Jack English. "A contemporary approach to entrepreneurship education." *Education+ training* (2004).
- Karimi, R. F., & Nabavi Chashmi, S. A. (2019). "Designing Green Entrepreneurship Model in Sustainable Development Consistent with the Performance of Tehran Industrial Towns." *Journal of Business-to-Business Marketing*, 26(1), 95–102. <https://doi.org/10.1080/1051712X.2019.1565143>
- Karlsson, Tomas, and Kåre Moberg. "Improving perceived entrepreneurial abilities through education: Exploratory testing of an entrepreneurial self efficacy scale in a pre-post setting." *The International Journal of Management Education* 11.1 (2013): 1-11.
- Keling, M., & Sentosa, S. U. (2020). "The Influence of Entrepreneur Learning, Self-Efficacy and Creativity Toward Students Entrepreneurial Interests of Tarbiyah and Teachers Training Faculty, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara." 124, 575–581. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.121>

- Kenney, M., & Patton, D. (2009). "Reconsidering the Bayh-Dole Act and the Current University Invention Ownership Model." *Research Policy*, 38(9), 1407–1422. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.07.007>
- Kirby, David A. "Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge?." Education+ training (2004).
- Kumar, S., Kumar, P., Wisetsri, W., Raza, M., & Norabuena-Figueroa, R. P. (2021). "Social entrepreneurship education: Insights from the indian higher educational courses." *Academy of Strategic Management Journal*, 20(SpecialIssue2), 1–8
- Li, Jing. "The evolution of entrepreneurial intention in transition environment: Toward an entrepreneurial self-efficacy based model." 2008 4th International Conference on Wireless Communications, Networking and Mobile Computing. IEEE, 2008.
- Li, Z., & Liu, Y. (2011). "Entrepreneurship education and employment performance." *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 3(3), 195–203. <https://doi.org/10.1108/17561391111166975>
- Liang, C., Ip, C. Y., Wu, S. C., Law, K. M. Y., Wang, J. H., Peng, L. P., & Liu, H. C. (2019). "Personality traits, social capital, and entrepreneurial creativity: comparing green socioentrepreneurial intentions across Taiwan and Hong Kong." *Studies in Higher Education*, 44(6), 1086–1102. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1418310>
- Mahmud, Amir dan Sa'adah L 2019. "Pengaruh penggunaan Instagram dan Efikasi diri melalui motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha." Journal.unes.ac.id/sju/index.php/eeaj. ISSN 2252-6544. Universitas Negeri Semarang. <http://Journal.unes.ac.id/sju/index.php/eeaj>.
- Mulyadi, Hari dan Prawiranegara. 2018. "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha." Volume 18 No. 1. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Marini, C. K., & Hamidah, S. (2014). "Pengaruh self-efficacy, lingkungan keluarga, dan lingkungan sekolah terhadap minat berwirausaha siswa SMK jasa boga." *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 4(2), 195–207. <https://doi.org/10.21831/jpv.v4i2.2545>
- McGee, Jeffrey E., and Mark Peterson. "The long-term impact of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial orientation on venture performance." *Journal of small business management* 57.3 (2019): 720-737.
- Minniti, Maria, and William Bygrave. "A dynamic model of entrepreneurial learning." *Entrepreneurship theory and practice* 25.3 (2001): 5-16.
- Mirenowicz, Jacques, and Wolfram Schultz. "Importance of unpredictability for reward responses in primate dopamine neurons." *Journal of neurophysiology* 72.2 (1994): 1024-1027.
- Mohsen, A. (2018). "Green Entrepreneurship in Afghanistan: Prospects and Challenges." *The Asian Journal of Technology Management (AJTM)*, 11(1), 44–54. <https://doi.org/10.12695/ajtm.2017.11.1.4>
- Mukonza, C. (2020). "An Analysis of Factors Influencing Green Entrepreneurship Activities in South Africa." *In Advances in African Economic, Social and Political Development*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-44180-7_3
- Nguyen, An, and Colleen M. Lewis. "Competitive enrollment policies in computing departments negatively predict first-year students' sense of belonging, self-efficacy, and perception of department." *Proceedings of the 51st ACM Technical Symposium on Computer Science Education*. 2020.
- Nguyen, T. T. (2020). "Impact of entrepreneurship environmental support factors to university students entrepreneurship self-efficacy." *Management Science Letters*, 10(6), 1321–1328. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.026>
- Niu, Han-Jen. "Investigating the effects of self-efficacy on foodservice industry employees' career commitment." *International Journal of Hospitality Management* 29.4 (2010): 743-750.
- Nordin, R., & Hassan, R. A. (2019). "The Role of Opportunities for Green Entrepreneurship Towards Investigating the Practice of Green Entrepreneurship among SMEs in

- Malaysia." *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8(1), 99–116. http://buscompress.com/uploads/3/4/9/8/34980536/riber_8-s1_08_s18-156_99-116.pdf
- Osobajo, O. A., Otitoju, A., Otitoju, M. A., & Oke, A. (2020). "The impact of energy consumption and economic growth on carbon dioxide emissions." *Sustainability* (Switzerland), 12(19), 1–16. <https://doi.org/10.3390/SU12197965>
- Pachaly, M. V. W. Barriers and Triggers to Green Entrepreneurship. Diss. Doctoral dissertation, Thesis, Erasmus Universiteit Rotterdam, 2012.
- Pittway, L. and Cope, J. (2007). "Entrepreneurship education: a systematic review of the Evidence." *International Small Business Journal*, Vol. 25 No. 5, pp. 479-510,
- Polas, M. R. H., Hossain, M. I., Tabash, M. I., Karim, A. M., Dad, A., & Ong, T. S. (2020). "Does Green Entrepreneurial Intention Persuade an Individual to Contribute to the." *Sustainable Green Economy? Talent Development & Excellence*, 12(2), 1142–1157. <http://www.iratde.com>
- Rae, David. "Understanding entrepreneurial learning: a question of how?." *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* (2000).
- Supardi, Endang, Amir Mahmud dan Mirza Irwanda. 2022. Pengukuran Efektivitas Pembelajaran Kewirausahaan dalam Mengembangkan Keterampilan Wirausaha di Unversitas Pendidikan Indonesia Bandung. Pascasarjana, Pendidikan Ekonomi/Universtias Pendidikan Indonesia, Bandung. Vol. 6 – No. 1, year (2022), page 770-778.
- Supardi, Amir dan Dita. 2021. *Opportunity Recognition and Green Entrepreneurial Intention: The Moderating Effect of Entrepreneurship Education*. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, Volume 7, Number 1, July 2021, Pages 42-55.
- Salahudin, A., Ramli, M. A., Zulkepli, M. I. S., & Razak, M. I. A. (2018). "Issues in Halal Meat Product and Authentication Technology from Islamic Perspectives." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(12). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i12/3768>
- Santrock, John W., and John W. Santrock. "Psikologi Pendidikan edisi kedua." (2007).
- Schunk, Dale H., and Barry J. Zimmerman. "Modeling and self-efficacy influences on children's development of self-regulation." *Social motivation: Understanding children's school adjustment* (1996): 154-180.
- Self, D. A. N., Terhadap, E., Berwirausaha, M., Farida, S., & Nurkhin, A. (2016). "Economic Education Analysis Journal." 5(1), 273–289.
- Sinta, T. (2020). "Economic Education Analysis Journal." 9(3), 816–830. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42113>
- Solow, R. M. (1956). "A Contribution to the Theory of Economic Growth Author (s): Robert M. Solow Source." *The Quartely Journal of Economics*, 70(1), 65–94. <http://www.jstor.org/stable/1884513>
- Sudyasjayanti, Christina. "The green behavior differences of green entrepreneur intentions among male and female students." (2017).
- Tesprasit, K., & Kanchanavibhu, A. (2020). "Building Green Entrepreneurship: A Journey of Environmental Awareness to Green Entrepreneurs in Thailand." 27(October), 35–47.
- Unud, E. M. (2016). "Berwirausaha Yang Dimediasi Oleh Sikap Berwirausaha Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali Indonesia Kemiskinan dan pengangguran merupakan masalah yang sering dijumpai di negara-negara berkembang, salah satunya Indonesia." *Setiap pergantia*. 5(12), 8167–8198.
- Uslu, Y. D., Hancioğlu, Y., & Demir, E. (2015). "Applicability to Green Entrepreneurship in Turkey: A Situation Analysis." *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1238–1245. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.266>
- Vargas-Hernández, José G., Mohammad Reza Noruzi, and Narges Sariolghalam. "An exploration of the affects of Islamic culture on entrepreneurial behaviors in Muslim countries." *Asian Social Science* 6.5 (2010): 120.

- Wahyu Pril Ranto, D. (2017). "Pengaruh Entrepreneurial Traits Terhadap Intensi Kewirausahaan." *JBTI: Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 8(1), 36–44. <https://doi.org/10.18196/bti.81081>
- Wijaya, David. "Pendidikan Kewirausahaan untuk sekolah dan perguruan tinggi." Yogyakarta: Pustaka Pelajar (2017).
- Wikaningtyas, Suci Utami, D. (2019). "Pengentasan Kemiskinan: Model Membangun Motivasi Menjadi Pengusaha Ramah Lingkungan (Green Entrepreneur)." *International Journal of Business and Management* 5.3 (2010): 81.
- Yaacob, Mohd Rafi. "A preliminary study of green micro-entrepreneurs in Kelantan, Malaysia." *International Journal of Business and Management* 5.3 (2010): 81.
- Yi, G. (2021). "From green entrepreneurial intentions to green entrepreneurial behaviors: the role of university entrepreneurial support and external institutional support." *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(2), 963–979. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00649-y>
- Zaring, O., Gifford, E., & McKelvey, M. (2021). "Strategic choices in the design of entrepreneurship education: an explorative study of Swedish higher education institutions." *Studies in Higher Education*, 46(2), 343–358. <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1637841>

**DAMPAK KEBERADAAN OBJEK WISATA PANTAI TERHADAP EKONOMI
MASYARAKAT DI KECAMATAN BINTAN UTARA
KABUPATEN BINTAN**

¹Misrina Luthfiyah, ²Almasdi Syahza, ³Brilliant Asmit
Universitas Riau

¹misrina.luthfiyah2079@student.unri.ac.id ²almasdi.syahza@lecturer.unri.ac.id
³brilliant.asmit@lecturer.unri.ac.id

Abstract

This study aims to determine the impact of the existence of beach tourism objects on the economy of the Bugis village community. This study uses a type of qualitative research. The sample in this study is the community that has owned a business in the coastal tourism object area since the beach has developed with a total of 20 business actors. Data were collected using interviews, observation and documentation which were then analyzed using descriptive analysis techniques. The results of the study show that there is a positive impact from an economic point of view, seen from the type of work, income level, working hours, and community unemployment with the presence of beach tourism objects. The existence of beach tourism objects has a positive impact on the surrounding community, especially in the economic field. It is hoped that the government will adopt policies so that in the future it can improve and regulate strategies for developing coastal areas and the surrounding community can take advantage of coastal tourism objects to improve economic conditions by opening businesses in tourist attraction areas.

Keywords: beach tourism object, economic conditions

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari keberadaan objek wisata pantai terhadap ekonomi masyarakat kampung bugis. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki usaha di kawasan objek wisata pantai sejak pantai tersebut berkembang dengan jumlah pelaku usaha sebanyak 20 orang. Data dikumpulkan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dampak positif dari segi ekonomi yang dilihat dari jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, curahan jam kerja, dan pengangguran masyarakat dengan adanya objek wisata pantai. Keberadaan objek wisata pantai memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitarnya khususnya dibidang ekonomi. Diharapkan kepada pemerintah untuk mengambil kebijakan agar kedepannya dapat meningkatkan dan mengatur strategi pengembangan kawasan pantai dan masyarakat sekitar memanfaatkan objek wisata pantai guna meningkatkan kondisi ekonomi dengan membuka usaha di kawasan objek wisata.

Kata kunci: objek wisata pantai, kondisi ekonomi.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki sumber daya yang melimpah. Sumber daya ini seharusnya menjadi peluang besar dalam mengupayakan kesejahteraan dan kemakmuran dengan cara memanfaatkan segala potensi secara efektif dan efisien. Indonesia juga dikenal dengan keindahan pantainya bahkan keindahan pantai yang dimiliki oleh Indonesia telah dikenal oleh mancanegara. Sektor pariwisata suatu sektor yang tidak jauh berbeda dengan sektor lainnya yaitu dalam proses perkembangannya juga memiliki dampak di berbagai sector khususnya sektor perekonomian. Kegiatan pariwisata yang berkembang akan memberikan dampak positif secara tidak langsung terhadap kehidupan perekonomian masyarakat disekitarnya (Shantika dan Mahagganga, 2018). Selain itu, pariwisata dapat

menciptakan struktur sosial yang positif dan negatif, representasi budaya, dan hubungan antara individu dan kelompok (Asmit, *et al* 2020). Dalam beberapa dekade terakhir, meningkatnya minat konsumen untuk mengunjungi kawasan alam yang relatif kurang komersial telah berkontribusi pada pertumbuhan ekowisata (Karabassov *et al*, 2023). Perkembangan pariwisata di Indonesia terbilang cukup pesat dan hampir diseluruh bagian Kepulauan Riau terdapat tempat pariwisata baik itu objek wisata budaya, buatan maupun alam, seperti objek wisata pantai kampung bugis yang terdapat di Kabupaten Bintan. Kabupaten Bintan sendiri memang dikenal dengan pesona pantainya yang indah. Hampir sebagian pesisir pantai pulau Bintan merupakan kawasan pasir putih yang memiliki potensi wisata yang luar biasa (Afrizal & Nazaki, 2017). Salah satu objek wisata pantai di Kabupaten Bintan yang ramai dikunjungi oleh wisatawan yaitu pantai Kampung Bugis yang terletak di Kelurahan Tanjung Uban Utara, Kecamatan Bintan Utara, Kabupaten Bintan. Pantai yang ada di Kampung Bugis ini mulai berkembang sejak 2015 serta mulai diminati dan didatangi oleh pengunjung sejak 2018. Pantai kampung bugis ramai dikunjungi oleh wisatawan karena akses ke pantai ini tergolong cukup mudah dan pantainya juga tergolong bersih.

Keberadaan pantai ini sangat berdampak terhadap kondisi ekonomi masyarakat di Kampung Bugis. Hal ini karena tempat wisata ini dapat dimanfaatkan sebagai sumber mata pencarian dengan cara berdagang, menyediakan spot-spot foto bagi wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan observasi awal peneliti, masyarakat sekitar telah merasakan dampak positif dengan adanya pembangunan objek wisata pantai. Hal ini terlihat jelas pada pekerjaan atau profesi masyarakat sekitar yang pada awalnya banyak nelayan sekarang telah beralih profesi menjadi berdagang. Jika sebelumnya kebanyakan masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan hanya menggantungkan hidupnya terhadap hasil tangkapan, sekarang masyarakat sekitar dapat memperoleh pendapatan lebih dengan berdagang di sekitar objek wisata pantai. Adapun jumlah dan jenis pekerjaan masyarakat di Kampung Bugis dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1 Jumlah dan Jenis Pekerjaan yang ada di Kawasan Objek Wisata Pantai

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Pedagang	53
2	Nelayan	41
3	Karyawan Swasta	11
4	Pegawai Negeri	5
5	Buruh	14
	Jumlah	124

Sumber: Kantor Lurah Tanjung Uban Utara, 2023

Bervariasinya jenis pekerjaan yang ada disekitar objek wisata pantai yang terdapat di Kampung Bugis membuat masyarakat memiliki jenis pekerjaan yang beragam. Hal ini kemudian diikuti dengan semakin banyak juga jenis usaha yang tumbuh karena semakin banyak wisatawan yang berkunjung dan juga hal ini dapat memperluas lapangan pekerjaan. Dengan demikian, objek wisata pantai mempunyai potensi besar dalam menyediakan lapangan pekerjaan kemudian jumlah pengangguran diharapkan juga berkurang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Dampak Keberadaan Objek Wisata Pantai terhadap Ekonomi Masyarakat Sekitar di Kecamatan Bintan Utara, Kabupaten Bintan”. Untuk itu diperlukan informasi berupa: kondisi ekonomi terkait jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, curahan kerja dan tingkat pengangguran masyarakat kampung bugis, kelurahan tanjung uban utara, kecamatan bintan utara, kabupaten bintan setelah adanya objek wisata pantai.

LANDASAN TEORI

1. Kondisi Ekonomi

Menurut Zunaidi (2013) ekonomi merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan yang ada di masyarakat atau yang lebih umumnya terkait dengan

kesejahteraan masyarakat, untuk melihat kondisi sosial ekonomi. Sedangkan menurut Nasirotn (2013) ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam masyarakat berkaitan dengan tingkat pendapatan, kepemilikan kekayaan atau fasilitas serta jenis tempat tinggal. Menurut Misnawati dan Widodo (2017) kondisi ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok manusia yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendapatan, jenis tempat tinggal dan lain sebagainya.

Menurut Pamungkas dan Muktiali (2015) faktor ekonomi masyarakat dipengaruhi oleh objek wisata terdapat di sekitar tempat tinggal masyarakat tersebut. Sedangkan menurut Priambudi dan Pigawati (2014) faktor yang mempengaruhi ekonomi masyarakat yang pertama yaitu: (1) lokasi strategis (aksesibilitas), (2) faktor ekonomi (tingkat pendapatan). Sedangkan menurut Farida (2013) faktor-faktor ekonomi masyarakat yaitu: (1) lokasi (jarak rumah tinggal dari jalan utama), (2) keberadaan angkutan umum, (3) kondisi jalan

Menurut Kurniawan (2015) adapun indikator ekonomi yaitu: (1) peluang usaha, (2) peningkatan pendapatan, (3) curahan jam kerja. Sedangkan menurut Santika, *dkk* (2018) indikator ekonomi meliputi: (1) pendapatan masyarakat, (2) tingkat pengangguran, (3) pembangunan. Menurut Fyka, *dkk* (2018) indikator ekonomi terbagi menjadi: (1) gaya hidup, (2) jenis pekerjaan, (3) peningkatan pendapatan. Dari beberapa pendapat ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa indikator ekonomi antara lain: (1) jenis pekerjaan, (2) pendapatan, (3) curahan waktu kerja dan (4) tingkat pengangguran.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa ekonomi masyarakat adalah suatu hal terkait perkenomian pada lingkungan masyarakat demi memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya.

2. Objek Wisata

Menurut Bibin (2018) wisata pantai adalah kegiatan wisata leisure dan aktifitas rekreasi yang dilakukan dikawasan pesisir dan perairannya. Sedangkan menurut Nugraha (2013) wisata pantai adalah salah satu bentuk pemanfaatan wilayah pesisir yang kegiatannya menitikberatkan pada daerah pantai dengan memanfaatkan sumberdaya alam pantai, baik yang berada di wilayah daratannya maupun wilayah perairannya. Menurut Yusuf (2019) rekreasi wisata pantai adalah "Wisata" perjalanan bersama dan "Pantai" perbatasan daratan dengan lautan dan bagian yang dapat dipengaruhi dari air tersebut, maka wisata pantai merupakan perjalanan dengan tujuan bersenang-senang atau bertamasyah di sebuah obyek wisata pantai.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa objek wisata pantai adalah salah satu bentuk pemanfaatan wilayah pesisir yang kegiatan pada daerah pantai untuk berekreasi dengan tujuan untuk bersenang-senang.

Menurut Mudjanggo, *dkk* (2015) faktor yang mempengaruhi objek wisata pantai yaitu: Pertama, motivasi pengunjung ke lokasi objek wisata pantai. Adapun yang menjadi motivasi pengunjung mengunjungi objek wisata pantai yaitu (1) motivasi prestasi, (2) motivasi individu, (3) motivasi fisik. Menurut Febrianingrum, *dkk* (2019) faktor yang mempengaruhi objek wisata pantai terdiri dari faktor pendorong dan faktor penghambat. Faktor pendorong dalam perkembangan pariwisata pantai adalah ketersediaan jaringan jalan yang memadai, kedekatan destinasi wisata terhadap asal wisatawan, peran aktif masyarakat dan keamanan pada destinasi wisata. Sedangkan faktor yang menghambat dalam perkembangan pariwisata pantai meliputi, keterbatasan pemenuhan sarana dan prasarana, ketidaklengkapan sarana pelabuhan perikanan, ketidakintegrasian moda transportasi umum antar pariwisata pantai, ketidakefektifan peran lembaga pengelola pariwisata dan ketidakefektifan pemanfaatan media untuk promosi wisata. Sedangkan untuk faktor moderat yaitu adanya variasi atraksi wisata, keanekaragaman hayati sebagai daya tarik wisata, ketersediaan fasilitas kebencanaan pesisir dan tindakan mitigasi bencana pesisir pantai.

Menurut Haryati (2021) indikator keberadaan objek wisata antara lain: (1) kondisi objek wisata, (2) infrastruktur, (3) fasilitas pelayanan. Sedangkan menurut Destriana (2020) indikator keberadaan objek wisata yaitu: (1) daya tarik, (2) prasarana objek wisata. Prasarana ini terdiri dari: a) prasarana akomodasi, b) prasarana pendukung, (3) sarana

wisata, d) infrastruktur. Sedangkan menurut Zulkarnain (2021) indikator keberadaan objek wisata antara lain: (1) daya tarik wisata, (2) aksesibilitas, (3) fasilitas penunjang. Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa indikator keberadaan objek wisata yaitu: (1) daya tarik wisata, (2) fasilitas.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa objek wisata pantai adalah salah satu bentuk pemanfaatan wilayah pesisir yang kegiatan pada daerah pantai untuk berekreasi dengan tujuan untuk bersenang-senang.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini yaitu kualitatif yang bersifat fenomenologis. Penelitian ini akan memfokuskan untuk mendeskripsikan apa yang sama atau umum dari partisipan ketika mereka mengalami suatu fenomena. Penelitian ini dilaksanakan di pantai Kampung Bugis (Pantai Dinda, Pantai Losari, Pantai Tuah Hamid, Taman Kota, Coconut Beach), Kelurahan Tanjung Uban Utara, Kecamatan Bintan Utara, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau pada bulan Agustus-Desember 2022. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu dari masyarakat Kampung Bugis yang berjumlah 124 Kepala Keluarga. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif. Penelitian ini menggunakan uji kredibilitas data berbentuk triangulasi. Adapun tahapan yang dilaksanakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tahap I: Persiapan

1. Melakukan pra survey atau observasi awal ke Kampung Bugis yang akan dijadikan sebagai tempat untuk melaksanakan penelitian. Pada tahap ini, peneliti berkonsultasi dengan Ketua RW Kampung Bugis untuk mengetahui berapa jumlah masyarakat yang membuka usaha di kawasan objek wisata pantai.
2. Langkah selanjutnya yaitu penyusunan proposal yang dibimbing langsung oleh dosen pembimbing yang kemudian disetujui untuk melakukan seminar proposal.
3. Setelah proposal diseminarkan, peneliti mempersiapkan instrumen penelitian seperti pedoman wawancara dan lembar observasi. Penyusunan ini juga dibimbing oleh dosen pembimbing yang kemudian disetujui untuk turun ke lapangan
4. Mempersiapkan surat izin penelitian dari instansi terkait demi kelancaran dalam melakukan penelitian

Tahap II: Pelaksanaan penelitian

Pada tahap ini, peneliti melakukan wawancara kepada responden guna memperoleh data yang diperlukan peneliti. Setelah semua data diperoleh, selanjutnya peneliti menganalisis data sesuai teknik analisis yang digunakan oleh peneliti.

Tahap III: Pelaporan

Pada tahap ini, peneliti menyusun hasil analisis pengumpulan data atau hasil pembahsan penelitian. Dalam penyusunan laporan ini maka diperoleh hasil penelitian mengenai hal-hal yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Jenis Pekerjaan

Adapun distrbusi responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan berdasarkan pekerjaan responden sebelum dan sesudah berusaha dan hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1.1 Pekerjaan Responden Sebelum Adanya Kawasan Objek Wisata Pantai Kampung Bugis

Tabel 2 Pekerjaan Responden Sebelum Adanya Kawasan Objek Wisata Pantai

No	Nama Usaha	Jumlah Responden	Persentase
1	Pedagang	8	40%
2	Karyawan Swasta	8	40%
3	Buruh	3	15%

4	Pegawai Negeri	1	5%
	Jumlah	20	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebelum adanya objek wisata pantai Kampung Bugis, masyarakat yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 8 orang dengan persentase (40%), masyarakat yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 8 orang dengan persentase (40%), masyarakat yang bekerja sebagai buruh sebanyak 3 orang dengan persentase (15%) dan masyarakat yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 1 orang dengan persentase (5%). Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan masyarakat sebelum adanya objek wisata pantai Kapung Bugis yang paling banyak adalah pedagang dan karyawan swasta, dan yang paling sedikit adalah pegawai negeri.

1.2 Pekerjaan Responden Setelah Adanya Kawasan Objek Wisata Pantai Kampung Bugis

Tabel 3 Jenis Pekerjaan Responden Setelah Adanya Kawasan Objek Wisata Pantai

No	Nama Usaha	Jumlah Responden	Persentase
1	Warung Makan	9	45%
2	Penjual Cemilan	6	30%
3	Warung Sembako	5	25%
	Jumlah	20	100%

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan masyarakat dengan adanya kawasan objek wisata pantai adalah berwirausaha yaitu membuka usaha warung makan yaitu sebanyak 9 orang (45%), selanjutnya masyarakat yang berwirausaha menjadi penjual cemilan sebanyak 6 orang (30%), kemudian yang membuka usaha warung sembako sebanyak 5 orang (25%). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 jenis pekerjaan responden yaitu membuka usaha warung makan, penjual cemilan dan warung sembako.

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pekerjaan masyarakat dengan adanya objek wista pantai adalah membuka usaha atau berdagang. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh bahwa rata-rata responden mengalami perubahan mata pencaharian yang sebelumnya di dominasi oleh jenis pekerjaan nelayan yang menggantungkan hidupnya dari hasil tangkapan laut, tetapi sekarang beralih profesi mejadi pedagang. Selain itu ada juga masyarakat yang menjadikan pedagang sebagai pekerjaan sampingannya. Jenis pekerjaan masyarakat sebelum adanya objek wisata pantai sudah cukup beragam dan sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian sebagai nelayan. Namun setelah adanya objek wisata pantai, masyarakat tidak lagi hanya mengandalkan bidang perikanan saja, tetapi masyarakat juga banyak yang beralih dari bidang perikanan ke non perikanan seperti berdagang.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fyka, dkk (2018) yang mengungkapkan bahwa dengan adanya wisata pulau Bokori, masyarakat Bajo ada yang mengalami perubahan mata pencaharian dan ada juga yang mengalami nafkah ganda. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmayanti dan Pinasti (2018) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa pekerjaan masyarakat Sremo setelah adanya objek wisata pada saat ini, mereka tidak hanya sebagai petani dan penderes, namun mereka juga banyak yang beralih profesi yang banyak kaitannya dengan wisata waduk seperti membuka warung disekitar objek wisata, menjadi karyawan pengelola wisata, dan bahkan ada yang menjadi penjaga disalah satu spot-spot wisata yang mereka buat dan dikelola oleh kelompok wisata masyarakat Sremo.

2. Tingkat Pendapatan

Tabel 4 Pendapatan Masyarakat yang Bertempat Tinggal di Kawasan Objek Wisata Pantai Kampung Bugis

No	Pendapatan Responden	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	Rp 8.500.000	Sangat Tinggi	1	5
2	Rp 8.400.000	Sangat Tinggi	1	5

3	Rp 8.000.000	Sangat Tinggi	1	5
4	Rp 7.700.000	Sangat Tinggi	1	5
5	Rp 7.500.000	Sangat Tinggi	2	10
6	Rp 6.500.000	Sangat Tinggi	1	5
7	Rp 6.000.000	Sangat Tinggi	4	20
8	Rp 5.500.000	Sangat Tinggi	1	5
9	Rp 5.000.000	Sangat Tinggi	2	10
10	Rp 4.500.000	Sangat Tinggi	1	5
11	Rp 3.000.000	Tinggi	4	20
12	Rp 2.000.000	Sedang	1	5
Jumlah			20	100

Tabel diatas menunjukkan bahwa pendapatan responden dengan adanya objek wisata pantai di Kampung Bugis responden yang pendapatannya termasuk dalam kategori sangat tinggi yaitu dengan interval >3.500.000 ada sebanyak 15 orang, selanjutnya responden yang pendapatannya pada kategori tinggi yaitu dengan interval 2.500.000-3.500.000 ada sebanyak 4 orang, kemudian yang pendapatannya termasuk dalam kategori sedang sebanyak 1 orang, Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata tingkat pendapatan responden berada pada kategori sangat tinggi.

Tingkat pendapatan masyarakat Kampung Bugis sebelum adanya objek wisata pantai masih dapat dikatakan rendah, hal ini dikarenakan masyarakat hanya mengandalkan hasil tangkapan laut saja yang tidak menentu hasilnya. Namun, setelah adanya objek wisata pantai, pendapatan masyarakat mengalami peningkatan hal ini karena masyarakat tidak hanya bekerja pada satu jenis pekerjaan saja selain itu juga karena masyarakat melihat adanya peluang yang menjanjikan jika dibandingkan dengan pekerjaan sebelumnya. Selain itu, dengan adanya peningkatan pendapatan, masyarakat juga mampu memenuhi kebutuhan hidupnya dan mencapai taraf hidup yang sejahtera. Hal ini bisa dilihat dari masyarakat yang mampu menyekolahkan anaknya. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh bahwa masyarakat yang berjualan di kawasan objek wisata mampu menyekolahkan anaknya di sekolah keinginan mereka.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Heryati (2022) yang mengungkapkan bahwa pengembangan ekowisata berkah pantai Tapandullu memiliki dampak positif terhadap pendapatan. Selain itu hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wuri dkk (2015) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa keberadaan Kampung Wisata Sosro terhadap kehidupan ekonomi masyarakat adalah dapat membuka peluang kerja dan meningkatkan penghasilan warga masyarakatnya.

3. Curahan Waktu Kerja

Tabel 5 Curahan Kerja Responden

No	Interval Jumlah Waktu Bekerja (jam/minggu)	Frekuensi	Presentase (%)
1	≥ 35 Jam	4	20
2	< 35 Jam	16	80
Jumlah		20	100

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa curahan kerja responden dengan adanya objek wisata pantai di Kampung Bugis dengan jumlah waktu kerja ≥ 35 jam/minggu ada sebanyak 4 orang (20%). Responden dengan jmlah waktu kerja < 35 jam/minggu sebanyak 16 orang (80%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden sebagian besar berada dikategori setengah pengangguran karena rata-rata responden memiliki curahan waktu kerja < 35 Jam per minggu.

Curahan kerja masyarakat menjadi meningkat dikarenakan banyak masyarakat Kampung Bugis yang tidak hanya mengandalkan satu jenis pekerjaan saja seperti hanya mengandalkan hasil tangkapan laut tetapi memiliki pekerjaan sampingan sehingga membuat curahan kerja semakin meningkat. Selain itu masyarakat yang lebih memilih

untuk berdagang di kawasan objek wisata pantai mereka bekerja setiap hari dikarenakan pengunjung yang datang bisa setiap hari meskipun pengunjung di hari biasa tidak sebanyak pengunjung di hari libur. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa curahan kerja masyarakat setelah adanya objek wisata pantai lebih besar daripada sebelum adanya objek wisata.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyo (2014) yang mengungkapkan bahwa dengan adanya objek wisata curahan kerja atau lama waktu kerja masyarakat menjadi meningkat hal ini disebabkan oleh masyarakat yang memiliki jenis pekerjaan ganda. Selain itu hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hiariey dan Sahusilawane (2013) yang menyatakan bahwa curahan waktu kerja masyarakat meningkat setelah adanya objek wisata pantai Natsepa. Hal ini dikarenakan pengeluaran responden dalam usaha keluarga di kawasan wisata Pantai Natsepa diduga memicu responden untuk lebih banyak mengalokasikan waktu dalam berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

4. Tingkat Pengangguran

Keberadaan objek wisata pantai membawa dampak terhadap tingkat pengangguran masyarakat sekitar. Berdasarkan hasil wawancara, keberadaan objek wisata membawa positif terhadap responden yang sebelumnya menganggur. Sebelum ada objek wisata pantai responden yang menganggur ada sebanyak 2 orang. Namun, setelah adanya objek wisata pantai tidak ada lagi responden yang menganggur. Dapat dikatakan bahwa dari 20 responden semuanya memiliki pekerjaan setelah adanya objek wisata pantai. Adanya objek wisata pantai masyarakat yang semula nya menganggur menjadi memiliki pekerjaan. Masyarakat lebih tertarik untuk membuka usaha di kawasan objek wisata daripada mencari-cari pekerjaan yang lebih mengedepankan tingkat pendidikan. Hal ini karena masyarakat Kampung Bugis sebagian besar tingkat pendidikannya masih rendah sehingga tidak memungkinkan untuk mencari pekerjaan yang membutuhkan kriteria tertentu.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alqifari (2023) yang mengungkapkan bahwa peran wisata pantai Pandanan di Dusun Pandanan Desa Malaka Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara sangat berpengaruh dalam meningkatkan sumber ekonomi Masyarakat, menciptakan tarap hidup yang lebih baik, serta mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2015) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa pembangunan objek wisata Umbul Sidomukti berhasil menyerap banyak tenaga kerja mengingat banyak wahana baru yang disediakan, pembangunan Objek Wisata Umbul Sidomukti benar-benar mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Tidak hanya tenaga kerja di sektor pariwisata saja yang terserap, kenaikan omset penjualan yang dialami para pedagang di sekitar Umbul Sidomukti juga memaksa para pedagang untuk menambah karyawannya, lambat laun jumlah pengangguran di sekitar Objek Wisata Umbul Sidomukti mulai menurun.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini telah menjelaskan dampak keberadaan objek wisata pantai terhadap ekonomi masyarakat dan dapat diambil kesimpulan bahwa Keberadaan objek wisata pantai berdampak terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat Kampung Bugis. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan diperoleh bahwa jenis pekerjaan masyarakat berubah dari sebelumnya yang berorientasi pada hasil tangkapan di laut, tetapi sekarang beralih menjadi membuka usaha. Masyarakat yang beralih profesi menjadi membuka usaha di kawasan objek wisata pantai juga mengalami peningkatan pendapatan. Dengan adanya peningkatan pendapatan, masyarakat jadi lebih mudah memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu, masyarakat juga mengalami peningkatan lama waktu kerja dengan bekerja di kawasan objek wisata pantai. Keberadaan objek wisata pantai juga dapat mengurangi pengangguran di Kampung Bugis karena masyarakat dapat membuka usaha di kawasan objek wisata pantai yang tidak memerlukan kualifikasi pendidikan karena masyarakat di Kampung Bugis sebagian besarnya tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih

tinggi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi bagi pengembangan kebijakan yaitu pemerintah setempat dan masyarakat sekitar dapat memanfaatkan objek wisata pantai guna meningkatkan kondisi ekonomi dengan membuka usaha di kawasan objek wisata. Penelitian ini juga diharapkan dapat menyempurnakan serta mengembangkan indikator yang ada sehingga peneliti selanjutnya dapat meneliti sebuah fenomena secara lebih luas dan diharapkan juga dapat menambah wawasan peneliti agar menjadi lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, A., & Nazaki, N. (2017). Peran Pemerintah Kabupaten Bintan dalam Meningkatkan Kemampuan Desa Terhadap Pengelolaan Kewenangan (Studi Pelaksanaan Kewenangan Desa Malang Rapat dalam Mengelola Potensi Wisata). *Jurnal Selat*, no. 1 : 88-104.
- Alqifari, M., & Mujriah, M. (2023). Identifikasi Dampak Pengelolaan Obyek Wisata Pantai Pandanan Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat Dusun Pandanan Kabupaten Lombok Utara. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(8), 3289-3304.
- Asmit, B., Syahza, A., Mahdum, A., & Riadi, R. M. (2020). Opportunities and prospect for tourism development on rupa island, indonesia. *Folia Geographica*, 62(2), 133-148.
- Bibin, M. (2018). Pengembangan Wisata Bahari Secara Berkelanjutan (Studi Kasus Pantai Labombo Kota Palopo Provinsi Sulawesi Selatan). Institut Pertanian Bogor.
- Cahyo, A. (2014). Dampak Wisata Pantai Teleng Ria Terhadap Ekonomi Rumah Tangga Nelayan Di Desa Teleng, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Destriana, E., & Harahap, A. R. I. (2020). Pengaruh Keberadaan Objek Wisata Islamic Centre Terhadap Pengembangan UKM (Usaha Kecil Menengah) Pematang Baih Pasir Pangaraian. *VALUTA*, 6(2), 118-137.
- Farida, U. (2013). Pengaruh aksesibilitas terhadap karakteristik sosial ekonomi masyarakat pedesaan Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*, 1(1), 49-66.
- Febrianingrum, S. R., Miladan, N., & Mukaromah, H. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Pariwisata Pantai Di Kabupaten Purworejo. *Desa-Kota: Jurnal Perencanaan Wilayah, Kota, dan Permukiman*, 1(2), 130-142.
- Fyka, S. A., Yunus, L., Limi, M. A., Hamzah, A., & Darwan, D. (2018). Analisis Dampak Pengembangan Wisata Pulau Bokori Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Bajo (Studi Kasus di Desa Mekar Kecamatan Soropia). *Habitat*, 29(3), 106-112.
- Haryati., Ode Amaluddin, La Ode Nursalam. (2021). Dampak Keberadaan Objek Wisata Lapoili Terhadap Usaha Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi*, 6(2).
- Heryati, Y. (2022). Dampak Pengembangan Eko Wisata Berkah Pantai Tapandullu Terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat di Desa Tapandullu Kecamatan Simboro. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 149-158.
- Hiariey, L. S., & Sahunilawane, W. (2013). Dampak pariwisata terhadap pendapatan dan tingkat kesejahteraan pelaku usaha di kawasan wisata Pantai Natsepa, pulau Ambon. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 9(1), 87-105.
- Karabassov, R., Nurmaganbetov, K., Bodaukhan, K., Kulmaganbetova, A., Orynbekova, G., & Omarkhanova, Z. (2023). Socio-Economic Consequences of the Transition to Organic Agriculture and Its Impact on Ecotourism. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 14(2), 477-490.
- Kurniawan, W. (2015). Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

- Nugraha, H. P., Indarjo, A., & Helmi, M. (2013). Studi kesesuaian dan daya dukung kawasan untuk rekreasi pantai di Pantai Panjang Kota Bengkulu. *Journal of Marine Research*, 2(2), 130-139.
- Misnawati, A., & Widodo, J. (2017). Pengaruh Sosial Ekonomi Keluarga Dan Disiplin Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pengantar Ekonomi Kelas X SMK Widya Praja Ungaran. *Economic Education Analysis Journal*, 6(1), 96-109.
- Modjango, F., Sudhartono, A., & Sustris, S. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pengunjung Ke Objek Ekowisata Pantai Siuri, Desa Toinasa Kecamatan Pamona Barat Kabupaten Poso. *Jurnal Warta Rimba*, 3(2).
- Nasirotun, S. (2013). Pengaruh kondisi sosial ekonomi dan pendidikan orang tua terhadap motivasi melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi pada siswa. *Ekonomi IKIP Veteran Semarang*, 1(2), 37061.
- Pamungkas, I. T. D., & Muktiali, M. (2015). Pengaruh Keberadaan Desa Wisata Karangbanjar terhadap Perubahan Penggunaan Lahan, Ekonomi dan Sosial Masyarakat. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 4(3), 361-372.
- Priambudi, B. N., & Pigawati, B. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Pemanfaatan Lahan dan Sosial Ekonomi di Sekitar Apartemen Mutiara Garden. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 3(4), 576-584.
- Rahmayanti, Y. D., & Pinasti, V. I. S. (2018). Dampak Keberadaan Objek Wisata Waduk Sermo Terhadap Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat di Sremo, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. *E-Societas*, 7(2).
- Shantika, B., & Mahaggangaa, I. G. A. O. (2018). Dampak perkembangan pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat di Pulau Nusa Lembongan. *Jurnal Destinasi Pariwisata ISSN*, 2338, 8811.
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian Edisi Revisi Tahun 2021*. Pekanbaru: UR Press.
- Yusuf, R. (2019). Perencanaan Obyek Wisata Pantai dan Wahana Alam Sabang Tende Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli. *Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian*, 1(2).
- Wuri, J., Hardanti, Y. R., & Harnoto, L. B. (2015). Dampak keberadaan kampung wisata terhadap kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. *Jurnal Penelitian*, 18(2).
- Zulkarnain, Z., & Miswar, D. (2021). Deskripsi Objek Wisata Puncak Mas Kelurahan Sukadanaham Kota Bandar Lampung. *JPG (Jurnal Penelitian Geografi)*, 9(1), 17-22.
- Zunaidi, M. (2013). Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Tradisional Pasca Relokasi dan Pembangunan Pasar Modern. *The Sociology of Islam*, 3(1).

ANALISIS KEBIJAKAN EKONOMI: RESTRUKTURISASI UTANG SELAMA PANDEMI COVID-19

¹ Riki Firmansah, ² Syamsir, ³ Aldri Frinaldi, Anjas Muharman⁴

Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang

¹ firmsahriki92@gmail.com, ² syamsir@fis.unp.ac.id, ³ aldri@fis.unp.ac.id, ⁴ anjasmuharman18@gmail.com

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has had a significant impact on the economy. This also causes many customers to have difficulty paying their debts. This study aims to look at the economic policies carried out by the government to be able to carry out debt restructuring during this pandemic. This research was then carried out using an empirical juridical approach. The results of this study then show that many Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) entrepreneurs experience difficulties in paying their debt obligations. This is because their business has been greatly affected by the existence of the pandemic, either directly or indirectly. The current debt restructuring is going quite well. This policy also then makes credit quality smooth and no longer jammed.

Keywords: Economic Policy, Debt Restructuring, Covid-19 Pandemic

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup signifikan kepada bidang ekonomi. Hal ini juga kemudian menyebabkan banyak nasabah kesulitan dalam melakukan pembayaran hutang milik mereka. Penelitian ini bertujuan untuk melihat mengenai kebijakan ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah untuk dapat melakukan restrukturisasi hutang selama masa pandemi ini. Penelitian ini kemudian dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan yuridis empiris. Hasil dari penelitian ini kemudian memperlihatkan bahwa banyak sekali para pengusaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami kesulitan dalam membayar kewajiban hutangnya, Hal ini dikarenakan usaha mereka sangat terdampak oleh keberadaan pandemi, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Adapun restrukturisasi hutang saat ini berjalan dengan cukup baik. Kebijakan ini juga kemudian membuat kualitas kredit menjadi lancar dan tidak lagi macet.

Kata kunci: Kebijakan Ekonomi, Restrukturisasi Utang, Pandemi Covid-19

PENDAHULUAN

Menurut Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia, pembangunan ekonomi merupakan salah satu komponen dari upaya suatu negara untuk mencapai kesejahteraan manusia yang adil dan merata. Keberhasilan lembaga keuangan negara sangat menentukan kesejahteraan rakyat Indonesia dan bangsa secara keseluruhan. Bank sering menawarkan pinjaman kepada masyarakat umum dengan sistem kredit untuk mengelola uang dalam penyimpanan agar nantinya dapat digunakan dengan tepat dan menghasilkan pengembalian yang maksimal (Endarto et al., 2022). Ketika bank menawarkan kredit kepada konsumen, kedua pihak meresmikan hubungan komersial mereka dengan menandatangani perjanjian kredit. Lembaga keuangan (kreditur) biasanya menyusun ketentuan kontrak, dan "debitur" hanya membaca dan mempertimbangkannya. Mayoritas kegiatan perbankan dan BPR berpusat pada pemberian kredit atau bentuk pembiayaan lainnya (Langit & Setyorini, 2022).

Bank Perkreditan Rakyat yang juga disingkat BPR adalah jenis bank tertentu yang melayani usaha mikro, kecil, dan menengah serta memiliki cabang yang ditempatkan secara strategis di dekat tempat tinggal dan tempat kerja nasabahnya. Bank berhak atas kinerja nasabah peminjam baik berupa pelunasan pinjaman maupun pemenuhan syarat-

syarat perjanjian yang telah ditetapkan sebelum pemberian kredit (Mardhatillah & Junaedi, 2021).

Kegiatan BPR sangat penting untuk perluasan sektor UMKM di Indonesia. Namun, dampak BPR meluas lebih jauh dari itu, karena BPR juga memfasilitasi akses Indonesia yang lebih besar ke layanan keuangan. Estimasi nilai layanan kredit yang ditawarkan oleh BPR kepada masyarakat umum, termasuk UMKM, adalah Rp 92,5 triliun, tumbuh 8,3 persen per tahun (Novika & Addini, 2022). Bank dalam usaha BPR adalah lembaga keuangan yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan/atau praktek usaha konvensional, namun tidak memberikan jasa yang berkaitan dengan lalu lintas pembayaran. Semua simpanan pada BPR harus dilakukan sebagai tabungan, deposito, atau instrumen yang dipersamakan dengan itu. Usaha komersial BPR mengutamakan pendampingan masyarakat daerah dan pemilik usaha lokal (Himarosa et al., 2022).

Mobilitas struktur ekonomi masyarakat berubah akibat wabah COVID-19. Wabah COVID-19 yang juga melanda Indonesia menyebabkan kelesuan di sejumlah industri, termasuk sektor keuangan dan ekonomi. Hal ini dikarenakan debitur kurang mampu memenuhi kewajibannya untuk membayar kewajiban angsuran kredit. Selain itu, pemerintah telah melakukan upaya khusus untuk meningkatkan keadaan ekonomi, terutama saat ini bagi para pelaku usaha (Wijaya & Buana, 2021). POJK menyetujui perpanjangan tambahan program stimulus COVID-19 di sektor perbankan mengingat informasi terbaru mengenai dampak keuangan dari penyebaran COVID-19 yang berkelanjutan baik secara global maupun lokal. Regulator memperkirakan bahwa risiko kredit bank akan meningkat akibat dampak pandemi terhadap produktivitas dan kapasitas pembayaran peminjam (Jainuri & Sukmana, 2022).

Di awal tahun 2020, Indonesia secara resmi menyatakan perang terhadap *epidemic Covid-19*. Masuknya Covid-19 yang secara tidak langsung berdampak pada pemerintah Indonesia memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian bangsa. Virus COVID-19 yang telah menginfeksi Indonesia menyebar ke seluruh dunia, dan kegiatan ekonomi hanyalah salah satu sektor yang dirugikan. Otoritas Jasa Keuangan selanjutnya menerbitkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 11/POJK.03/2020 pada tanggal 1 Maret 2020 dengan judul "Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan *Countercyclical* Dampak Penyebaran Corona Virus Disease 2019" (selanjutnya disebut POJK No.11/2020) (Antu et al., 2021).

Besarnya fleksibilitas yang ditawarkan dalam hal restrukturisasi, pinjaman, dan pembiayaan pada akhirnya akan bergantung pada kebijakan Bank, hal ini penting untuk diingat. Dengan menetapkan standar kelayakan bagi debitur dan industri yang terdampak COVID-19 untuk menerima kebijakan restrukturisasi keringanan kredit, bank akan menyikapi hal tersebut (Meilinda Nainggolan et al., 2023). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan Peraturan OJK Nomor 11/POJK.03/2020, Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan *Countercyclical* akibat dari dampak Penyebaran Covid-19. Peraturan ini berlaku sampai dengan tanggal 31 Maret 2021 sebagai langkah tanggap cepat untuk mengantisipasi dampak penyebaran COVID-19. Namun berdasarkan POJK terbaru, program stimulus ini diperpanjang lagi dan berlaku hingga 31 Maret 2023 (Bidari, 2020)

Sebagai bank daerah yang bertujuan untuk menggerakkan perekonomian daerah, Bank Jambi telah mengambil bagian dalam restrukturisasi, khususnya bagi UMKM yang diwajibkan untuk melakukan pembayaran pinjaman bergulir ke perbankan. Strategi ini merupakan salah satu pilihan yang dilakukan PT Bank Pembangunan Daerah Jambi dalam upaya mencegah kredit bermasalah menjadi kredit macet yang diperkirakan akan berdampak negatif terhadap operasional bank. Namun, masyarakat tidak akan secara otomatis menerima keringanan kredit; melainkan harus melalui proses yang akan diputuskan oleh OJK dan bank (Susetiyo, 2019).

Menurut Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, setiap perjanjian yang dibuat oleh para pihak, dalam hal ini perjanjian antara bank dengan nasabah, didasarkan atas itikad baik. Alhasil, restrukturisasi ini memberikan perlindungan hukum bagi nasabah yang beritikad baik. Para pihak sepakat untuk mengubah sebagian atau seluruh bunga yang belum

dibayar menjadi prinsip pinjaman baru, mengubah sebagian atau seluruh kredit menjadi penyertaan modal dalam usaha, dan/atau menegosiasikan kembali persyaratan pengembalian ketika kondisi kredit direstrukturisasi (Sakinah & Suherman, 2021). Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti ingin menganalisis keputusan ekonomi yang telah diambil pemerintah dalam rangka restrukturisasi utang ketika terjadi pandemi.

METODE PENELITIAN

Studi ini mengkaji hubungan antara hukum dan praktik sosial dan termasuk dalam metode penelitian yuridis empiris, juga disebut penelitian lapangan. Kegunaan ketentuan hukum normatif dalam memecahkan masalah hukum praktis, seperti membuat undang-undang baru atau menegakkan undang-undang yang ada, diperiksa oleh yurisprudensi empiris. Dengan kata lain, ini adalah pemeriksaan tentang bagaimana keadaan masyarakat saat ini dengan tujuan utama untuk mempelajari fakta-fakta terkait. Menemukan sumber masalahnya adalah langkah selanjutnya menuju pemulihan yang berhasil setelah memperoleh data penting.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Restrukturisasi Utang Selama Pandemi COVID-19

Dalam dunia keuangan, memiliki kredit buruk seperti memiliki penyakit parah yang dapat membuat Anda bangkrut. Baik masyarakat umum maupun pemegang saham bank menderita kredit macet. Untuk mengurangi kemungkinan kredit bermasalah, penyaluran kredit yang dibiayai oleh masyarakat harus sesuai dengan konsep kehati-hatian dan memenuhi persyaratan lain untuk kredit yang baik (Agustina, 2021). Pinjaman yang macet menempatkan bank pada bahaya kerugian finansial, yang dapat berdampak buruk pada ekonomi dan pasar mata uang. Dengan kata lain, karena sebagian uang disimpan dalam kredit macet, kemacetan kredit akan berdampak pada kondisi bangsa saat ini (Disemadi, 2021).

Pemberi pinjaman dan peminjam dapat menegosiasikan kembali kondisi pinjaman dalam upaya yang dikenal sebagai "menyimpan" pinjaman untuk menyelesaikan hutang yang bermasalah. Pembicaraan ini tentang restrukturisasi utang. Untuk menghindari penyaluran kredit biasanya dilakukan prinsip kehati-hatian, namun pada kenyataannya tidak ada bank yang terbebas dari kredit bermasalah. Restrukturisasi kredit yang dimaksud dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/15/PBI/2012 tentang Penilaian Kualitas Aset Bank Umum merupakan upaya untuk meningkatkan kegiatan perkreditan terhadap debitur yang mengalami masalah dalam memenuhi kewajibannya dengan menguraikan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh debitur dan kreditur dalam melakukan restrukturisasi utang. Ada berbagai teknik untuk merestrukturisasi utang, yang sebagian besar dilakukan oleh penduduk setempat.

Strategi bank yang dikenal dengan program restrukturisasi utang dilakukan untuk mendorong stimulasi pembangunan ekonomi dengan tetap mempertimbangkan manajemen risiko bank. Kualitas kredit yang telah dipastikan lancar sejak restrukturisasi selesai harus diperhatikan dengan seksama. Restrukturisasi utang merupakan opsi pinjaman yang diberikan kepada peminjam baik sebelum maupun sesudah penyebaran COVID-19. terdiri dari debitur industri UMKM (Nadilah, 2021). Metode restrukturisasi utang yang paling sederhana dan umum dalam restrukturisasi adalah melalui penjadwalan ulang, yang berarti mengubah jangka waktu kredit (yang hanya berarti mengubah jangka waktu pembayaran). Dengan menerima rencana pembayaran baru, kreditur memberi debitur lebih banyak waktu untuk mendapatkan dana yang diperlukan untuk menyelesaikan rekening terutang mereka. Pertimbangan kedua adalah perlunya pengembalian atau pengembalian uang, yang mungkin memerlukan perubahan keseluruhan atau sebagian dari pengaturan kredit.

Setiap dan semua kondisi, termasuk periode pembayaran, dapat berubah tanpa memerlukan kredit tambahan atau konversi kredit saat ini menjadi stok dalam bisnis. Beberapa contoh teknik restrukturisasi yang merupakan bagian dari faktor ketiga termasuk

menambah lebih banyak uang, mengubah sebagian atau seluruh tunggakan utang menjadi pokok baru, penjadwalan ulang pembayaran, atau membayar kembali tanggung jawab. Untuk mengurangi tekanan pada kreditur, suku bunga yang lebih rendah, tanggal jatuh tempo yang lebih lama, dan pembayaran pokok yang berbeda akan diterapkan. Karena situasi keuangan selama pandemi, restrukturisasi utang tidak hanya memudahkan kreditur membayar utangnya, tetapi juga membantu bank menjaga likuiditasnya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menegaskan bahwa aturan restrukturisasi utang dan pengurangan pembayaran pinjaman yang diambil debitur di bidang perbankan dan pembiayaan juga membantu stabilitas posisi keuangan berkelanjutan Indonesia (Tahliani, 2020).

Prinsip kehati-hatian dan kepercayaan, yang menjamin bahwa lembaga pemberi pinjaman akan memiliki keyakinan pada kemampuan peminjam untuk membayar kembali pinjaman dan bahwa pembayaran akan dilakukan tepat waktu, merupakan dasar pemberian kredit oleh bank. Dalam upaya mempercepat pemulihan ekonomi negara, program ini bertujuan untuk menjaga stabilitas industri jasa keuangan dan memberikan ruang bernapas bagi masyarakat dan dunia usaha di masa pandemi (Atikah, 2021).

Kebijakan Pemerintah Dalam Melakukan Restrukturisasi Utang

Topik menggairahkan perekonomian nasional di tengah wabah virus corona (COVID-19) yang disebut sebagai pandemi dan telah mengganggu hampir seluruh sendi perekonomian diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 11/POJK.03/2020. POJK ini bertujuan untuk meringankan beban keuangan akibat pandemi COVID-19, khususnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (walaupun korporasi juga tercakup dalam POJK ini). Restrukturisasi tersebut mulai berlaku sebagai berikut:

- 1) Standar Otoritas Jasa Keuangan tentang penilaian kualitas aset bank umum syariah dan unit usaha syariah diikuti saat pembiayaan bank umum syariah dan unit usaha syariah.
- 2) Pedoman Otoritas Jasa Keuangan yang mengatur penilaian kualitas aset BPR diikuti saat memberikan pinjaman kepada mereka.
- 3) Pedoman Otoritas Jasa Keuangan yang mengatur tentang penilaian kualitas aset bank umum diikuti dalam pemberian kredit kepada bank umum konvensional.
- 4) Mekanisme pembiayaan tersebut sesuai dengan ketentuan Otoritas Jasa Keuangan yang mengatur persyaratan aktiva produktif dan pembentukan cadangan antisipasi kerugian atas aktiva penghasil BPRS.

POJK tentang penggerak ekonomi nasional tidak dapat diterapkan secara efektif pada saat itu, dan POJK Nomor 11/POJK.03/2020 tidak dapat segera diterapkan karena tidak ada lembaga keuangan yang bereaksi terhadap POJK tersebut pada saat itu. Bukan karena bank dan lembaga keuangan tidak mengikuti POJK; Melainkan karena ketentuan inti POJK tersebut masih banyak penafsiran dan belum menjadi peraturan perundang-undangan yang bersifat final.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah memperpanjang batas waktu perpanjangan masa tenggang restrukturisasi utang hingga Maret 2023. Hal ini merupakan tindakan yang dilakukan lebih awal untuk melindungi kesehatan sektor jasa keuangan dan mengurangi dampak dari potensi penurunan standar reorganisasi debitur. OJK membuat kebijakan relaksasi dalam POJK No.11/POJK.03/2020 sebagai respon terhadap kemungkinan dampak penyebaran penyakit virus corona. Pendekatan ini dipertahankan, dan relaksasi restrukturisasi utang diperpanjang dengan tujuan yang sama, karena pandemi terus berlanjut dan perlunya ekonomi yang terkena dampak untuk segera pulih.

Sehubungan dengan peraturan tersebut, pemerintah mengeluarkan undang-undang untuk menjaga kesejahteraan dan stabilitas keuangan warga selama pandemi Covid-19. Aturan yang dibuat pemerintah sebagai respon terhadap dampak dari penyebaran *Coronavirus Disease 2019*. Otoritas Jasa Keuangan menetapkan berbagai peraturan yang harus dipatuhi bank untuk meminjamkan uang kepada nasabahnya di tahun-tahun sebelum merebaknya virus Covid-19. Peraturan yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan mengatur restrukturisasi utang. Ketika peminjam mengalami kesulitan dalam memenuhi pembayaran,

Bank dapat merekomendasikan strategi restrukturisasi utang yang mencakup namun tidak terbatas pada tindakan berikut:

- a) Menurunkan pinjaman suku bunga;
- b) Perpanjangan jangka waktu kredit;
- c) Penurunan bunga pinjaman dan tunggakan pokok;
- d) Fasilitas kredit lebih banyak;
- e) konversi kredit menjadi penyertaan modal sementara.

Diketahui bahwa setiap Bank telah menyalurkan lebih dari Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) dalam bentuk kredit yang direstrukturisasi dan/atau jenis kredit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lainnya berdasarkan Pasal 6 POJK Nomor 11/POJK.03/2015, khususnya Pasal 6 ayat (2). Kami mengacu pada 50 kreditur itu satu per satu ketika kami membahas 50 kreditur teratas Bank Dunia. Menurut Pasal 7 Ayat 1 Huruf A POJK Nomor 11/POJK.03/2015, hanya utang yang dianggap meragukan atau di bawah standar yang dapat direstrukturisasi. Kredit dalam Pasal 7 kurang baik atau memerlukan pengelolaan khusus sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 huruf b. Dengan demikian, nasabah bank terlindungi dalam hal restrukturisasi utang berdasarkan Pasal 6 dan 7 POJK No. 11/POJK.03/2015, baik dari segi kelayakan maupun keadaan kredit nasabah pada saat dilakukan restrukturisasi.

Strategi bank yang dikenal dengan program restrukturisasi utang dilakukan untuk mendorong stimulasi pembangunan ekonomi dengan tetap mempertimbangkan manajemen risiko bank. Proses restrukturisasi harus memperhatikan kualitas kredit yang dianggap lancar (Tektona, 2022).

Restrukturisasi sesuai dengan ketentuan POJK Nomor 03 Tahun 2020 khususnya Pasal 2 ayat (1), yang menyebutkan bahwa “debitur terdampak COVID-19, termasuk debitur usaha mikro, kecil, dan menengah” yang memiliki kesulitan memenuhi kewajiban keuangannya kepada bank karena terkena dampak COVID-19, baik secara langsung maupun tidak langsung di bidang ekonomi. Debitur dapat memenuhi syarat untuk konsolidasi utang, restrukturisasi utang, dan/atau alokasi dana tambahan jika memenuhi kriteria yang disebutkan di atas.

Debitur dapat memilih restrukturisasi hutang sebagai cara untuk mengembalikan kewajiban kredit bank mereka ketika mereka mengalami masalah dalam membayar hutang mereka. Landasan Pasal 10 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 11/POJK.03/2020 adalah kebijakan pemberian dukungan stimulus ekonomi kepada debitur yang terdampak penyebaran COVID19, termasuk debitur usaha mikro, kecil, dan menengah dengan masa berlaku selama sampai dengan 31 Maret 2021. Program stimulus ini berlaku sejak diterbitkannya POJK yang baru dan berlangsung sampai dengan 31 Maret 2023.

Restrukturisasi utang yang dimiliki oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dimungkinkan, serta pinjaman yang diberikan kepada debitur baik sebelum maupun setelah wabah COVID-19. Selama pelaksanaan restrukturisasi berdasarkan POJK bagi BPR, ketentuan Otoritas Jasa Keuangan tentang kualitas aktiva produktif dan pembentukan penyisihan potensi kerugian atas aktiva produktif BPR dipatuhi (Tombi et al., 2022). Agar pinjaman dianggap patuh, harus memenuhi dua persyaratan: (1) harus diberikan kepada peminjam yang akan terkena dampak penyebaran COVID-19, termasuk peminjam UMKM; dan (2) harus direformasi setelah peminjam terkena dampak. Bagi debitur yang terkena dampak maksimal sebesar Rp. 10.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) yang dapat bergantung pada kebenaran pembayaran pokok dan/atau bunga serta margin/bagi hasil.

Proses Restrukturisasi utang BPR di Jambi

Kelompok nasabah atau debitur yang diprioritaskan untuk mendapatkan keringanan berdasarkan aturan POJK nomor 11 Tahun 2020 antara lain yang terdampak COVID-19 dengan nilai kredit di bawah Rp10.000.000.000,00 termasuk pekerja berupah harian, UMKM, KUR, dan proses restrukturisasi bank yang memenuhi ketentuan surat edaran OJK. Maksimal 12 bulan telah berlalu sejak klien dan debitur terakhir kali mengajukan aplikasi ke bank untuk berlakunya kebijakan ini. Pihak perbankan kemudian menilai kelayakan

nasabah atau debitur untuk restrukturisasi utang berdasarkan 5C (karakter, kapasitas, permodalan, agunan, dan keadaan ekonomi).

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, sekelompok kegiatan masyarakat dikelola melalui administrasi. Suatu proses mencakup rencana, kebijakan, strategi, dan kegiatan jangka pendek dan jangka panjang untuk menghasilkan hasil yang diinginkan. Atau dengan kata lain, administrasi adalah proses yang memerlukan tindakan berkelanjutan yang akhirnya mengarah pada realisasi hasil yang diinginkan (Muharman et al., 2023).

Berdasarkan temuan survei ulang, prosedur restrukturisasi utang di BPR Jambi dilakukan dengan cara memperpanjang jangka waktu kredit, menunda angsuran kredit, dan mengurangi tunggakan bunga kredit. Menunda pembayaran angsuran dan memperpanjang jangka waktu dapat meringankan beban pemenuhan kewajiban debitur. Hal ini dimaksudkan agar debitur dapat memilih jangka waktu yang lebih fleksibel untuk membayar cicilannya kepada kreditur sesuai dengan keadaan keuangannya dan perjanjian kredit yang telah disepakati bersama.

Menurut Kepala Perwakilan OJK Provinsi Jambi, Yudha Nugraha Kurata, UMKM yang berkinerja baik namun membutuhkan pembiayaan dapat mengajukan pinjaman ke perbankan atau menggunakan program crowdfunding (SCF) berbasis digital. Menanggapi hal tersebut, Dr. H. Yunsak El Halcon, SH., M.Si, Direktur Utama Bank Jambi menyatakan bahwa sejak pandemi COVID-19 dimulai, seluruh pelaku usaha merupakan sektor yang tidak terlindungi, sehingga banyak pelaku usaha dan perusahaan yang memilih gulung tikar atau menghentikan sementara kegiatan usahanya. PT Bank Pembangunan Daerah Jambi menggunakan sejumlah taktik, antara lain menurunkan suku bunga, menawarkan kredit gratis, meningkatkan efisiensi, dan menawarkan layanan digital, untuk menyamakan fakta bahwa ekonomi masih tumbuh. Hal inilah yang mendorong Bank Jambi memanfaatkan kemajuan teknologi untuk membantu kegiatan perbankan di pedesaan secara efektif dan efisien. Berikut prosedur dasar pengajuan restrukturisasi utang pada BPR di Jambi:

- a) Klien dan bankir bertemu di cabang.
Nasabah mengajukan permohonan restrukturisasi utang beserta surat-surat pendukung antara lain rekening bank terakhir, KTP kedua pasangan, kartu keluarga atau akte nikah, bukti penurunan pendapatan majikan klien, dan pemotongan gaji atau bentuk bukti penghasilan lainnya.
- b) Dalam proposal bank, analisis 5C ditinjau kembali: Karakter adalah informasi tentang calon nasabah (debitur), seperti sifat dan kebiasaan mereka; Kapasitas (*capacity to pay debts*) adalah manajemen debitur terhadap perusahaannya, dengan indikator riwayat perusahaan dan latar belakang pendidikan; Jika tidak mampu membayar, agunan (jaminan) adalah jaminan yang dapat disita; Kekayaan yang dimiliki disebut sebagai modal, sedangkan istilah "kondisi" mengacu pada pertimbangan keadaan ekonomi di sekitar inisiatif bisnis.
- c) Selain itu, input dilakukan melalui sistem perbankan.
- d) Kemudian, pejabat yang sesuai memverifikasinya.
- e) Pengajuan agunan appraisal memungkinkan bank untuk mengevaluasi agunan yang telah dijamin oleh nasabah dan menentukan layak atau tidaknya.
- f) Pengecekan sertifikat dilakukan untuk melihat apakah tanah atau tempat tinggal tersebut bermasalah atau tidak, dan untuk melihat apakah nama pemilik sertifikat sesuai dengan klien atau tidak.
- g) *Official endorsement*, usulan restrukturisasi utang telah disetujui oleh pejabat perbankan.
- h) Setelah restrukturisasi utang, kesepakatan tentang pengaturan kredit baru.

Analisis Kebijakan Ekonomi Pemerintah

Restrukturisasi utang yang disebabkan oleh Corona Virus Disease pada tahun 2019, para pihak diwajibkan untuk membuat perjanjian restrukturisasi dengan menunda pembayaran atau memperpanjang jangka waktu pembayaran. Hal ini juga sejalan dengan

Pasal 1338 ayat 1 Hukum Perdata Indonesia yang menyatakan bahwa perjanjian yang sah akan dianggap sebagai hukum yang mengikat bagi para pihak yang membuatnya.

Hanya kreditur yang terkena dampak langsung COVID-19 dan kesulitan melakukan pembayaran cicilan yang berhak mendapatkan penyelamatan kredit melalui restrukturisasi; hal ini tidak berlaku bagi debitur yang dengan sengaja melewatkan pembayaran karena itikad buruk. Hal ini diatur dalam KUHPerduta Pasal 1244, yang menyatakan bahwa debitur harus dipidana untuk mengganti biaya, kerugian, dan bunga. Jika tidak ada bukti itikad buruk atas namanya, dia tidak dapat dimintai pertanggungjawaban atas semua itu jika tidak dilakukan sesuai dengan ketentuan perjanjian atau tidak dilakukan pada waktu yang tepat.

Nasabah yang mengalami kesulitan melakukan pembayaran akibat wabah Covid dapat mengajukan restrukturisasi utang guna mendapatkan perlindungan hukum. Perlindungan hukum bagi konsumen dapat dilakukan dengan dua cara, pertama melalui perlindungan secara tidak langsung, yaitu dengan memberikan perlindungan hukum kepada nasabah terhadap potensi risiko kerugian yang diakibatkan oleh suatu kebijakan atau kegiatan usaha bank. Kedua, perlindungan langsung, atau melindungi nasabah dari potensi kerugian finansial yang ditimbulkan oleh aktivitas bank. Hal ini disebabkan fakta bahwa klien-pengguna akhir-harus berhati-hati sebelum melakukan transaksi keuangan apa pun dengan bank. Mempertahankan kepercayaan publik, terutama yang mungkin berubah menjadi klien yang membayar, dimungkinkan dengan membela kepentingan hukum seseorang (Ramadhan et al., 2022).

Pembelaan hukum ini tersedia bagi debitur yang memenuhi kriteria restrukturisasi utang yang diatur dalam POJK 11/POJK akibat wabah COVID-19. Bab III Restrukturisasi Utang atau Pembiayaan Pasal 5 dan 6 jatuh tempo pada Maret 2020. Operasi restrukturisasi Pasal 5 ayat 1 cukup mudah untuk memastikan kaliber pinjaman atau pembiayaan yang direstrukturisasi. Menurut Pasal 5 Ayat (2), bank dapat menawarkan restrukturisasi utang kepada debitur yang mengajukan pinjaman kepada mereka sebelum atau setelah pandemi COVID-19 jika mereka melakukannya sebelum atau setelah wabah. Namun, debitur yang meminta kredit sebelum wabah harus memiliki kredit yang baik atau melakukan pembayaran yang mudah. Usaha kecil dan menengah (UKM) dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dilindungi oleh restrukturisasi utang, meskipun paragraf ketiga menunjukkan bahwa praktik akuntansi masing-masing bank mempengaruhi apakah debitur memperoleh kredit dari BPR dan BPRS. Usaha mikro, kecil, dan menengah termasuk debitur terdampak COVID-19 yang memenuhi kriteria keringanan Pasal 6 huruf a.

Pengaturan ini bertujuan untuk merestrukturisasi utang nasabah yang terkena dampak, termasuk nasabah usaha mikro, kecil, dan menengah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 huruf b, dengan tetap mempertimbangkan penyebaran COVID-19 secara global dan nasional yang masih berlangsung, yang tidak diragukan lagi mempengaruhi debitur dan menurunkan risiko kredit macet. Untuk mengantisipasi dan memaksimalkan kinerja bank, menjaga stabilitas, dan memenuhi tuntutan ekonomi yang meningkat, otoritas jasa keuangan menerbitkan peraturan perundang-undangan terkait hal tersebut. Namun, pengaturan tersebut harus mengutamakan keselamatan dan prinsip kehati-hatian.

Otoritas Jasa Keuangan menerapkan aturan No.11/POJK.03/2020 tentang penggerakan perekonomian nasional dalam menghadapi perkembangan Covid-19 sebagai langkah countercyclical untuk menjaga perlindungan hukum nasabah. Ada tiga metode untuk melakukan penyelamatan kredit. Yang pertama adalah penjadwalan ulang, yang mencakup perubahan beberapa ketentuan perjanjian kredit, seperti jadwal pembayaran, jangka waktu kredit, atau jumlah pembayaran. Rekonstitusi adalah pilihan kedua, dan ini memerlukan perubahan ketentuan kontrak secara keseluruhan atau sebagian sambil membiarkan kredit dan tanggung jawab para pihak tidak tersentuh. Reorganisasi (*rearrangement*) merupakan opsi terakhir yang dapat dilakukan melalui konversi atau modifikasi kredit yang ada. Sebaliknya, proses restrukturisasi kredit POJK 11/2020 bekerja untuk menghentikan krisis kredit selama Pandemi. Pemerintah telah menerapkan pembatasan melalui OJK yang sangat bermanfaat bagi debitur dan bank sebagai kreditur

guna menjaga semua pihak dari virus corona (COVID-19), termasuk pelaku usaha sebagai debitur dan bank sebagai kreditor. Oleh karena itu, kedua belah pihak harus hidup berdampingan dalam situasi sulit (Tjandra, 2020).

KESIMPULAN

Program penataan kembali utang berdasarkan POJK Nomor 11/POJK.03/2020. Secara khusus, Pasal 2 ayat (1) mengacu pada "debitur yang terkena dampak COVID-19, termasuk debitur usaha mikro, kecil, dan menengah" yang kesulitan memenuhi kewajiban keuangannya karena mereka atau perusahaannya terkena dampak negatif dari penyebaran COVID-19 baik secara langsung maupun tidak langsung dalam perekonomian. Menurut perjanjian restrukturisasi, sejauh ini telah beroperasi secara efektif. Pelanggan melakukan pembayaran sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. konsolidasi hutang untuk menjaga kelayakan kredit dan menghindari kredit *negative*. Kredit negatif akan berdampak pada profitabilitas atau bahkan pendapatan bank. Restrukturisasi adalah upaya memberikan perlindungan hukum kepada nasabah debitur agar nasabah debitur wajib mengurus dan membayar utang bank yang timbul dari restrukturisasi utang dengan itikad baik akibat merebaknya COVID-19. Karena restrukturisasi utang hanya menunda dan memperpanjang kewajiban pembayaran debitur kepada bank, tidak menghilangkan kewajiban debitur kepada bank. Oleh karena itu, perlu adanya pertimbangan dan kehati-hatian dari bank dalam setiap restrukturisasi utang yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 agar pemberian restrukturisasi utang berupa perpanjangan jangka waktu angsuran dan penundaan jangka waktu angsuran yang diberikan dapat mencapai tujuan dan memastikan pembayaran pinjaman tepat waktu sesuai dengan perjanjian restrukturisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. S. (2021). The Credit Restructuring As A Form of Protection Against Customers During The Covid-19 Pandemic. *IJLR: International Journal of Law Reconstruction*, *III*(2), 228–241.
- Antu, Y., Mohi Husain, E., Nggilu, R., Satria Arsana, K., Binolombangan, F., & Endey, N. (2021). Analisis Implementasi Kebijakan Ekonomi dan Implikasinya Terhadap UMKM Di Kota Gorontalo. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, *VIII*, 230–237.
- Atikah, I. (2021). THE URGENCY OF MORTGAGE AGREEMENT AS AN EFFORT TO REALIZE THE TRUST BY BANK AS CREDITOR. *Jurnal Hukum Dan Peradilan*, *10*, No. 1, 31–64.
- Bidari, A. S. (2020). STIMULUS EKONOMI SEKTOR PERBANKAN DALAM MENGHADAPI PANDEMI CORONA DISEASE 2019 DI INDONESIA. *Legal Standing: Jurnal Ilmu Hukum*, *4*(1), 297–305.
- Disemadi, H. S. (2021). Stimulus Kredit Perbankan : Kebijakan Penanggulangan Risiko Kredit Akibat Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) di Indonesia. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, *10* No. 3, 563–577. <https://doi.org/10.24843/JMHU.2021.v10.i03.p10>
- Endarto, B., Hadi, F., & Fithri, N. H. (2022). Politik hukum green bond di indonesia the politic of law on green bond in indonesia. *Bina Hukum Lingkungan*, *7*, nomor 1, 1–21.
- Himarosa, R. A., Krisdiyanto, Wardana, P. A., Maulana, N. R., & Sofyantoro, F. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Marketing berbasis Teknologi Informasi. *Pengabdianmu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, *7*(6), 774–781.
- Jainuri, M., & Sukmana, H. (2022). Evaluasi Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima Di Sentra. *BLIKAUMA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, *10*(2), 107–115.
- Langit, E. S., & Setyorini, E. H. (2022). Perlindungan hukum debitur wanprestasi pada perjanjian kredit rumah atas jaminan hak tanggungan. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social Political-Governance*, *2*(2), 777–793.
- Mardhatillah, W., & Junaedi, D. (2021). Implementasi Direct Marketing pada Bank BPR Datagita Mustika. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *4*(1), 165–178. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.374>

- Meilinda Nainggolan, E., Mardiana, S., & Adam. (2023). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENGADAAN BARANG/JASA PEMERINTAH TENTANG PROGRAM BELA PENGADAAN. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 10, 1–16.
- Muharman, A., Fitriasia, A., & Ofianto. (2023). Pergeseran Nomenklatur Administrasi Negara Menjadi Administrasi Publik. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(1), 152–159.
- Nadilah, T. F. (2021). KEPASTIAN HUKUM RESTRUKTURISASI KREDIT PERBANKAN KEPADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH PADA MASA COVID-19 DI PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU TANJUNG MORAWA. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 16(2021), 293–304.
- Novika, F., & Addini, F. F. (2022). Menumbuhkan Bisnis Digital dengan “ Grow with Google ” Implementasi Teknologi Era Pandemi Covid-19. *Pengabdianmu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(6), 782–791.
- Ramadhan, S. H., Firdaus, Y. F., Sunlaydi, D. B., & Mierkhahani, R. (2022). Upaya Hukum Kredit Bermasalah Bagi Bank Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal USM Law Review*, 5(2), 523–538.
- Sakinah, N. A., & Suherman. (2021). *Pelaksanaan Konsep Restrukturisasi Kredit Pada Lembaga Bank Dan Non Bank (Studi Pada KCP BCA Syariah Bogor Dan PT Pegadaian (Persero) Bogor)* (Vol. 9668, Issue 85).
- Susetiyo, P. W. (2019). Tinjauan Yuridis Penyelesaian Kredit Macet Pada BANK Perkreditan Rakyat Berkah Pakto Kediri, Jawa Timur. *Jurnal Supremasi*, 9(September), 49–68.
- Tahliani, H. (2020). TANTANGAN PERBANKAN SYARIAH DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID-19. *Madani Syariah*, 3(2), 92–113.
- Tektona, R. I. (2022). IMPLIKASI HUKUM TERHADAP KREDIT BERMASALAH PADA PERUSAHAAN PEMBIAYAAN SAAT WABAH PANDEMI COVID-19. *Jurnal Hukum Mimbar Justitia*, 8(1).
- Tjandra, A. (2020). KEKOSONGAN NORMA PENENTUAN BUNGA PINJAMAN FINANCIAL TECHNOLOGY PEER TO PEER LENDING. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 3(27), 90–103.
- Tombi, J. T. N. H., Burhamzah, O. D., & Famauri, A. T. (2022). Penerapan Kebijakan Restrukturisasi Kredit Oleh Bank Terhadap Debitur Yang Terdampak Covid-19. *Jurnal Sosio Sains*, 8, No.1, 72–90.
- Wijaya, S., & Buana, B. K. (2021). Insentif Pajak Masa Pandemi Covid-19 Untuk Umkm : Studi Kasus Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tulungagung. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, VIII, 180–201.

PENGARUH LINGKUNGAN KERJA FISIK DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA DINAS PARIWISATA PROVINSI

¹Regya Tirtasari ²Bachrudin Saleh Luterlean

^{1,2}Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
¹regyatirtasari20@gmail.com, ²bachruddinsaleh@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

In government agencies having quality human resources is a must in order to be able to achieve success in achieving its goals, especially government agencies which incidentally are public servants of course must provide excellent service in order to be able to represent government performance optimally. Among the efforts that can be made to achieve this performance include implementing a quality physical work environment and fair compensation. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of the physical work environment and compensation on employee performance at the Banten Provincial Tourism Office. The research method used in this study is a quantitative method with a descriptive- causality type of research. Sampling was carried out using a non-probability sampling technique that used saturated sampling of 54 employees of the Banten Provincial Tourism Office. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple regression analysis. Based on the results of the descriptive analysis, it shows that the variables of the physical work environment, compensation and employee performance at the Banten Province Tourism Office are already in good condition. at the Banten Province Tourism Office.

Keywords: Physical Work Environment, Compensation, Employee Performance.

ABSTRAK

Pada instansi pemerintahan memiliki SDM yang berkualitas menjadi suatu keharusan agar dapat meraih keberhasilan dalam mencapai tujuannya, apalagi instansi pemerintahan yang notabene merupakan pelayan publik tentunya harus memberikan pelayanan yang prima agar mampu merepresentasikan kinerja pemerintahan secara maksimal. Dalam sekian upaya yang dapat dilakukan dalam mencapai kinerja tersebut diantaranya menerapkan lingkungan kerja fisik yang berkualitas dan kompensasi yang adil. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan kerja fisik dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non probability sampling yang digunakan adalah sampling jenuh 54 karyawan Dinas Pariwisata Provinsi Banten. Teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel lingkungan kerja fisik, kompensasi dan kinerja karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten sudah berada dalam kondisi baik. selain itu, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja fisik dan kompensasi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

Kata Kunci: Lingkungan Kerja Fisik, Kompensasi, Kinerja Karyawan.

PENDAHULUAN

Didalam sebuah organisasi, sumber daya manusia (SDM) merupakan komplemen yang sangat penting demi keberlangsungan organisasi mencapai tujuannya. Tanpa adanya SDM yang berkualitas, maka potensi didalam suatu organisasi tersebut rasanya akan sulit untuk diwujudkan sesuai dengan harapan yang telah ditetapkan organisasi. Pada instansi pemerintahanpun demikian, memiliki SDM yang berkualitas menjadi suatu keharusan agar dapat meraih keberhasilan dalam mencapai tujuannya, apalagi instansi pemerintahan yang notabene merupakan pelayan publik tentunya harus memberikan pelayanan yang prima agar mampu merepresentasikan kinerja pemerintahan secara maksimal. Salah satu

instansi pemerintahan yang memegang peran penting dalam meningkatkan potensi pariwisata baik skala lokal maupun nasional adalah Dinas Pariwisata. Dinas Pariwisata merupakan instansi dibawah naungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang memiliki fungsi krusial dalam mengelola, mengembangkan, serta mempromosikan aset - aset wisata yang dimiliki kepada khalayak luas baik wisatawan lokal, maupun mancanegara.

Salah satu upaya dalam mendorong peningkatan pariwisata yaitu dengan meningkatkan kesadaran pariwisata. Gerakan ini yang tengah gencar dilakukan oleh salah satu instansi pemerintahan yaitu Dinas Pariwisata Provinsi Banten melalui program "Sadar Wisata". Program ini dilakukan dengan tujuan untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam mewujudkan iklim yang baik bagi tumbuh dan berkembangnya kegiatan kepariwisataan khususnya bagi potensi wisata yang tersebar di Provinsi Banten. Dengan terselenggaranya program ini, diharapkan ekonomi masyarakat akan kembali meningkat baik dalam skala mikro maupun makro, selain itu dengan program sadar wisata ini juga diharapkan akan menstimulus pusat - pusat perekonomian baru bermunculan seperti penginapan atau hotel, kuliner dan pusat perbelanjaan atau oleh - oleh (Yunianto, 2021). Sebagai gambaran, dalam 5 tahun terakhir sejak 2014 hingga 2018, telah terjadi baik jumlah penurunan maupun beberapa kenaikan dalam berbagai sektor penunjang pariwisata seperti perjalanan wisata, restoran atau rumah makan, kafe, pusat perbelanjaan, dan sektor penunjang lainnya. Maka untuk mengantisipasi hal demikian, perlu dilakukan berbagai upaya baik dari pimpinan maupun karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam mengerahkan seluruh kemampuan serta dedikasi dan kinerjanya menjadi lebih baik dalam mengelola, mengembangkan serta memperkenalkan potensi wisata yang ada di Provinsi Banten sebagai wujud pelayanan wisata yang maksimal terhadap calon wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Menurut Robbins (2018:260) bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja baik secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan. Namun dari Data internal kinerja menggambarkan bahwa secara umum karyawan belum mampu merealisasikan kinerjanya sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh instansi, hal tersebut terutama terlihat dominan dari aspek kinerja dalam menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan selama tahun anggaran kerja, selain itu kinerja yang dinilai belum dicapai secara maksimal ditemukan pada aspek peningkatan kapasitas aparaturnya dimana bimtek belum mampu diselenggarakan secara maksimal. Namun yang tidak kalah penting yang berkaitan dengan Dinas Pariwisata Provinsi Banten adalah pengelolaan strategis kepariwisataan dimana nilai kinerjanya menggambarkan bahwa belum sepenuhnya kawasan wisata yang ada di Provinsi Banten teridentifikasi dengan baik. Maka dengan hasil evaluasi kinerja tersebut, kedepan yaitu instansi atau Dinas Pariwisata Provinsi Banten dapat melakukan berbagai upaya guna meningkatkan kinerja setiap karyawannya, sehingga tercipta lingkungan organisasi yang produktif, bereputasi dan mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

Telah banyak bukti yang mendukung baik dalam teori maupun praktiknya dalam upaya meningkatkan kinerja setiap karyawan, misalnya dengan memberikan pelatihan dan pengembangan dalam meningkatkan kinerja karyawan, melalui motivasi yang diberikan atasan terhadap karyawannya, hingga memberikan fleksibilitas fasilitas kerja dalam mendukung lingkungan kerja yang nyaman sampai kompensasi yang diberikan. Semua aspek tersebut tentunya mampu berdampak dalam peningkatan kinerja apabila dilakukan secara maksimal. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Sedarmayanti (2017:26) yang menyatakan bahwa dengan memenuhi seluruh unsur lingkungan kerja fisik yang meliputi semua konsidi fisik yang ada di sekitar tempat kerja baik secara langsung maupun tidak langsung, unsur tersebut dapat

mempengaruhi kinerja karyawan. Selain lingkungan kerja fisik yang diduga mampu menjadi faktor dalam meningkatkan kinerja karyawan, salah satu indikator yang diduga dapat meningkatkan kinerja karyawan adalah kompensasi. Kompensasi yang diketahui secara umum yaitu sesuatu yang diberikan oleh instansi/ organisasi/ perusahaan kepada

karyawannya sebagai pengganti atas kontribusi karyawan tersebut, selain itu kompensasi juga diberikan kepada karyawan sebagai penunjang kinerja karyawan. Menurut Marwansyah (2016:269) Kompensasi adalah penghargaan atau imbalan langsung maupun tidak langsung, finansial maupun non finansial, yang adil dan layak kepada karyawan, sebagai balasan atau kontribusi/jasanya terhadap pencapaian tujuan perusahaan.

Berbagai upaya dapat dilakukan dalam meningkatkan kinerja karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten, diantaranya melalui realisasi lingkungan kerja fisik yang memadai dan pemberian kompensasi yang sesuai seperti pada penjelasan pada bagian sebelumnya yang didukung melalui pra survey yang telah dilakukan sebagai gambaran umum. Maka berdasarkan pemaparan pada latar belakang penelitian tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan berfokus pada judul "**Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten**".

LANDASAN TEORI

Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Fatahullah (2018:8) Manajemen sumber daya manusia bisa didefinisikan sebagai proses serta upaya untuk merekrut, mengembangkan, memotivasi, dan mengevaluasi keseluruhan sumber daya manusia yang diperlukan perusahaan dalam pencapaian tujuannya. Sedangkan menurut Sedarmayanti (2017:3) MSDM adalah suatu pendekatan dalam mengelola masalah manusia berdasarkan tiga prinsip dasar, yaitu: Sumber daya manusia adalah harta/aset paling berharga dan penting yang dimiliki organisasi/perusahaan karena keberhasilan organisasi sangat ditentukan oleh unsur manusia.

Kinerja Karyawan

Menurut (Edison: 2016:195) kinerja adalah hasil dari suatu proses yang mengacu dan diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Fahmi (2018:2) kinerja adalah hasil yang diperoleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu. Kinerja adalah proses dengan mana kinerja individual diukur dan dievaluasi. Dapat disimpulkan bahwa Kinerja adalah sebuah hasil dari proses yang terukur dalam sebuah periode dalam mewujudkan tujuan, visi, serta sasaran. Menurut Robbins dan Judge (2016:260) mengemukakan terdapat beberapa dimensi kinerja yaitu:

a. Kualitas

Pengukuran kualitas kinerja dilihat dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap keterampilan dan kemampuan karyawan.

b. Kuantitas

Kuantitas yang dimaksud merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.

c. Ketepatan waktu

Ketepatan waktu yang dimaksud tingkat aktivitas pekerjaan yang diselesaikan pada awal waktu yang dinyatakan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain.

d. Kemandirian

Merupakan tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerjanya.

e. Kerjasama

Merupakan hubungan antar perseorangan yang akan menciptakan suasana yang nyaman dan kerja sama yang memungkinkan satu sama lain saling mendukung untuk menghasilkan aktivitas pekerjaan yang lebih baik.

Lingkungan Kerja Fisik

Lingkungan kerja fisik menurut Sedarmayanti (2017:30) merupakan semua keadaan berbentuk fisik yang terdapat di sekitar tempat kerja yang dapat mempengaruhi karyawan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Sedangkan lingkungan kerja non-

fisik adalah

semua keadaan yang terjadi yang berkaitan dengan hubungan kerja, baik hubungan dengan atasan maupun hubungan sesama rekan kerja, ataupun hubungan dengan bawahan. Selain itu, Sedangkan menurut Kasmir (2016:192), lingkungan kerja adalah suasana atau kondisi kerja di sekitar tempat kerja. Lingkungan kerja dapat berupa ruang, tata letak, sarana dan prasarana, serta hubungan kerja dengan rekan kerja. Menurut teori dari Tiffin dan Mc Cormick dalam Cintia dan Gilang (2016: 711) lingkungan kerja fisik terdiri dari lima dimensi, diantaranya:

- a. Peralatan Kerja
Peralatan kerja merupakan komponen penunjang kegiatan atau aktivitas kerja karyawan yang berupa sarana dan prasarana yang tersedia.
- b. Sirkulasi Udara
Sirkulasi udara yang memadai sangat diperlukan di tempat kerja atau di ruangan kerja, terlebih jika dalam ruangan tersebut penuh dengan karyawan.
- c. Penerangan
Fasilitas penerangan di dalam suatu ruangan yang cukup memadai akan mendukung kelancaran aktivitas bekerja.
- d. Tingkat Kebisingan
Suara bising yang terdapat di sekitar lingkungan kerja dapat membuat karyawan sulit berkonsentrasi dalam bekerja.
- e. Tata Ruang Kerja
Tingkat kinerja karyawan dipengaruhi oleh penataan, kebersihan, dan warna cat pada ruang kerja.

Kompensasi

Menurut Ariandi (2018) mengatakan bahwa pengertian kompensasi adalah seluruh imbalan yang diterima karyawan atas hasil kerja kerasnya terhadap perusahaan/organisasi. Kompensasi bisa berupa fisik atau nonfisik dan harus dihitung lalu diberikan kepada karyawan sesuai dengan pengorbanan yang telah diberikannya kepada perusahaan/organisasi tempatnya bekerja. Menurut Marwansyah (2016:269) Kompensasi adalah penghargaan atau imbalan langsung maupun tidak langsung, finansial maupun non finansial, yang adil dan layak kepada karyawan, sebagai balasan atau kontribusi/jasanya terhadap pencapaian tujuan perusahaan.

Menurut Suparyadi (2015:272) dimensi kompensasi adalah sebagai berikut:

- a. Kompensasi Langsung
 - 1) Gaji
Gaji adalah sejumlah uang yang diberikan kepada karyawan secara tetap sebagai balas jasa atas kontribusinya kepada organisasi atau perusahaan, yaitu dengan melakukan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya. Di dalam gaji ini sudah termasuk kompensasi atas lamanya seorang karyawan mengabdikan diri di organisasi atau perusahaan. Artinya adalah bahwa dua orang karyawan yang melakukan pekerjaan yang sama, tetapi penerimaan gajinya dapat berbeda karena mereka berbeda dalam hal lamanya mengabdikan (masa kerja) di organisasi atau perusahaan tersebut.
 - 2) Upah
Upah adalah imbalan finansial yang diberikan secara langsung kepada karyawan yang didasarkan pada jam kerja, jumlah barang yang dihasilkan, atau banyaknya pelayanan yang diberikan. Berbeda dengan gaji yang besarnya diberikan secara tetap, besarnya upah dapat berubah-ubah tergantung pada keluaran yang dihasilkan oleh karyawan tersebut. Dalam upah ini termasuk pula upah yang diberikan kepada karyawan yang sudah menerima gaji, tetapi mereka juga melakukan kerja lembur atau overtime.
 - 3) Tunjangan
Tunjangan merupakan kompensasi yang diberikan kepada karyawan tertentu sebagai imbalan atas pengorbanannya sebagai tuntutan pekerjaan yang melebihi karyawan lain, baik pikiran, tenaga, dan psikologis. Tunjangan ini terdiri dari tunjangan jabatan, tunjangan fungsional, tunjangan istri, tunjangan anak.

4) Insentif

Insentif merupakan imbalan finansial yang diberikan secara langsung kepada karyawan yang kinerjanya melebihi standar yang ditentukan. Insentif juga diberikan kepada karyawan yang

melaksanakan pekerjaan dengan potensi resiko cukup tinggi, misalnya kemungkinan terjadinya gangguan kesehatan yang disebabkan oleh pekerjaannya itu (contoh, petugas di bagian radiologi di rumah sakit, petugas bagian arsip, dan lain-lain), karyawan yang melaksanakan tugas khusus (di luar tugas rutin), dan lain-lain.

b. Kompensasi tidak Langsung

1) Pensiun Penuh

Kompensasi finansial tidak langsung yang berupa uang pensiun diberikan kepada karyawan yang diberhentikan dari pekerjaannya karena telah mencapai batas usia pensiun maksimum. Uang pensiun ini biasanya diberikan sampai karyawan yang bersangkutan meninggal dunia.

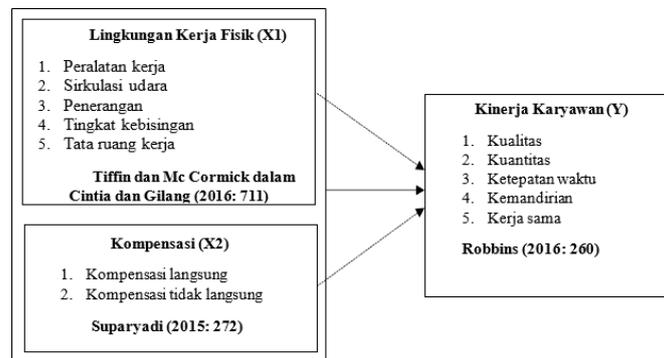
2) Pensiun Dini

Kompensasi finansial tidak langsung yang diberikan kepada mereka yang pensiun dini dengan masa kerja minimal tertentu, jumlahnya lebih kecil daripada kompensasi yang diberikan kepada mereka yang pensiun penuh.

3) Pesangon

Pesangon merupakan kompensasi yang diberikan kepada karyawan yang diberhentikan dari pekerjaannya karena melakukan suatu pelanggaran yang berdasarkan peraturan yang berlaku dapat dikenai sanksi pemecatan. Berbeda dengan pensiun, uang pesangon hanya diberikan satu kali, yaitu bersamaan dengan diberhENTIKANNYA karyawan tersebut dari organisasi atau perusahaan, dan besarnya sesuai dengan ketentuan masing-masing perusahaan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Data Penulis

HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan Sugiyono (2018: 159). Hipotesis dalam penelitian ini adalah : **“Lingkungan Kerja Fisik dan Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten”**.

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Teknik sampel pada penelitian ini adalah teknik sampel jenuh. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Dinas Pariwisata Provinsi Banten sebanyak 54 orang karyawan. Teknik pengumpulan data melalui data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan analisis

deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Variabel penelitian yang digunakan adalah variabel independent yaitu lingkungan kerja fisik dan kompensasi lalu variabel dependen yaitu kinerja karyawan. Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan terhitung bulan Desember, Januari, Februari, Maret dan April.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

TABEL 1
HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.904	.432		2.091	.042
Lingkungan kerja fisik	.501	.127	.460	3.960	.000
Kompensasi	.327	.098	.388	3.335	.002

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber: Hasil olahan SPSS,2023

Berdasarkan output Tabel 1 didapat koefisien regresi sehingga persamaannya adalah sebagaiberikut:

$$Y = 0.904 + 0.501 X_1 + 0.327 X_2$$

Persamaan regresi linear berganda dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 0.904 menyatakan jika tidak ada lingkungan kerja fisik dan kompensasi (X) maka nilai konsisten kinerja karyawan (Y) adalah sebesar 0.904.
- Nilai koefisien regresi X_1 bersifat positif sebesar 0.501 artinya variabel X_1 memiliki hubungan searah dengan Y dan setiap pertambahan satu satuan lingkungan kerja fisik (X_1) akan meningkatkan kinerja karyawan (Y) sebesar 0.501.
- Nilai koefisien regresi X_2 bersifat positif sebesar 0.327, artinya variabel X_2 memiliki hubungan searah dengan Y dan setiap pertambahan satu satuan kompensasi (X_2) akan meningkatkan kinerja karyawan (Y) sebesar 0.327.

TABEL 2 HASIL UJI T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.904	.432		2.091	.042
Lingkungan kerja fisik	.501	.127	.460	3.960	.000
Kompensasi	.327	.098	.388	3.335	.002

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber: Hasil olahan SPSS,2023 Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa:

- Variabel lingkungan kerja fisik (X_1) memiliki Thitung (3.960) > Ttabel (1.67591) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 di tolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari lingkungan kerja fisik (X_1) terhadap kinerja karyawan (Y).
- Variabel kompensasi (X_2) memiliki Thitung (3.335) > Ttabel (1.67591) dan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$, maka H_0 di tolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari kompensasi (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y).

TABEL 3 HASIL UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.212	2	4.606	36.480	.000 ^b
	Residual	6.439	51	.126		
	Total	15.651	53			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Kompensasi, Lingkungan kerja fisik

Sumber: Hasil olahan SPSS,2023

Pada Tabel 3 dapat dilihat F_{hitung} adalah 36.480 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($36.480 > 3.18$) dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya lingkungan kerja fisik dan kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

Hasil Uji Koefisien Determinasi
TABEL 4
HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary ^b											
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics				Durbin-Watson	
						F Change	df1	df2	Sig. F Change		
1	.767 ^a	.589	.572	.35532	.589	36.480	2	51	.000	2.001	

a. Predictors: (Constant), Kompensasi, Lingkungan kerja fisik

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber: Hasil olahan SPSS,2023

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,767 dan Rsquare (R^2) adalah sebesar 0,589. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu lingkungan kerja fisik dan kompensasi terhadap variabel dependen yaitu kinerja karyawan adalah 58,9% sedangkan sisanya 41,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti disiplin kerja, pelatihan, pengembangan karir dan gaya kepemimpinan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 54 responden karyawan Dinas Pariwisata Provinsi Banten sebagai sampel dengan karakteristik mayoritas perempuan 29 karyawan (54%), mayoritas berusia antara 20-30 tahun sebanyak 26 karyawan (48%), mayoritas memiliki tingkat pendidikan terakhir S1 yaitu sebanyak 27 karyawan (50%), dan mayoritas bekerja selama >10 tahun sebanyak 20 karyawan (37%),

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, perhitungan rata-rata nilai variabel lingkungan kerja fisik diperoleh sebesar 81,04%, dan persentase tersebut termasuk pada kategori baik dalam gambar garis kontinum. Sehingga dengan persentasi nilai yang diperoleh, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa Dinas Pariwisata Provinsi Banten memiliki lingkungan kerja fisik yang baik dimata karyawan. Pada variabel lingkungan kerja fisik, terdapat pernyataan "Pra sarana yang disediakan sesuai kebutuhan karyawan" yang memperoleh nilai tertinggi sebesar 83,70% yang termasuk pada dimensi "peralatan kerja". Hal tersebut menggambarkan bahwa sarana dan pra sarana yang disediakan kantor dalam menunjang pekerjaan sudah sesuai dengan kebutuhan karyawan. Namun terdapat pula pernyataan "Ruang kerja memiliki tingkat kebersihan yang baik" yang memperoleh nilai terendah sebesar 71,85% yang termasuk pada dimensi "tata ruang kerja". Nilai terendah yang diperoleh dari tanggapan responden menggambarkan bahwa kebersihan disetiap ruang kerja belum mencerminkan kebersihan yang maksimal, sehingga perlu ditingkatkan kembali oleh karyawan yang bertugas misalnya oleh petugas *office boy*.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, perhitungan rata-rata nilai variabel kompensasi diperoleh sebesar 81,59%, dan persentase tersebut termasuk pada kategori baik dalam gambar garis kontinum. Sehingga dengan persentasi nilai yang diperoleh, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa Dinas Pariwisata Provinsi Banten telah memberikan kompensasi yang sesuai dimata karyawan. Pada variabel kompensasi, terdapat pernyataan "Kantor memberikan pensiun secara penuh" yang memperoleh nilai tertinggi sebesar 83,70% yang termasuk pada dimensi "kompetensi tidak langsung". Hal tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar karyawan telah merasakan secara tidak langsung kebijakan pensiun penuh yang diberikan Dinas. Namun terdapat pula pernyataan "Kantor memenuhi pesangon sesuai perjanjian yang dibuat" yang memperoleh nilai terendah sebesar 79,63% yang termasuk pada dimensi yang sama yaitu pada dimensi "kompensasi tidak langsung". Nilai

terendah yang diperoleh dari tanggapan responden menggambarkan bahwa hal yang menyangkut pesangon sangatlah subjektif, sehingga sulit dijelaskan apakah sesuai harapan karyawan atau tidak.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, perhitungan rata-rata nilai variabel kinerja karyawan diperoleh sebesar 82,59%, dan persentase tersebut termasuk pada kategori baik dalam gambar garis kontinum. Sehingga dengan persentasi nilai yang diperoleh, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa Dinas Pariwisata Provinsi Banten memiliki karyawan dengan kinerja yang baik. Pada variabel kinerja karyawan, terdapat pernyataan "Saya bekerja sesuai target yang diberikan organisasi" yang memperoleh nilai tertinggi sebesar 83,33% yang termasuk pada dimensi "kualitas". Hal tersebut menggambarkan bahwa mayoritas karyawan telah bekerja secara maksimal sesuai dengan target yang diberikan oleh Dinas. Namun terdapat pula pernyataan "Saya bekerja sesuai standar kualitas yang ditetapkan organisasi" yang memperoleh nilai terendah sebesar 81,11% yang termasuk pada dimensi yang sama yaitu pada dimensi "kualitas". Nilai terendah yang diperoleh dari tanggapan responden menggambarkan pula bahwa meskipun karyawan mampu memenuhi atau menyelesaikannya pekerjaan sesuai target kerja, namun secara kualitas atau hasil kerja, belum menghasilkan kualitas kerja yang diharapkan oleh Dinas.

Berdasarkan hipotesis pertama bahwa hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa lingkungan kerja fisik berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Dinas Pariwisata Provinsi Banten dengan memiliki Thitung (3.960) > Ttabel (1.67591) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Lingkungan kerja fisik menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, sebab lingkungan kerja merupakan suatu tempat bagi karyawan untuk mengerjakan pekerjaannya. didalamnya terdapat perabot, tata ruang, dan kondisi fisik lainnya yang dapat mempengaruhi aktifitas kerja karyawan. Hal ini sejalan dengan penelitian Rianda dan Winarno (2022) lingkungan kerja fisik secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan, lingkungan kerja fisik yang nyaman yang akan membawa dampak yang positif bagi perusahaan dan akan mempengaruhi terciptanya hasil kerja yang tinggi yang berdampak pada kinerja.

Berdasarkan hipotesis kedua bahwa hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Dinas Pariwisata Provinsi Banten dengan memiliki Thitung (3.335) > Ttabel (1.67591) dan tingkat signifikansi $0,002$

$< 0,05$. Kompensasi adalah salah satu motivasi agar karyawan tetap menjaga kinerja dengan baik, maka kompensasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Semakin besar pemberian kompensasi maka semakin besar juga semangat kerja karyawan yang akan berdampak pada kinerja sehingga tercapainya tujuan perusahaan. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Asma dan Kharisma (2021) secara parsial kompensasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, kompensasi dapat berpengaruh pada peningkatan kinerja secara berkelanjutan. Pemberian kompensasi yang baik dan adil maka semangat kerja karyawan tinggi.

Berdasarkan hipotesis ketiga hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa lingkungan kerja fisik dan kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Dinas Pariwisata Provinsi Banten. Hasil koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh kedua variabel tersebut adalah sebesar 58,9% sedangkan sisanya 41,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Lingkungan kerja fisik juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Jika lingkungan kerja dalam suatu perusahaan tersebut baik

dan menunjang aktivitas karyawan, maka dapat meningkatkan kinerja karyawan, selain itu pemberian kompensasi yang makin baik akan mendorong karyawan untuk bekerja dengan makin baik dan produktif. Hal ini sejalan dengan penelitian Kustanto dan Harsoyo (2019) yang menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara lingkungan kerja fisik dan kompensasi terhadap kinerja karyawan. Lingkungan kerja yang kondusif dapat meningkatkan kinerja karyawan dan sebaliknya, lingkungan kerja yang tidak memadai akan dapat menurunkan kinerja karyawan. Kondisi lingkungan kerja dikatakan baik apabila manusia dapat melaksanakan kegiatan secara optimal, sehat, aman dan

nyaman. Selain itu, Karyawan akan melakukan pekerjaannya sesuai tanggung jawab dan keahliannya mengharapkan akan mendapatkan timbal balik yang sesuai seperti kompensasi yang diterima atas jasa yang diberikan. Maka perusahaan yang dapat menciptakan lingkungan kerja fisik yang nyaman dan pemberian kompensasi yang baik kepada karyawannya maka akan memberikan dampak positif pada kinerja karyawan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Lingkungan kerja fisik pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten sudah dalam kategori baik.
- b. Kompensasi pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten sudah dalam kategori baik.
- c. Kinerja karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten sudah dalam kategori baik.
- d. Lingkungan kerja fisik berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten.
- e. Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten
- f. Lingkungan kerja fisik dan kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian pengaruh lingkungan kerja fisik dan kompensasi terhadap kinerja karyawan, maka peneliti mengajukan beberapa saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya yang dapat dijadikan solusi pertimbangan selanjutnya, antara lain sebagai berikut:

Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, penulis mencoba untuk mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan untuk perbaikan perusahaan dari kekurangan yang ada adalah sebagai berikut:

- a. Saran yang pertama yaitu untuk variabel lingkungan kerja fisik. Berdasarkan nilai terendah dari dimensi tata ruang kerja, maka saran yang coba peneliti sampaikan terkait tingkat kebersihan di ruang kerja adalah sebaiknya dalam memaksimalkan kebersihan ruang kerja, setidaknya setiap ruangan atau meja memiliki satu tempat sampah, selain itu hal yang dapat mengingatkan setiap karyawan untuk selalu bersikap disiplin terhadap kebersihan adalah dengan memperbanyak himbauan berupa kalimat pada poster yang tertempel di setiap sudut ruangan, meja atau dinding ruang kerja. Selain itu, pemimpin juga perlu menekankan jiwa kebersihan kepada setiap karyawan untuk selalu menjaga kebersihan demi kenyamanan bersama.
- b. Saran yang kedua yaitu untuk variabel kompensasi. Berdasarkan nilai terendah dari dimensi kompensasi tidak langsung, maka saran yang hendak peneliti sampaikan terkait pemenuhan pesangon sesuai perjanjian yang mendapatkan respon terendah adalah sebaiknya apabila ada keluhan karyawan terkait ketidaksesuaian pesangon yang didapatkan, karyawan tersebut dapat melakukan diskusi langsung dengan bagian kepegawaian / seperti HRD dalam menanyakan hal hak yang didapatkan, atau masalah terkait dapat didiskusikan dengan atasan secara kekeluargaan terlebih dahulu hingga mencapai kata mufakat, sehingga demimenghindari Miss informasi yang dapat membawa nama Instansi menjadi buruk. Selain itu apabila terjadi ketidaksesuaian perihal pesangon dan hal serupa lainnya, karyawan dapat melakukan pembicaraan dengan bagian kepegawaian atau contoh lain seperti serikat pekerja.
- c. Saran yang terakhir yaitu untuk variabel kinerja karyawan. Berdasarkan nilai terendah dari dimensi kinerja karyawan, maka saran yang peneliti hendak kemukakan sebagai

pertimbanganterkait masih rendahnya kualitas kerja yang mampu diselesaikan karyawan adalah sebaiknya atasan memberikan modul kerja yang jelas, modul yang dimaksud tentu memuat standar kerja, hasil kerja hingga capaian standar yang harus mampu karyawan kerjakan, sehingga tidak ada lagi karyawan yang beralasan apabila standar kualitas kerjanya belum memenuhi syarat yang ditetapkan perusahaan. Selain itu upaya lain yang dirasa dapat meningkatkan standar kualitas kerja karyawan adalah pihak instansi dapat melakukan pelatihan secara kontinu dalam menjaga performa kerja karyawannya.

Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian, berikut penulis mengajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya:

- a. Melakukan penelitian perusahaan sejenis atau berbeda seperti Dinas provinsi lainnya, sehingga hasilnya dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan.
- b. Melakukan penelitian terhadap faktor-faktor diluar faktor yang diteliti oleh peneliti yang mempengaruhi kineja karyawan, seperti kepemimpinan, pengembangan karir, pelatihan , motivasi kerja dan budaya organisasi.
- c. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memperbanyak jumlah sampel penelitian dan menggunakan Teknik analisis data lain seperti SEM PLS atau pathanalysis.

DAFTAR PUSTAKA

- Asma, N., & Kharisma, F. (2021). Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Karyawan PT. Astra Honda Samarinda. *Borneo Student Research*. Vol. 3, No. 1.
- Ariandi, F. (2018). Pengaruh Metode Pembayaran Kompensasi Terhadap Kinerja Tutor. *Perspektif*. Vol. 16, No. 1.
- Cintia, E., & Gilang, A. (2016). Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik Dan Nonfisik Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kppn Bandung I. *Jurnal Sositologi*, 15(1), 136–154.
- Edison, Emron. Yohny anwar, Imas komariyah. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, I. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kustanto, A, D., & Harsoyo, T, D.(2019). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja Fisik dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Asuransi Jasa Indonesia Regional Yogyakarta. *Journal of Management Bisnis*. Vol 2, No1.
- Marwansyah. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Robbins. Stephen P. dan Judge. Timothy A. (2016). *Perilaku Organisasi Buku I dan II Edisi 12*, Penerjemah Diana Angelica, dkk. Salemba Empat, Jakarta.
- Rianda, S., & Winarno, A. (2022). Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Rajasaland Bandung. *PUBLIK: Jurnal Manajemen SumberDaya Manusia, Adminsitrasi dan Pelayanan Publik*. Volume 9 No. 2.
- Suparyadi. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. (2018). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.

ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL TERHADAP *MENTAL ACCOUNTING* DAN TINGKAT KEPUASAN PADA MASYARAKAT DI SUMATERA UTARA

¹Raudah Azzahra Manurung, ²Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, ³Nurbaiti

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

² Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

³ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

¹raudahazzahra288@gmail.com, ²mlathiefilhamy@uinsu.ac.id, ³nurbaiti@uinsu.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the influence of using a digital wallet on mental accounting and the level of community satisfaction in North Sumatra. In this survey, using a quantitative descriptive method. The data used in this study are primary data collected through questionnaires from 100 people in North Sumatra with age criteria of 19-24 years. The analysis used is simple linear regression analysis using the IBM SPSS Statistics Version 25 program. Based on the results of the study, it shows that digital wallets have a significant effect on mental accounting and satisfaction levels. Thus, digital wallets make it very easy for people to make transactions. The better the digital wallet application is used, the better the mental accounting and the level of community satisfaction in North Sumatra. Keywords: Digital wallet, Mental Accounting, Satisfaction Level, Quantitative.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan dompet digital terhadap *mental accounting* dan tingkat kepuasan masyarakat di Sumatera Utara. Dalam survei ini, menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner 100 masyarakat di Sumatera Utara dengan kriteria usia 19-24 tahun. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana menggunakan program IBM SPSS Statistic Version 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dompet digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *mental accounting* dan tingkat kepuasan. Dengan demikian, dompet digital sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi. Semakin bagus aplikasi dompet digital digunakan semakin baik pula *mental accounting* dan tingkat kepuasan masyarakat di Sumatera Utara.

Kata kunci: Dompet digital, Mental Accounting, Tingkat Kepuasan, Kuantitatif.

PENDAHULUAN

Dalam hal pengambilan keputusan keuangan individu banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor yang kurang dikenal di dalam model-model keuangan, yaitu faktor-faktor psikologis dan sosial yang salah satunya adalah aspek *mental accounting*, di mana *mental accounting* merupakan rangkaian operasi kognitif yang dipergunakan oleh individu maupun rumah tangga dalam mengkode, membuat kategori, dan mengevaluasi aktivitas finansialnya. *Mental accounting* mengacu pada kecenderungan orang untuk memisahkan uang mereka ke dalam rekening terpisah berdasarkan pada berbagai kriteria subjektif, seperti sumber uang dan tujuan untuk setiap akun. Menurut teori ini, individu menetapkan fungsi yang berbeda untuk setiap kelompok aktiva, yang memiliki efek sering tidak rasional dan merugikan pada keputusan konsumsi dan perilaku lainnya. Aspek lain dari *mental accounting* adalah bahwa seseorang memperlakukan uang juga berbeda tergantung pada sumbernya. Misalnya, orang cenderung menghabiskan lebih banyak uang yang diperoleh tanpa usaha keras, seperti pengembalian pajak, bonus kerja dan hadiah, dibandingkan dengan uang gaji mereka. Perilaku keuangan individu seperti ini sedikit berbeda dan unik untuk diteliti.

Dalam teori *mental accounting* mengemukakan bahwa *mental accounting* berfokus pada bagaimana seharusnya seseorang menyikapi dan mengevaluasi suatu situasi saat

terdapat dua atau lebih kemungkinan hasil, khususnya bagaimana mengkombinasikan kemungkinan-kemungkinan dari hasil tersebut. (Thaler, 1985). Dalam *mental accounting*, individu menentukan tingkat utilitas yang berbeda pada tiap-tiap akun kekayaan sehingga mempengaruhi keputusan konsumsi mereka. Sementara itu, realita dimasyarakat justru menjadikan dompet digital yang harusnya mempermudah penggunaan untuk melakukan perencanaan keuangan justru memberikan dampak negatif dari dompet digital tersebut.

Dengan adanya pemahaman *mental accounting* yang baik diharapkan seseorang dapat melakukan keputusan keuangan mereka, mampu memahami dengan baik bagaimana faktor psikologis yang mendasarinya. Seseorang dengan pemahaman *mental accounting* juga cenderung mempertimbangkan bagaimana pengeluaran dan pendapatan yang mereka peroleh.

Jika masyarakat memahami pentingnya literasi keuangan, maka bisa meningkatkan kepuasan ekonomi masyarakat. Itu berjalan beriringan dengan Teori Subjective Well Being yang dinyatakan oleh Diener (dalam Ratih, 2017) bahwa seseorang merasa puas ketika memiliki keterampilan. Dan penelitian kepuasan yang dimaksud adalah bahwa jika seseorang melek finansial, maka akan mendapatkan kepuasan finansial.

Kepuasan ialah sesuatu hal yang penting. Tingginya tingkat suatu kepuasan pelanggan adalah poin utama yang terpenting dan harusnya diawasi oleh perusahaan dalam usaha dalam peningkatan untuk membuat unggulan bertanding dengan perusahaan lainnya. Apabila kepuasan pelanggan masih belum memenuhi nilai rata-rata jadi tidak ada yang bisa diharapkan apapun, sebab itu konsumen kemungkinan besar bakal hilang rasa minat akan perusahaan. (Yafiz, 2022)

Kepuasan pelanggan merupakan sejauh mana pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap pelayanan, mempunyai komitmen pada pelayanan, dan berniat untuk terus mengunjungi di masa depan. Alasan penting suatu perusahaan perlu membuat pelanggan puas karena mampu mengurangi biaya pemasaran, dapat menarik minat konsumen baru, dan dapat memberikan keuntungan waktu untuk merespon terhadap pesaing. (Wulan & Aslami, 2022)

Menurut Tjiptono dan Diana dalam penelitian (Novyantri & Setiawardani, 2021) salah satu tantangan terberat yang dihadapi bisnis saat ini adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan setia. Dari hasil penelitian sebelumnya, disimpulkan bahwa *customer retention* masih jauh dari selesai lebih sulit daripada mendapatkan pelanggan baru. Sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan loyalitas pelanggan. Retensi pelanggan adalah cara untuk meningkatkan efisiensi keuangan dan menjaga profitabilitas bisnis.

Di era industri digital, teknologi berkembang pesat dan maju. Kehadiran perubahan teknologi dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan individu yang mempengaruhi aktivitas sehari-hari. Teknologi saat ini terutama didasarkan pada teknologi digital menggunakan akses Internet. Internet merupakan server yang dapat terhubung dengan sistem komunikasi. Banyak dari kita yang sudah tahu, dan rata-rata menggunakan internet sebagai media komunikasi dan pencarian informasi.

Financial technology (fintech) merupakan adanya pemanfaatan teknologi yang menyangkut finansial atau keuangan sehingga dapat menghasilkan suatu produk serta dapat memberikan pelayanan dalam melakukan pembayaran. Industri *financial technology* di era digital saat ini populer di berbagai kalangan masyarakat terutama para remaja dalam kategori Generasi Z. Di Indonesia telah dilakukan pembangunan segala bentuk infrastruktur fisik serta digital guna untuk lebih memudahkan masyarakat dalam hal bertransaksi. Adanya fenomena ini membuat para pelaku bisnis terus menciptakan sebuah inovasi dalam pemanfaatan *financial technology* untuk mendukung kegiatan bisnisnya. Salah satunya yaitu menciptakan berbagai alat pembayaran digital yang bervariasi. (Mawardani et al., 2021)

Dompet digital atau *e-wallet*, adalah jenis akun pembayaran elektronik yang memungkinkan pengguna menyimpan dana untuk transaksi di masa mendatang. Dompet elektronik dilindungi kata sandi. Dengan *e-wallet* dapat membayar seperti makanan, belanja

online, tiket pesawat, dan banyak lagi. *E-wallet* terdiri dari dua komponen utama, perangkat lunak dan data, yang menyimpan informasi pribadi dan memastikan keamanan dan enkripsi data. Komponen data adalah database yang berisi informasi pengguna seperti nama, alamat pengiriman, metode pembayaran, jumlah pembayaran, dan informasi kartu kredit digital, yang lebih mudah daripada layanan keuangan tradisional yang menguntungkan pengguna. (Femmy Effendy, 2020)

Pada uang elektronik memiliki *stored-value* atau nilai Prabayar dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki oleh seseorang. Nilai uang yang tersimpan dalam bentuk saldo yang tersimpan pada dompet digital akan berkurang saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran. Saldo dapat diisi ulang melalui berbagai pilihan saluran yang tersebar. Untuk verifikasi data identitas dalam sistem komputer dilakukan dengan menggunakan kunci, kartu, kata sandi, PIN dan sebagainya. (Nasution et al., 2020)

Dompet digital sudah ada di Indonesia sejak tahun 2009, dan dompet digital pertama yang diterima Bank Indonesia adalah dompet elektronik milik PT. Indosat, Tbk, bernama Paypro (Bank Indonesia, 2019). Alat pembayaran digital terus berkembang hingga saat ini, berbagai macam aplikasi dompet digital tersedia di Indonesia, seperti ShopeePay, GoPay, Link aja, Dana, Ovo, dan lain sebagainya yang bekerja sama dengan ratusan ribu pedagang online dan offline. (Diva et al., 2020)

Manfaat dompet digital, dapat melakukan pembayaran hanya dengan memindai kode QR, tanpa perlu repot mengeluarkan atau menukar uang tunai. Proses trading sangat praktis dan efisien, karena beberapa pembayaran juga dilakukan secara otomatis. Terlebih lagi, dengan dompet digital, tidak perlu membawa banyak uang tunai, sehingga lebih aman dan tidak perlu khawatir akan pencurian atau kehilangan uang. Kemudian, ketika transaksi dijalankan di dompet digital, semua detail dicatat dan disimpan dengan benar. Rincian saldo dan pengeluaran dapat dengan mudah dipantau di perangkat. Hal ini memudahkan untuk mengelola anggaran dan mengontrol transaksi, dikarenakan penyebaran layanan dompet digital telah menyebabkan persaingan yang ketat. Akibatnya, dompet digital sering menawarkan banyak promosi menarik kepada pelanggannya.

Inovasi digitalisasi bentuk uang ini memberikan dampak positif yang dialami pengguna *e-wallet* dapat meningkatkan pertumbuhan *e-wallet* baik di sisi penyedia layanan maupun sisi pengguna, beberapa keuntungan antara lain sebagai berikut: (1) pedagang tidak perlu menyiapkan uang kertas kecil untuk ditukarkan (2) pengguna tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar saat belanja. (3) Pembayaran belanja online lebih mudah di mana saja, kapan saja. (Ramadhana et al., 2022)

Pada kenyataannya dompet digital juga memiliki dampak negatif diantaranya, aplikasi dompet digital diakses melalui perangkat dan membutuhkan jaringan internet untuk membuka aplikasi tersebut. Meningkatnya gaya hidup yang dikonsumsi. Kemudahan dalam pengolahan dan berbagai promosi yang menarik dapat menyebabkan melekatnya gaya hidup mewah yang mengarah pada konsumerisme. Kekurangan dompet digital adalah beresiko terjadinya pencurian data. Jika terjadi peretasan, data-data pribadi yang ada pada dompet digital bisa disalahgunakan. Saat menggunakan gadget sebagai alat pembayaran, orang-orang sangat bergantung pada gadget sehingga setiap aspek kehidupan mereka bergantung padanya. Terakhir adalah risiko penipuan. Menggunakan dompet digital yang dapat diakses multi-perangkat menyebabkan mode jahat dan saldo dompet digital pengguna hilang (Ivan Goenawan et al., 2021).

Dengan latar belakang di atas, penulis ingin menggunakan survei ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan dompet digital mempengaruhi *mental accounting* dan tingkat kepuasan masyarakat di Sumatera Utara

Penelitian ini akan membantu menambah dan mengembangkan wawasan, informasi, ide dan pengetahuan kepada pemangku kepentingan lainnya. Sebagai referensi dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya khususnya terkait penggunaan dompet digital untuk *mental accounting* dan tingkat kepuasan.

LANDASAN TEORI

Dompot Digital

Dompot digital, atau dompot elektronik, adalah jenis akun pembayaran elektronik yang memungkinkan pengguna menyimpan uang untuk transaksi di masa mendatang. Dompot elektronik dilindungi kata sandi. Dengan bantuan e-wallet, Anda dapat melakukan pembayaran belanjaan, pembelian online, tiket pesawat, dan lainnya. Ewallet terdiri dari dua komponen utama, perangkat lunak dan informasi, Komponen perangkat lunak menyimpan informasi pribadi dan memastikan keamanan dan enkripsi data Anda. Komponen informasi adalah database yang berisi informasi pengguna termasuk nama, alamat pengiriman, metode pembayaran, jumlah pembayaran, dan detail kartu kredit digital, lebih murah dibandingkan jasa keuangan tradisional yang menguntungkan pengguna (Femmy Effendy, 2020)

Dompot digital adalah jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi dengan hal tersebut pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi daring, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang daring, maupun pembelian tiket penerbangan. Dompot digital berbasis *server*, oleh karena itu, jika ingin melakukan transaksi, diperlukan sebuah perangkat yang terhubung ke *server* penerbit melalui internet, seperti komputer, *tablet*, atau *smartphone*.(Fikri, 2021).

Dompot digital atau *e-wallet* adalah dompot yang terhubung dengan server dalam bentuk aplikasi *smartphone* yang memungkinkan untuk menyimpan sejumlah uang untuk dapat digunakan kapan dan dimana saja selama layanan pembayaran tersedia dengan baik. (Diva et al., 2020).

Mental Accounting

Menurut Thaler (1985), *mental accounting* adalah suatu rangkain operasi kognitif yang dipergunakan oleh individu maupun rumah tangga dalam mengkode, membuat kategori, dan mengevaluasi aktivitas finansialnya. Mental accounting berfokus pada bagaimana seharusnya seseorang menyikapi dan mengevaluasi suatu situasi saat terdapat dua atau lebih kemungkinan hasil, khususnya bagaimana mengkombinasikan kemungkinan-kemungkinan dari hasil tersebut. Dalam *mental accounting*, individu menentukan tingkat utilitas yang berbeda pada tiap-tiap akun kekayaan sehingga mempengaruhi keputusan konsumsi mereka. (dalam Mahadevi, n.d., 2021).

Mental accounting merupakan deskripsi mengenai cara seseorang melakukan proses akuntansi yang hanya dapat dipelajari dengan melakukan pengamatan mengenai perilaku seseorang atau menyimpulkan kaidah-kaidah yang berlaku di masyarakat. (Ariany Linda & Katarina Kumalasari, 2012)

Mental accounting merupakan kebiasaan investor dalam hal menggolongkan keuangan yang mereka dapatkan dalam rekening yang berbeda berdasarkan kriteria tertentu. Mental accounting tidak hanya berkaitan dengan masalah keuangan seseorang namun juga dapat mencakup perilaku secara luas seperti penentuan pengambilan keputusan. (Haryana, 2017)

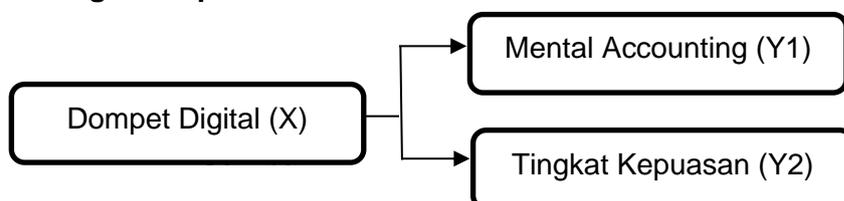
Tingkat Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller (2018) bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan dari suatu produk dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja tidak mencapai harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas/bahagia. Kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan oleh faktor situasi dan faktor pribadi dari pelanggan. (Dewi1 et al., 2022)

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan, yang diharapkan pelanggan apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan. pelanggan sesuai yang diharapkan, pelanggan akan puas, dan apabila kualitas pelayanan lebih apa yang diharapkan, pelanggan akan sangat puas.(Riyanto, 2018).

Kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan pelanggan dengan unjuk kerja perusahaan yang diterimanya selama menjadi pelanggan. Setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja personil layanan jasa yang telah diterima pelanggan merasa puas atau tidak kecewa apabila kinerjanya sesuai dengan harapan atau bahkan melebihinya. (Simanjourang & Zainarti, 2023)

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

- H1 : Terdapat pengaruh Dompot Digital terhadap Mental Accounting
- H2 : Terdapat pengaruh Dompot Digital terhadap Tingkat Kepuasan
- H3 : Terdapat pengaruh Dompot Digital terhadap Mental Accounting dan Tingkat Kepuasan

METODOLOGI

Survei ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif berbasis pendekatan survei ketika pengumpulan data dari survei ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sampel survei, tetapi tentu saja sampel survei berasal dari subjek survei yang akan digali. Populasi penelitian ini adalah 14.936.148 (hasil dari data survey Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara Tahun 2021), sehingga peneliti menggunakan metode Slovin untuk menentukan sampel survey. Metode penyebaran angket menggunakan penyederhanaan yang disengaja, kriteria untuk masyarakat berusia 19-24 tahun. Alat uji menggunakan SPSS25.

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E= Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1

$$n = \frac{14.936.148}{1 + 14.936.148 (0,1)^2} = 99,99$$

Jumlah sampel digenapkan menjadi 100

Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat diProvinsi Sumatera Utara yang berumur 19-24 yang diambil dalam sebanyak 100.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan melalui penyebaran sebuah angket yang berjumlah 100 responden. Penyebaran angket yang sudah dilengkapi oleh responden ditemukan hasil karakteristik responden pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Presentase
Usia		
20 Tahun	25	25%
21 Tahun	36	36%
22 Tahun	25	25%

23 Tahun	12	12%
24 Tahun	2	2%
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	68	68%
Perempuan	32	32%
Pekerjaan		
Mahasiswa	65	65%
Pegawai swasta	26	26%
PNS	9	9%

Sumber : data primer diolah, 2023

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS 25.0 terhadap pertanyaan-pertanyaan serta jawaban dari responden dapat menunjukkan tingkat validitas dan reliabilitas penelitian. Untuk mengukur validitas penelitian digunakan perbandingan antara nilai r hitung dan nilai r tabel, jika nilai r hitung $>$ r tabel maka dapat dikatakan seluruh jawaban responden valid. Hasil perhitungan seperti yang dicantumkan di tabel menunjukkan seluruh nilai r hitung $>$ r tabel, hal ini mengindikasikan bahwa seluruh instrumen pertanyaan dan jawaban responden dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Dompot Digital			
Pertanyaan 1	0,762	0,189	Valid
Pertanyaan 2	0,805	0,189	Valid
Pertanyaan 3	0,865	0,189	Valid
Pertanyaan 4	0,857	0,189	Valid
Pertanyaan 5	0,825	0,189	Valid
Pertanyaan 6	0,823	0,189	Valid
Mental Accounting	0,628	0,189	Valid
Pertanyaan 1	0,653	0,189	Valid
Pertanyaan 2	0,625	0,189	Valid
Pertanyaan 3	0,618	0,189	Valid
Pertanyaan 4	0,461	0,189	Valid
Pertanyaan 5	0,558	0,189	Valid
Pertanyaan 6			
Tingkat Kepuasan			
Pertanyaan 1	0,901	0,189	Valid
Pertanyaan 2	0,907	0,189	Valid
Pertanyaan 3	0,877	0,189	Valid
Pertanyaan 4	0,890	0,189	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Adapun untuk mengukur sejauh mana data-data yang digunakan bersifat reliabel, maka dapat dilihat pada angka cronbach alpha seperti pada table. Berdasarkan nilai cronbach alpha dari masing-masing variabel tersebut melebihi batas yang ditentukan yaitu 0,6. Sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan instrumen semua reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Dompot Digital	0,905	6	Reliabel
Mental Accounting	0,611	6	Reliabel
Tingkat Kepuasan	0,916	4	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2023

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah semua kecil. Dalam penelitian ini uji yang digunakan untuk menguji normalitas data menggunakan analisis statistic (Priadana & Sunarsi, 2021).

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Variable	Sig	Keterangan
Dompot Digital	0,087	Normal
Mental Accounting	0,163	Normal
Tingkat Kepuasan	0,109	Normal

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa semua variable memiliki nilai sig lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa persyaratan normalitas dalam model regresi penelitian ini sudah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikoloniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau variabel dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas yaitu dengan penilaian jika tolerance value lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 (Priadana & Sunarsi, 2021).

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Perhitungan		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Mental Accounting	0,862	1,159	Non Multikolinearitas
Tingkat kepuasan	0,862	1,159	Non Multikolinearitas

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan data tersebut menunjukkan semua variabel bebas memiliki tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Hetersokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam regresi syarat utamanya yang harus terpenuhi yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui model regresi tidak heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai signifikan masing-masing variabel yaitu lebih besar dari 0,05 (Hardani, 2020).

Tabel 6. Hasil Uji Hetersokedastisitas

Variabel	Signifikan	Keterangan
Mental Accounting	0,009	Non heteroskedastisitas
Tingkat Kepuasan	0,002	Non heteroskedastisitas

Sumber : data primer diolah, 2023

Dari hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan variabel mental accounting dan tingkat kepuasan lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Analisa Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta
	B	Std.Error	
Constant	3,846	1,910	
Mental Accounting	1,155	0,190	0,920
Tingkat Kepuasan	0,946	0,094	0,695

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil diatas, maka didapatkan rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$X = 3,846 + 1,155 Y_1 + 0,946 Y_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear tersebut, maka bisa didapatkan beberapa pernyataan berikut ini :

- Konstanta 3,846 bernilai positif dapat diartikan variabel mental accounting dan tingkat kepuasan = 0 maka nilai variabel dompet digital sebesar 3,846. Artinya apabila kedua variabel mental accounting dan tingkat kepuasan tidak mengalami perubahan maka dompet digital tetap ada dikarenakan pengaruh dari variabel diluar penelitian.
- Nilai koefisien regresi variabel mental accounting sebesar 1,155 bernilai positif yang berarti jika mental accounting naik satuan maka dompet digital akan mengalami peningkatan sebesar 115,5%.
- Nilai koefisien regresi variabel tingkat kepuasan sebesar 0,946 bernilai positif yang berarti jika tingkat kepuasan naik satuan maka dompet digital akan mengalami peningkatan sebesar 94,6%.

Uji Analisis Regresi

a. Uji T (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	Signifikan	t hitung
Mental Accounting	0,006	18,734
Tingkat Kepuasan	0,000	10,027

Sumber : data primer diolah, 2023

Pada hasil tabel hasil uji t (parsial) didapat nilai thitung variabel mental accounting sebesar 18,734 > 1,982 dan nilai signifikan sebesar 0,006 < 0,05 dan variabel tingkat kepuasan 10,027 > 1,982 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel mental accounting dan tingkat kepuasan berpengaruh positif terhadap dompet digital.

b. Uji F (Simultan)

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

Variabel	Signifikan	f hitung
Mental Accounting	0,000	67,499
Tingkat Kepuasan		

Sumber : data primer diolah, 2023

Pada hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil nilai f hitung 67,499 lebih besar dari f tabel 3,08 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh dan positif antara dompet digital terhadap mental accounting dan tingkat kepuasan.

c. Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square
1	0,560	0,552

Sumber : data primer diolah, 2023

Diketahui nilai adjusted R square 0,552 atau 55,2% nilai ini mengandung makna bahwa 55,2% variabel mental accounting dan tingkat kepuasan memberikan kontribusi besar terhadap perubahan dompet digital sedangkan 44,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Dompet Digital Terhadap *Mental Accounting* Pada Masyarakat Sumatera Utara

Berdasarkan hasil uji t pada variabel *mental accounting* (X1) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih dari t tabel ($18,734 > 1,982$). Maka dapat diambil kesimpulan yaitu dompet digital berpengaruh terhadap *mental accounting*, sehingga H_0 diterima.

Menurut Thaler (1985), *mental accounting* adalah suatu rangkaian operasi kognitif yang dipergunakan oleh individu maupun rumah tangga dalam mengkode, membuat kategori, dan mengevaluasi aktivitas finansialnya. Mental accounting berfokus pada bagaimana seharusnya seseorang menyikapi dan mengevaluasi suatu situasi saat terdapat dua atau lebih kemungkinan hasil, khususnya bagaimana mengkombinasikan kemungkinan-kemungkinan dari hasil tersebut.

Menurut peneliti, dompet digital digunakan karena banyak manfaat, fungsi atau kegunaan yang terdapat pada berbagai macam akun dompet digital sehingga akan digunakan untuk menyimpan keuangan berdasarkan kriteria tertentu, dikarenakan seseorang yang paham akan *mental accounting* akan mempertimbangkan bagaimana pengeluaran mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Mahadevi, n.d., 2021) adanya pemahaman mental accounting yang baik diharapkan sebelum seorang melakukan keputusan mereka mampu memahami dengan baik bagaimana faktor psikologis yang mendasarinya, mempertimbangkan perbandingan antara manfaat dan biaya yang akan diambil sebelum melakukan keputusan. Walaupun menyisihkan dan menggolongkan keuangannya untuk kepentingan, mereka tidak langsung membelanjakan uang tersebut, namun mereka juga melakukan analisis yang mendalam sebelum memutuskan.

Pengaruh Dompet Digital Terhadap Tingkat Kepuasan Pada Masyarakat Sumatera Utara

Berdasarkan hasil penelitian pada uji t pada variabel tingkat kepuasan (X2) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$ yang bermakna signifikan dan nilai t hitung lebih dari t tabel ($10,027 > 1,982$). Maka kesimpulan yang diambil adalah dompet digital berpengaruh terhadap tingkat kepuasan, sehingga H_0 diterima.

Menurut Kotler dan Keller (2018) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan dari suatu produk dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja tidak mencapai harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen sangat puas/bahagia. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan oleh faktor situasi dan faktor pribadi dari pelanggan. (Dewi1 et al., 2022)

Menurut peneliti, pada saat ini dompet digital sudah memberikan rasa puas dalam penggunaan dompet digital tersebut dikarenakan dompet digital memiliki beberapa manfaat, salah satu manfaatnya adalah sangat praktis dan efisien sehingga tidak perlu membawa uang tunai, hal tersebut tentunya menjadi lebih aman dan tidak perlu khawatir akan pencurian atau kehilangan uang.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Rahayuningsih & Susanto, 2021) bahwa dengan adanya dompet digital membuat lebih praktis, cepat dan mudah dalam bertransaksi kehadiran dompet digital memberikan manfaat seperti mempersingkat waktu pembayaran mereka, tidak perlu membawa atau menyimpan uang cash dalam jumlah yang banyak. Hanya dengan memasukkan nomor rekening bank atau nomor ponsel yang telah terdaftar, pengguna sudah dapat melakukan transaksi.

Pengaruh Dompot Digital Terhadap *Mental Accounting* dan Tingkat Kepuasan Pada Masyarakat Sumatera Utara

Berdasarkan hasil uji F yaitu nilai F hitung $> F$ tabel $67,499 > 3,08$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh dan positif antara dompet digital terhadap *mental accounting* (X1) dan tingkat kepuasan (X2), ini terjadi dikarenakan kedua variabel independent saling berkaitan dan memiliki hubungan, dimana apabila keseluruhan variabel independent digabung maka secara simultan akan mempengaruhi *mental accounting* dan tingkat kepuasan.

Menurut peneliti, dompet digital dipakai karena banyak manfaat atau kegunaannya yang diukur berdasarkan *mental accounting* dan tingkat kepuasan yang telah menggunakan dompet digital tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji-t terdapat pada variabel mental accounting terhadap dompet digital sebesar $18,734 > 1,982$ dan nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$. Dan pada variabel tingkat kepuasan $10,027 > 1,982$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Berdasarkan hasil uji-f terdapat bahwa dompet digital berpengaruh signifikan terhadap mental accounting dan tingkat kepuasan terlihat bahwa nilai f hitung $67,499$ lebih besar dari f tabel $3,08$ dan nilai signifikan sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$.
3. Dengan demikian, dompet digital sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi. Semakin bagus aplikasi dompet digital digunakan semakin baik pula mental accounting dan tingkat kepuasan masyarakat di Sumatera Utara.

Saran

Diharapkan Dompot Digital tetap bisa mempertahankan kualitasnya yang telah memberikan konsumen kepuasan dalam memakainya sebagai alat transaksi. Diharapkan kedepannya Dompot Digital juga mampu menciptakan keamanan yang sangat tinggi sehingga tidak terjadinya penipuan. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian ini lebih detail lagi dengan memasukkan faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi kepuasan dalam menggunakan dompet digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariany Linda, & Katarina Kumalasari. (2012). MENTAL ACCOUNTING DAN VARIABEL DEMOGRAFI: SEBUAH FENOMENA PADA PENGGUNAAN KARTU KREDIT. *KINERJA, VOL 16 NO 2*, 89–102.
- Dewi¹, E., Pambudi², J. E., & Hendra Priyatna³, E. (2022). MINAT MENGGUNAKAN DOMPET DIGITAL OVO: KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN INTEREST IN USING OVO DIGITAL WALLET: EASY OF USE AND CUSTOMER SATISFACTION. In *DIGIBIS: Digital Business Journal* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/digibis>
- Diva, N., Rembulan, R., & Firmansyah, E. A. (2020a). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. In *Valid Jurnal Ilmiah* (Vol. 17, Issue 2).
- Diva, N., Rembulan, R., & Firmansyah, E. A. (2020b). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. In *Valid Jurnal Ilmiah* (Vol. 17, Issue 2).
- Femmy Effendy. (2020). PENGARUH PERCEIVED OF BENEFIT TERHADAP NIAT UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN DOMPET DIGITAL DI KALANGAN MILENIAL Femmy Effendy. In *JURNAL INTERKOM* (Vol. 15, Issue 2).
- Fikri, A. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEB USU (Vol. 17, Issue 2).
- Haryana, R. D. T. (2017). PENGARUH MENTAL ACCOUNTING DAN PSYCHOLOGICAL FACTORS TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN KARTU KREDIT. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi, VOL 2 NO 3*(2502–3764), 553–571.

- Ivan Goenawan, S., Natalia, C., Prasepta Sejahtera, F., & K, A. A. (2021). *ANALISA TIMBANGAN DATA DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF DOMPET DIGITAL*.
- Mahadevi, S. A., & Asandimitra, N. (n.d.). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9, Issue 2).
- Mawardani, F., Niaga, P. T., Ekonomika, F., & Bisnis, D. (2021). Renny Dwijayanti. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9. <https://katadata.co.id>
- Muhammad Yafiz, E. aditya. (2022). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN SISTEM PENYERAHAN SANTUNAN PT JASA RAHARJA PERWAKILAN TK.I MEDAN. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, VOL 1 NO 6(2798–6535), 647–652.
- Nasution, M. I. P., Nurbaiti, N., Nurlaila, N., Rahma, T. I. F., & Kamilah, K. (2020). Face Recognition Login Authentication for Digital Payment Solution at COVID-19 Pandemic. *2020 3rd International Conference on Computer and Informatics Engineering, IC2IE 2020*, 48–51. <https://doi.org/10.1109/IC2IE50715.2020.9274654>
- Novyantri, R., & Setiawardani, M. (2021). The Effect Of E-Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As A Mediation Variable On Dana's Digital Wallet (Study On Dana Users) Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Dompot Digital Dana (Studi Pada Pengguna Dana). *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO) |*, 2(3), 49–58. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Rahayuningsih, P., & Susanto, S. (2021). Daya Tarik Dompot Digital. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 43–50. <https://doi.org/10.36407/jrmb.v6i1.383>
- Ramadhana, T., Lathief Ilhamy, M., Inda, T., & Rahma, F. (2022). Pengaruh E-Money Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. In *Journal of Management, Economic and Accounting (JMEA)* (Vol. 1, Issue 1). <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jisc>
- Ratih Dewi Titisari Haryana. (2017). reff jurnal 12.a. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, vol 2 no 3(502–3764), 553–571.
- Riyanto, A. (2018). Implikasi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cibadak Sukabumi. *Jurnal Ecodemica*, 2(1).
- Simanjourang, R., & Zainarti. (2023). *PERPINDAHAN BERBELANJA MELALUI PASAR ONLINE (STUDI KASUS PASAR INDUK SIDIKALANG)*.
- Wulan, R., & Aslami, N. (2022). *Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Meningkatnya Kepuasan Pelanggan*. <https://doi.org/10.47476/manageria.v2i2.896>.

**PENGARUH UMUR USAHA, KUALITAS PRODUK, DAN MOTIVASI USAHA
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) TAHU DAN TEMPE
DI KELURAHAN BUKIT BATREM KOTA DUMAI**

¹Sri Nurhayati, ²Henny Indrawati, ³Brilliant Asmit

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau

Email: sri.nurhayati2354@student.unri.ac.id, henny.indrawati@lecturer.unri.ac.id,
brilliant.asmit@lecturer.unri.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of business age, product quality, and business motivation on the success of tofu and tempeh SMEs in Bukit Batrem Village, Dumai City. The research population is tofu and tempeh SMEs in Bukit Batrem Village, Dumai City. The research sample of all tofu and tempeh SMEs in Bukit Batrem Village, Dumai City, totaling 35 business actors, with sampling techniques using saturated sampling techniques. The data collection method uses a questionnaire that is distributed directly, and the data collected is then tabulated and analyzed using multiple linear regression. Hypothesis testing is done with the F test and t test. Based on the results of the study, business age, product quality, and business motivation have a positive and significant effect on business success both simultaneously and partially. Therefore, if business actors have a long enough business life, have good quality products produced, and have high business motivation, then business success will be achieved.

Keywords: Business Success, Business Age, Product Quality, and Business Motivation

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha terhadap keberhasilan UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai. Populasi penelitian pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai. Sampel penelitian seluruh pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai yang berjumlah 35 pelaku usaha, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling* jenuh. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung, dan data yang terkumpul kemudian ditabulasi dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F dan uji t. Berdasarkan hasil penelitian umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha baik secara simultan maupun secara parsial. Oleh karena itu, apabila pelaku usaha memiliki umur usaha yang cukup lama, memiliki kualitas produk yang dihasilkan baik, dan memiliki motivasi usaha yang tinggi, maka keberhasilan usaha akan tercapai.

Kata kunci: Keberhasilan Usaha, Umur Usaha, Kualitas Produk, dan Motivasi Usaha

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. UKM merupakan kelompok usaha yang memiliki persentase kontribusi besar dan krusial di Indonesia dan juga telah diakui sebagai sektor yang sangat penting yang tidak hanya untuk pertumbuhan ekonomi tetapi juga untuk distribusi pendapatan (Indrawati, 2017). Hal ini dikarenakan daya serap UKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil. Kementerian Koperasi UKM mencatat, tenaga kerja UKM sebanyak 119,6 juta orang pada 2021.

Salah satu keberhasilan pembangunan suatu daerah adalah kemampuan menciptakan kesempatan kerja, sektor yang diharapkan dapat menciptakan kesempatan kerja adalah sektor UKM. Pengembangan industri kecil merupakan langkah yang tepat

sebagai salah satu instrumen kebijakan pemerintah untuk mengatasi permasalahan ekonomi dan sosial yang dihadapi saat ini (Indrawati, 2019). UKM jelas perlu mendapat perhatian karena tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian besar angkatan kerja, namun juga merupakan upaya pengentasan kemiskinan, penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Juliandini *et al.*, 2017). UKM dikatakan berhasil apabila jika setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik pendapatan, volume produksi, juga hasil produksi pada usahanya (Indrawati *et al.*, 2019).

Kota Dumai merupakan wilayah dengan banyaknya terdapat UKM, mulai dari sektor jasa dan perdagangan yang berkembang pesat, selain itu terkenal akan pelaku UKM yang bergelut diberbagai bidang, seperti UKM makanan, kerajinan, fashion, dan lainnya. Pada tahun 2021 terdaftar pelaku UKM di Kota Dumai sebanyak 1.1879 orang pelaku usaha (Data PPKUKM, 2023). Keberadaan para pelaku bisnis usaha UKM di Kota Dumai, khususnya di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai menarik untuk diteliti. Kelurahan Bukit Batrem merupakan pusat sebagian besar masyarakatnya sebagai pelaku bisnis UKM yang membuat usaha beraneka ragam, dari beberapa macam UKM yang ada di Kelurahan Bukit Batrem sebanyak 35 pelaku UKM ialah tahu dan tempe. Selain itu UKM tahu dan tempe yang ada di Kelurahan Bukit Batrem ini juga sangat banyak dikenal masyarakat. Air bersih juga merupakan keunggulan dari Kelurahan Bukit Batrem, dan terkenal hampir ke seluruh wilayah Kota Dumai. Hal itu membuat pelaku UKM memanfaatkan air bersih yang tersedia dan dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar, khususnya pelaku UKM untuk membuat usaha tempe dan tahu karena salah satu faktor penting dari pembuatan tempe dan tahu adalah tersedianya air yang bersih.

Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan pada pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai ditemukan adanya kenaikan dan penurunan pada jumlah produksi tahu dan tempe pada tahun 2020-2021. Pada data pra-survey tersebut dapat diketahui terdapat 10 atau 66,6% pelaku UKM tahu dan tempe mengalami penurunan pada jumlah produksi, sementara itu hanya 5 atau 33,4% pelaku UKM tahu tempe mengalami kenaikan dalam jumlah produksinya.

Keberhasilan suatu UKM ditandai dengan peningkatan jumlah penjualan, adanya peningkatan jumlah produksi, adanya peningkatan keuntungan atau laba yang dihasilkan, serta usaha yang berjalan mengalami pertumbuhan dan juga perkembangan. Untuk mencapai keberhasilan usaha, tidak terlepas adanya kinerja keras pada usaha yang sedang dijalankan. UKM dikatakan berhasil apabila jika setelah kurun waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik pendapatan, volume produksi, maupun output produksi dalam usahanya (Indrawati *et al.*, 2019). Agung (2018) menyatakan bahwa pengetahuan pemilik, skala usaha dan umur usaha dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Menurut Ernawaty (2019) mengungkapkan keberhasilan usaha dipengaruhi adanya kualitas produk, inovasi produk, dan promosi produk. Gemina *et al.*, (2016) motivasi usaha menjadi faktor keberhasilan usaha, motivasi usaha sebagai suatu kerelaan yang dijalankan dengan ikhlas dari diri sendiri untuk berusaha dan bekerja keras secara semaksimal mungkin dalam mencapai tujuan pelaku usaha tersebut.

Berdasarkan uraian dan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha terhadap keberhasilan UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai.

LANDASAN TEORI

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha merupakan keberhasilan sebuah usaha dalam mencapai tujuan usahanya. Keberhasilan suatu UKM ditandai dengan peningkatan jumlah penjualan, adanya peningkatan jumlah produksi, adanya peningkatan keuntungan atau laba yang dihasilkan serta usaha yang berjalan mengalami pertumbuhan dan juga perkembangan. Setiap pelaku usaha pasti ingin bisa mencapai keberhasilan usaha dan mendapatkan

keuntungan yang maksimal, yang berarti setiap usaha memiliki tujuan utamanya yaitu mencapai keberhasilan usaha (Indrawati, 2015).

Untuk mencapai pada keberhasilan tersebut tidak terlepas juga usaha dan kinerja keras yang dilakukan pada individu yang berperan dalam usaha UKM yang dijalankan tersebut (Herawaty dan Yustien, 2019). UKM dikatakan berhasil jika setelah jangka waktu tertentu usahanya mengalami peningkatan baik pendapatan, volume produksi, maupun hasil produksi (Wahyuni *et al.*, 2019). UKM harus memiliki orientasi kewirausahaan yang berkualitas seperti proaktif, fleksibel, agresif, dan berani mengambil risiko (Indrawati, 2022).

Indrawati (2019) menyatakan keberhasilan sebuah usaha dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu usaha dikatakan berhasil jika setelah periode waktu tertentu bisnis mengalami peningkatan dalam pendapatan, volume produksi, atau *output* produksi yang dihasilkan. Nuryatimah dan Dahmiri (2021) menyatakan suatu keberhasilan UKM dapat dikatakan berhasil apabila pelaku usaha tersebut memperoleh laba, meningkatnya penjualan, dan meningkatnya produksi yang dihasilkan, karena tujuan dari seorang pelaku usaha ialah untuk mendapatkan laba dari hasil usaha yang dijalkannya. Indikator pada variabel keberhasilan usaha akan digunakan dalam penelitian ini yaitu: (1) meningkatnya omset penjualan; dan (2) meningkatnya jumlah produksi (Herawaty dan Yustien, 2019) dan (Wibowo dan Kurniawati, 2015).

Umur Usaha

Umur usaha menjadi salah satu faktor yang penting dalam keberhasilan UKM. Umur usaha merupakan lamanya sebuah usaha berdiri, berkembang dan bertahan di tengah tingginya persaingan di dunia usaha. Umur usaha yang lama akan dapat meningkatkan sebuah usaha untuk melakukan pengelolaan secara baik dan mempertahankan nilai kualitas yang ada pada produk tersebut (Rianto dan Hidayatulloh, 2020). Semakin lama usaha itu berdiri, pelaku usaha bisa mengevaluasi produk yang akan dihasilkan, karena sudah berpengalaman dan tau dimana kekurangan produk tersebut, sehingga bisa diperbaiki (Rianto dan Hidayatulloh, 2020).

Umur usaha dapat memberikan dampak positif dan bermanfaat terhadap pola pikir pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Pelaku usaha yang telah lama menjalankan usaha, biasanya pelaku usaha tersebut banyak pengalaman dibandingkan dengan pelaku usaha baru, sehingga pelaku usaha tersebut dapat meningkatkan usahanya. Lama usaha tersebut juga dapat mempengaruhi produktivitas (kemampuan profesional atau keahliannya), sehingga dapat menambah efisiensi dan mengevaluasi usaha tersebut. Semakin lama menekuni bidang usaha maka semakin meningkatkan pengetahuan tentang kekurangan akan produk dan mengetahui perilaku konsumen. Sebuah usaha akan tetap bertahan jika pelaku usaha mengambil keputusan usaha yang dapat memperpanjang umur usahanya (Ayu dan Amir, 2016). Indikator variabel umur usaha yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu: 1) lama usaha yang dijalankan; dan 2) tujuan dan pengalaman (Budi, 2019).

Kualitas Produk

Menurut Wicaksono (2016) kualitas dapat diartikan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, keandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Kualitas produk juga harus memiliki keistimewaan tambahan serta kualitas yang dirasakan oleh konsumen, contohnya saja seperti pengemasan yang digunakan oleh produk, apabila produk usaha dikemas dengan baik, maka ketahanan yang dimiliki produk tersebut akan lebih tahan lama.

Karena kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan, kualitas produk juga sebagai faktor penentu kepuasan konsumen setelah membeli produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli, semakin baik kualitas produk yang dihasilkan, maka akan meningkatkan minat para konsumen terhadap produk tersebut. Selain produk yang berkualitas baik, produk yang aman juga dapat meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen terhadap produk yang akan dibeli (Indrawati, 2022).

Pelaku UKM yang memberikan kualitas produk yang baik, maka akan bisa bersaing dengan produk yang sejenisnya, dan lebih unggul dari pesaing produk yang sejenisnya pula (Ernawaty, 2019). Selain itu menurut Wirawan *et al.*, (2019) kualitas produk dilihat dari bahan baku yang digunakan untuk produksi tersebut, bahan baku yang digunakan harus perlu diperhatikan kualitasnya, sehingga apabila kualitas bahan baku tersebut baik, maka kualitas produk yang dihasilkan akan berkualitas baik pula. Indikator variabel kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: (1) kemasan; dan; (2) kesesuaian kualitas produk dengan bahan baku Ernawaty (2019) dan Wirawan *et al.*, (2015).

Motivasi Usaha

Menurut Gemina *et al.*, (2016) motivasi usaha merupakan suatu kerelaan untuk berusaha sebaik dan seoptimal mungkin agar dapat mencapai tujuan organisasi di mana dipengaruhi oleh kemampuan usaha dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan individu, dengan adanya motivasi yang dimiliki oleh pelaku usaha akan memberikan dorongan yang positif dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha akan siap untuk memulai dari awal hingga akhir selesai produk tersebut dengan berbagai risiko yang ada.

Pelaku usaha harus mampu menanggung risiko positif dan negatif terhadap usaha yang dijalankannya. Apabila pelaku usaha berhasil dalam menjalankan usaha yang dimulainya, maka semangat untuk mengembangkan usaha tersebut itu juga semakin meningkat. Adapun motivasi usaha yang dimiliki pelaku usaha seperti adanya tujuan yang ingin dicapai, adanya dorongan dari diri sendiri, dorongan dari lingkungan, kebutuhan hidup yang harus dipenuhi, ingin mengaplikasikan kemampuan yang dimiliki ke dalam dunia usaha, dan sebagainya.

Pelaku UKM menjadikan motivasi usaha sebagai suatu rangsangan untuk dapat mendorong seorang pelaku usaha untuk melakukan usaha yang dilakukan dengan penuh adanya rasa semangat pelaku usaha, kreatif, inovatif dan berani mengambil resiko untuk memperoleh keuntungan dalam menjalani usahanya, berupa keuntungan dan juga rasa kepuasan diri (Ernawaty, 2019). Indikator variabel motivasi usaha yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: (1) dorongan dalam diri sendiri; (2) dorongan dari lingkungan; (3) berorientasi masa depan; (4) memiliki jiwa kepemimpinan; dan (5) rasa percaya diri Hadian (2017) dan Megawati (2018).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Umur Usaha terhadap Keberhasilan Usaha

Umur usaha menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Umur usaha merupakan lamanya usaha berkembang, bertahan, dan tetap berdiri sehingga mampu bersaing di dunia usaha. Pelaku usaha yang memiliki umur usaha yang cukup lama, maka memiliki potensi untuk lebih berpengalaman dibidang usahanya, dan juga menjadi perbaikan serta evaluasi usaha yang dijalankan untuk kedepannya. Sukirno (2015) menyatakan perkembangan dari usaha tersebut tergantung dari iklim perdagangan dan persaingan yang terjadi didunia usaha atau pasar, dan biasanya usaha yang lebih lama berdiri cenderung lebih berkembang, karena sudah memiliki banyak pengalaman dalam menjalankan usahanya dan dapat bersaing dengan pelaku UKM lainnya.

Penelitian Utami (2018) menyatakan bahwa umur usaha akan menjadi landasan pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya, apabila umur usaha matang, maka usaha yang dijalankan akan akan menghasilkan kinerja yang tinggi. Sehingga semakin lama usaha yang dijalankan akan menciptakan keberhasilan usaha didalamnya, dimana masyarakat akan mengenal produk yang dihasilkan dengan berjalannya waktu. Penelitian oleh Prihatminingtyas (2017), Satria (2021), dan Utami (2018) membuktikan bahwa umur usaha memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H₁: Umur usaha berpengaruh terhadap keberhasilan UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keberhasilan Usaha

Kualitas produk memiliki pengaruh dan peranan penting terhadap keberhasilan usaha. Kualitas produk akan diperhatikan oleh konsumen apakah kualitas produk yang

dihasilkan memiliki kualitas yang baik atau tidak. Kualitas pada UKM tahu dan tempe ini dilihat dari tekstur, bahan baku yang digunakan, aroma, dan lainnya. Apabila pelaku usaha memperhatikan dan memiliki kualitas produk yang baik, maka konsumen akan merasa puas dan akan mengulangi dalam pembelian produk tersebut, dalam artian pelaku usaha harus mampu memberikan kualitas produk yang baik dalam produk yang dihasilkan untuk menarik pelanggan atau pembeli oleh konsumen secara berulang.

Ernawaty (2019) menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan, maka semakin baik pula nilai kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. Kualitas produk juga harus memiliki keistimewaan tambahan serta kualitas yang dirasakan oleh konsumen, contohnya seperti pengemasan yang digunakan oleh produk, dan bahan baku yang digunakan dalam produk. Hal ini karena kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan, kualitas produk juga sebagai faktor penentu kepuasan konsumen setelah membeli produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Penelitian oleh Cahyani dan Sihotang (2016), Mashuri *et al.*, (2019), Suarmawan (2015), dan Ernawaty (2019) membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H₂: Kualitas produk berpengaruh terhadap keberhasilan UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai

Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha

Motivasi usaha memegang peranan penting terhadap keberhasilan usaha, dalam motivasi akan terdapat motif yang akan menjadi pendorong dari tercapainya suatu keberhasilan. Pasalnya, keberhasilan berwirausaha tidak dengan seketika diperoleh saja, namun didorong oleh adanya motivasi yang ada didalam individu pelaku usaha tersebut. Gemina *et al.*, (2016) menyatakan bahwa motivasi usaha sebagai suatu kerelaan yang dijalankan dengan ikhlas, yang berasal dari diri sendiri untuk berusaha dan bekerja keras secara semaksimal mungkin dalam mencapai tujuan pelaku usaha tersebut.

Penelitian Gemina *et al.*, (2016) menyatakan bahwa motivasi usaha berpengaruh signifikan dan berbanding lurus (positif) terhadap keberhasilan usaha, semakin tinggi motivasi usaha akan diikuti tinggi tingkat keberhasilan usaha. Argumen ini diperkuat oleh riset Fernanda (2016) mengungkapkan bahwa motivasi usaha sangat penting untuk dimiliki, karena motivasi usaha merupakan hal yang mampu menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung seseorang agar giat bekerja, fokus, dan intensif serta antusias dalam melakukan serangkaian kegiatan demi mencapai hasil yang optimal, sehingga usaha yang sedang dijalankan dapat bertahan dan berkembang. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H₃: Motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai

Pengaruh Umur Usaha, Kualitas Produk, dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha

Penelitian Herawaty dan Yustien (2019) keberhasilan usaha merupakan keberhasilan sebuah usaha dalam mencapai tujuan usahanya. Keberhasilan suatu UKM ditandai dengan peningkatan jumlah penjualan, adanya peningkatan jumlah produksi, adanya peningkatan keuntungan atau laba yang dihasilkan serta usaha yang berjalan mengalami pertumbuhan dan juga perkembangan. Untuk mencapai pada keberhasilan tersebut tidak terlepas juga usaha dan kinerja keras yang dilakukan pada individu yang berperan dalam usaha UKM yang dijalankan tersebut.

Umur usaha menjadi salah satu faktor yang penting dalam keberhasilan UKM, umur usaha merupakan lamanya sebuah usaha berkembang, bertahan, dan tetap berdiri sehingga dapat tetap bersaing di dunia usaha, umur usaha juga menjadi faktor keberhasilan usaha. Semakin lama usaha tersebut berdiri, maka semakin banyak wawasan untuk mengembangkan produk yang dihasilkan, dan semakin lama usaha itu berdiri juga pelaku usaha bisa mengevaluasi produk yang akan dihasilkan.

Menurut Gemina *et al.*, (2016) motivasi usaha dan kualitas produk menjadi faktor keberhasilan usaha, dalam penelitiannya menyatakan bahwa motivasi usaha sebagai suatu

kerelaan yang dijalankan dengan ikhlas dari diri sendiri untuk berusaha dan bekerja keras secara semaksimal mungkin dalam mencapai tujuan pelaku usaha tersebut. Hal ini diperkuat oleh Delima *et al.*, (2019) menyatakan bahwa apabila melakukan peningkatan kualitas produk dengan memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan, maka produk yang dihasilkan tersebut dapat memuaskan konsumennya dan mampu meningkatkan jumlah konsumen. Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah:

H₄: Umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai

METODOLOGI

Jenis penelitian ini ialah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai pada bulan Desember 2022 sampai dengan Januari 2023. Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai. Berdasarkan hal tersebut, maka populasi ini berjumlah 35 pelaku usaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh, yaitu seluruh pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai yang berjumlah 35 pelaku usaha. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang langsung dibagikan kepada responden. Data yang dikumpulkan berupa data primer. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linear berganda yang sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, linearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinieritas. Hasil analisis digunakan untuk mengetahui pengaruh umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Analisis Deskriptif

Umur Usaha

Umur usaha merupakan lamanya sebuah usaha berkembang, bertahan, dan tetap berdiri sehingga mampu bersaing di dunia usaha. Hal ini didasari bahwa semakin lama umur usaha tersebut, maka semakin banyak pula wawasan serta evaluasi yang harus diperbaiki akan kekurangan produk yang dihasilkan. Hasil analisis deskriptif variabel umur usaha pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Distribusi Frekuensi Variabel Umur Usaha

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	12,7 – 15	Sangat Lama	9	8,57
2	10,3 – 12,6	Lama	3	25,72
3	7,9 – 10,2	Cukup Lama	23	65,71
4	5,5 – 7,8	Tidak lama	-	-
5	3 – 5,4	Sangat Tidak Lama	-	-
Jumlah			35	100

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui umur usaha pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai terhadap keberhasilan usaha pada kategori cukup lama (65,71%), dengan rata-rata jawaban responden sebesar 9,857. Berdasarkan jawaban

responden, pelaku usaha tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai memiliki banyak pengalaman dibandingkan dengan pelaku usaha yang baru menggeluti bidang usaha, hal ini karena pelaku UKM tahu dan tempe sudah bergelut dibidang usahanya dengan rentang waktu cukup lama, pelaku usaha akan dapat meningkatkan potensi bertahannya usaha tersebut, karena jika sebuah usaha melakukan pengelolaan secara baik dengan konsisten serta mempertahankan usaha yang digeluti, maka usaha yang dijalani akan bertahan dan berkembang.

Penelitian Sukirno (2015) mengungkapkan bahwa jika usaha yang dijalankan lebih dari 5 tahun sudah dapat dikatakan bahwa usaha tersebut sudah matang dan berhasil dalam mempertahankan serta mengembangkan usaha tersebut. Argumen ini di perkuat oleh *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* dalam (Sanistasya *et al.*, 2019) menyatakan pelaku usaha yang berusia 18-64 tahun memiliki niat yang kuat, dan pelaku usaha yang memiliki umur usaha lebih dari 3,5 tahun sudah menginjak dewasa dan sudah mencapai kategori berhasil dalam menjalankan usahanya.

Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki pengaruh dan peranan penting terhadap keberhasilan usaha. Kualitas produk akan diperhatikan oleh konsumen apakah kualitas produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik atau tidak begitu pula bahan baku yang digunakan untuk produk usaha tersebut, apabila produk yang digunakan memiliki kualitas yang baik, maka produk yang dihasilkan akan berkualitas baik pula. Hasil analisis deskriptif variabel kualitas produk pada keberhasilan usaha pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	33,7 – 40	Sangat Baik	3	9
2	27,3 – 33,6	Baik	31	88
3	20,9 – 27,2	Cukup Baik	1	3
4	14,5 – 20,8	Tidak Baik	-	-
5	8 – 14,4	Sangat Tidak Baik	-	-
Jumlah			35	100

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui tingkat kualitas produk pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai pada kategori baik (88%), hal ini dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 31,37 berdasarkan jawaban dari responden, kualitas produk harus sangat diperhatikan dalam segi pengemasan dan bahan baku yang digunakan, hal itu dapat dilihat dari segi kemasan yang memiliki kemasan khusus yaitu untuk produk tempe dikemas menggunakan plastik kaca cap wayang, sementara produk tahu dikemas menggunakan plastik cap cendrawasih, kedua plastik ini termasuk jenis PP (Polypropylene) dan bahan baku kedelai yang digunakan pelaku UKM tahu dan tempe yang di impor langsung dari USA.

Penelitian Delima *et al.*, (2019) menyatakan bahwa apabila melakukan peningkatan kualitas produk dengan memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan, maka produk yang dihasilkan tersebut dapat memuaskan konsumennya dan mampu meningkatkan jumlah konsumen. Hal ini diperkuat oleh Kenneth (2013) keberhasilan usaha dapat tercipta apabila pelaku usaha mempunyai keterampilan individual lebih untuk menciptakan produk dengan nilai kualitas yang tinggi, hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan

keterampilan manajerial dan keterampilan dalam mempertahankan kualitas produk yang di produksi.

Motivasi Usaha

Motivasi usaha merupakan dorongan yang kuat yang berasal dari individu pelaku usaha untuk memulai mengaktualisasi potensi yang dimiliki di dalam diri dalam berfikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk yang baru dan memiliki nilai tambah dari produk yang sejenisnya. Hasil analisis deskriptif variabel motivasi usaha terhadap pelaku UKM tahu tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Usaha

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	96,7 – 115	Sangat Tinggi	-	-
2	78,3 – 96,6	Tinggi	35	100
3	59,9 – 78,2	Cukup Tinggi	-	-
4	41,5 – 59,8	Rendah	-	-
5	23 – 41,4	Sangat Rendah	-	-
Jumlah			35	100

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui motivasi usaha terhadap pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai pada kategori tinggi (100%) dengan rata-rata jawaban responden sebesar 91,40. Berdasarkan jawaban responden, motivasi usaha yang dimiliki pelaku usaha menjadi dorongan dalam menjalankan usaha, menggerakkan dan mengarahkan harapan individu pelaku usaha untuk melakukan aktivitas usaha dengan cara mandiri, rasa percaya pada diri sendiri, mempunyai pola pikir dalam mengembangkan usahanya, berorientasi pada masa depan, dan berani mengambil resiko atas usaha yang dijalankannya. Motivasi usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha menjadikannya memiliki rasa tanggung jawab untuk mengembangkannya dalam berbagai aspek.

Penelitian Fernanda (2016) mengungkapkan bahwa motivasi usaha sangat penting untuk dimiliki, karena motivasi usaha merupakan hal yang mampu menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung seseorang agar giat bekerja, fokus, dan intensif serta antusias dalam melakukan serangkaian kegiatan demi mencapai hasil yang optimal, sehingga usaha yang sedang dijalankan dapat bertahan dan berkembang. Argument ini diperkuat oleh Gemina *et al.*, (2016) mengungkapkan bahwa dengan adanya motivasi yang tinggi yang dimiliki pelaku usaha, maka usaha yang akan dijalankan akan terarah. Adanya arah hubungan positif motivasi usaha dengan keberhasilan usaha menunjukkan bahwa motivasi usaha dan keberhasilan usaha berbanding lurus dan masuk dalam kategori kuat, dimana semakin tinggi motivasi usaha maka keberhasilan usahakan semakin tinggi pula.

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah merupakan keberhasilan sebuah usaha dalam mencapai tujuan usahanya, karena tujuan dari seorang pelaku usaha ialah untuk mendapatkan laba dari hasil usaha yang dijalankannya, selain itu ditandai dengan bertambahnya jumlah yang diproduksi dan bertambahnya volume penjualan. Hasil analisis deskriptif variabel keberhasilan usaha terhadap pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Variabel Keberhasilan Usaha

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	37,9 – 45	Sangat Baik	7	20

2	30,7 – 37,8	Baik	15	43
3	23,5 – 30,6	Cukup Baik	13	37
4	16,3 – 23,4	Tidak Baik	-	-
5	9 – 16,2	Sangat Tidak Baik	-	-
Jumlah			35	100

Sumber: Data Olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui keberhasilan usaha pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai pada kategori baik (43%), hal ini dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 36,02. Berdasarkan jawaban responden, keberhasilan usaha biasanya diidentifikasi dengan membesarnya skala usaha yang dimilikinya, yang bisa dilihat dari volume dan jumlah produksi yang tadinya bisa menghabiskan sejumlah bahan baku per hari meningkat menjadi mampu mengolah bahan baku yang lebih banyak.

Lindrayanti (2013) menyatakan bahwa keberhasilan usaha ditandai dengan dua hal yaitu bertambahnya jumlah produksi yang dihasilkan, bertambahnya jumlah karyawan dan meningkatnya jumlah omset serta bertambahnya omset penjualan dari hasil usaha tersebut. Sejalan pada penelitian Indrawati *et al.*, (2019) UKM dikatakan berhasil apabila jika setelah kurun waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik pendapatan, volume produksi, maupun output produksi dalam usahanya. Argumen ini diperkuat oleh riset Arlianto (2014) menyatakan keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari meningkatnya jumlah penjualan, meningkatnya jumlah produksi, meningkatnya keuntungan atau laba serta usaha yang selalu berkembang.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas variabel umur usaha (X_1), kualitas produk (X_2) dan motivasi usaha (X_3) dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39179909
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.091
	Negative	-.106
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2023

Hasil uji normalitas dengan uji statistik *one sample kolmogrov-smirnov* dapat dilihat pada Tabel 5 menyatakan besarnya nilai signifikansi sebesar 0,200 dan nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan residual data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Hasil rekapitulasi uji linieritas umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Rekapitulasi Hasil Uji Linieritas Umur Usaha, Kualitas Produk, dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha

Uji Linearitas	Nilai Sig. Deviation from Linearity
Umur Usaha terhadap Keberhasilan Usaha	0,682
Kualitas Produk terhadap Keberhasilan Usaha	0,867

Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha	0,208
--	-------

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 6 diketahui pada Tabel anova bahwa sig. dari *Deviation from Linearity* umur usaha terhadap keberhasilan usaha adalah $0,682 > 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel umur usaha terhadap variabel keberhasilan usaha adalah signifikan linier. Kemudian nilai sig. dari *Deviation from Linearity* kualitas produk terhadap keberhasilan usaha adalah $0,867 > 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel kualitas produk terhadap keberhasilan usaha adalah signifikan linier. Selanjutnya nilai sig. dari *Deviation from Linearity* motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha adalah $0,208 > 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel motivasi usaha terhadap variabel keberhasilan usaha adalah signifikan linier.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-1.494	9.437		-.158	.875
	Umur Usaha	.103	.092	.195	1.122	.271
	Kualitas Produk	.078	.086	.159	.905	.372
	Motivasi Usaha	-.010	.094	-.019	-.108	.914

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai sig. dari variabel umur usaha lebih besar dari 0,05 yaitu 0,271, kualitas produk lebih besar dari 0,05 yaitu 0,372, dan motivasi usaha lebih besar dari 0,05 yaitu 0,914. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.781 ^a	.610	.573	1.45759	2.535

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.28 dapat diketahui nilai durbin Watson (d) sebesar 2,535 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel yang menggunakan signifikansi sebesar 5 %. Jumlah sampel (n) 35 dan jumlah variabel independen (k) adalah 3. Maka dari tabel di dapat nilai $d_l = 1,583$, dan nilai $d_U = 1,283$. Oleh karena nilai $d_U < d < 4 - d_U$ atau $1,583 < 2,535 < 2,717$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari Tabel 9.

Tabel 9 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	-20.864	15.115		-1.380	.177	
	Umur Usaha	.878	.147	.670	5.956	.000	.995 1.005
	Kualitas Produk	.360	.138	.296	2.606	.014	.973 1.028

Motivasi Usaha	.404	.150	.305	2.688	.011	.975	1.025
----------------	------	------	------	-------	------	------	-------

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari model analisis pada penelitian ini berada kurang dari angka 10, yaitu umur usaha memiliki VIF sebesar 1,005, kualitas produk memiliki VIF sebesar 1,028 dan motivasi usaha memiliki VIF sebesar 1,025. Sedangkan pada nilai *tolerance* semua variabel lebih besar dari 0,1, yaitu umur usaha memiliki *tolerance* sebesar 0,995, kualitas produk memiliki *tolerance* sebesar 0,973 dan motivasi usaha memiliki *tolerance* sebesar 0,975. Berdasarkan ketentuan yang telah disebutkan, telah diketahui nilai VIF dan *tolerance* masing-masing pada variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan dalam regresi penelitian ini adalah untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen serta memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen yang dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Signifikan (F)	Signifikan (t)	R-square
Constant a	-20,864		0,177	
Umur Usaha	0,878	0,000	0,000	0,610
Kualitas Produk	0,360		0,014	
Motivasi Usaha	0,404		0,011	

Sumber: Data Olahan SPSS 22, 2023

Pada Tabel 10 diinterpretasikan adalah nilai dalam kolom B, baris pertama menunjukkan konstanta (a) dan baris selanjutnya menunjukkan variabel independen. Pada signifikan (F) adalah hasil uji F (simultan), signifikan (t) adalah hasil uji t (parsial) dan R-square adalah hasil uji R² (koefisien determinasi). Dengan melihat Tabel 10 dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -20,864 + 0,878X_1 + 0,360X_2 + 0,404X_3$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta -20,864 dapat diartikan bahwa apabila seluruh variabel independen konstan atau nol maka besarnya keberhasilan usaha sebesar -20,864. Hasil ini berarti apabila tidak ada pengaruh umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha maka keberhasilan usaha cenderung negatif atau tidak ada.
- Besarnya pengaruh variabel umur usaha terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 0,878 satuan. Maknanya jika umur usaha mengalami peningkatan satu satuan, maka keberhasilan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,878 satuan.
- Besarnya pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel keberhasilan usaha adalah sebesar 0,360 satuan. Dapat diartikan jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas produk mengalami peningkatan satu satuan, maka keberhasilan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,360 satuan.
- Besarnya pengaruh variabel motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 0,404 satuan. Maknanya jika motivasi usaha mengalami peningkatan satu satuan, maka keberhasilan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,404 satuan.

Uji F

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi 0,05 digunakan untuk uji ini, dengan kriteria: jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ berarti semua variabel independen secara bersama-sama

berpengaruh terhadap variabel dependen. Tetapi jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ berarti semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 10 hasil probabilitas F-statistik adalah sebesar $0,000 < 0,05$, artinya dapat disimpulkan bahwa variabel umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel keberhasilan usaha.

Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun syarat penerimaan atau penolakan hipotesis adalah nilai sig. $< 0,05$, maka variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individu. Tetapi jika nilai sig. $> 0,05$, maka variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individu. Dari hasil perhitungan statistik pada Tabel 10, maka diperoleh nilai signifikansi umur usaha yaitu $0,000 < 5\%$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel umur usaha (variabel bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha (variabel terikat). Nilai signifikansi kualitas produk yaitu $0,014 < 5\%$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk (variabel bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha (variabel terikat). Nilai signifikansi motivasi usaha yaitu $0,011 < 5\%$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel motivasi usaha (variabel bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha (variabel terikat).

Uji Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 10 besarnya nilai R square dalam model regresi diperoleh sebesar 0,610. Hal ini menunjukkan bahwa umur usaha (X_1), kualitas produk (X_2), dan motivasi usaha (X_3) memiliki kontribusi 61, % terhadap keberhasilan usaha (Y). Sedangkan sisanya sebesar 39% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini yaitu kompetensi dan efikasi diri (Nuryatimah dan Dahmiri, 2021), modal dan volume produksi (Wirawan, 2015), inovasi dan berani mengambil risiko (Purnama, 2020).

PEMBAHASAN

Pengaruh Umur Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) Tahu dan Tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara umur usaha terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini menjelaskan bahwa umur usaha mempengaruhi keberhasilan usaha pelaku UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai, karena semakin lama usaha tersebut berjalan, maka pelaku usaha akan mampu memperbaiki produknya atau mengevaluasi serta memperbaiki produknya dari pengalamannya. Umur usaha dapat memberikan dampak positif pada pola pikir pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, yang mana apabila memiliki umur usaha yang cukup lama maka pelaku usaha memiliki potensi untuk lebih berpengalaman dibidang usahanya, dan juga menjadi perbaikan serta evaluasi usaha yang dijalankan untuk kedepannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Riyanto dan David Hidayatulloh (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa hasil uji hipotesis variabel bebas umur usaha terhadap keberhasilan usaha menunjukkan bahwa nilai signifikan. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan variabel bebas umur usaha terhadap keberhasilan UKM batik di Kota Yogyakarta. Selanjutnya penelitian Utami (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa umur usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Umur usaha akan menjadi landasan pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya, apabila umur usaha matang, maka usaha yang dijalankan akan akan menghasilkan kinerja yang tinggi. Sehingga semakin lama usaha yang dijalankan akan menciptakan keberhasilan usaha didalamnya, dimana masyarakat akan mengenal produk yang dihasilkan dengan berjalannya waktu.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) Tahu dan Tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas produk terhadap keberhasilan usaha. Hasil menjelaskan bahwa kualitas produk mempengaruhi keberhasilan usaha UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas baik yang di impor langsung dari USA. Kualitas produk yang dihasilkan akan mempengaruhi keberhasilan usaha yang dijalankan, karena kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan atau konsumennya, karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk yang baik dihasilkan, maka konsumen atau pelanggan akan merasa puas, dan akan membeli produk yang dihasilkan pelaku usaha tersebut, sehingga mempengaruhi keberhasilan usaha.

Suatu produk yang memiliki kualitas yang baik tentu akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Bila kepuasan pelanggan terhadap produk ini dapat terus dipertahankan oleh pelaku usaha maka akan memberikan keuntungan dari segi finansial dan juga loyalitas pelanggan (Gemina *et al.*, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan, maka semakin baik pula nilai kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wicaksono (2016), yang menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Karena kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan, kualitas produk juga sebagai faktor penentu kepuasan konsumen setelah membeli produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha.

Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) Tahu dan Tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini menjelaskan bahwa motivasi usaha mempengaruhi keberhasilan UKM tahu dan tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai. Motivasi usaha merupakan suatu kerelaan untuk berusaha sebaik dan seoptimal mungkin agar dapat mencapai tujuan organisasi, dimana dipengaruhi oleh kemampuan **usaha** dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan individu. Dengan adanya motivasi yang dimiliki oleh pelaku usaha akan memberikan dorongan yang positif dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha akan siap untuk memulai dari awal hingga akhir selesai produk tersebut dengan berbagai risiko yang ada. Pelaku usaha harus mampu menanggung risiko positif dan negatif terhadap usaha yang dijalanannya. Apabila pelaku usaha berhasil dalam menjalankan usaha yang dimulainya, maka semangat untuk mengembangkan usaha tersebut itu juga semakin meningkat.

Menurut Saputra dan Mulasari (2015) menyatakan bahwa motivasi usaha berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha, hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha ditentukan pengalaman dan motivasi usaha. Motivasi usaha menjadi pendorong bagi pelaku usaha tersebut, karena motivasi usaha berasal dari diri individu pelaku usaha yang akan menjalankan **usahanya**. Menurut pendapat Gemina *et al.*, (2016) mengungkapkan bahwa motivasi usaha menjadi suatu kerelaan untuk berusaha sebaik dan seoptimal mungkin agar dapat mencapai tujuan organisasi, dimana dipengaruhi oleh kemampuan usaha dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan individu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Megawati (2018) menyatakan sebuah usaha didirikan karena minat dan motivasi dari dalam diri wirausaha yang tinggi secara bersamaan, maka terdapat keinginan yang relatif tinggi untuk mengembangkan usaha yang digeluti dan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha

Pengaruh Umur Usaha, Kualitas Produk, dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) Tahu dan Tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian F yang menunjukkan menunjukkan umur usaha, kualitas produk, dan motivasi

usaha secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Menurut Herawaty dan Yustien (2019) keberhasilan usaha merupakan keberhasilan sebuah usaha dalam mencapai tujuan usahanya. Keberhasilan suatu UKM ditandai dengan peningkatan jumlah penjualan, adanya peningkatan jumlah produksi, adanya peningkatan keuntungan atau laba yang dihasilkan serta usaha yang berjalan mengalami pertumbuhan dan juga perkembangan. Keberhasilan usaha tidak lepas dari faktor pendukungnya, apabila pelaku usaha memiliki umur usaha yang cukup lama, memiliki kualitas produk yang baik, dan memiliki motivasi usaha yang tinggi, maka keberhasilan usaha akan mudah dicapai. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Prihatminingtyas (2019) yang menyimpulkan bahwa semakin lama usaha tersebut berdiri, maka semakin banyak wawasan untuk mengembangkan produk yang dihasilkan, dan semakin lama usaha itu berdiri juga pelaku usaha bisa mengevaluasi produk yang akan dihasilkan. Suarmawan (2015) menyatakan kualitas produk dan motivasi usaha menjadi hal terpenting yang harus diperhatikan dalam menjalankan usaha, yang mana akan berdampak pada keberlanjutan usaha kedepannya.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan pengaruh umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha baik secara simultan dan parsial. Maksudnya pelaku usaha yang memiliki umur usaha yang cukup lama maka pelaku usaha tersebut memiliki potensi untuk lebih berpengalaman dibidang usahanya, dan juga menjadi perbaikan serta evaluasi usaha yang dijalankan untuk kedepannya. Apabila kualitas produk yang dihasilkan tinggi, maka konsumen atau pelanggan akan merasa puas dengan produk tersebut, dan akan membeli ulang produk yang dihasilkan pelaku usaha tersebut, sehingga mempengaruhi keberhasilan usaha. Motivasi usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha akan memberikan dorongan yang positif dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha akan siap untuk memulai dari awal hingga akhir selesai produk tersebut dengan berbagai risiko yang ada. Apabila pelaku usaha berhasil dalam menjalankan usaha yang dimulainya, maka semangat untuk mengembangkan usaha tersebut itu juga semakin meningkat. Besarnya kontribusi variabel umur usaha, kualitas produk, dan motivasi usaha secara simultan terhadap keberhasilan usaha sebesar 61%, sedangkan 39% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini seperti kompetensi dan efikasi diri, modal dan volume produksi, inovasi dan berani mengambil risiko.

Rekomendasi yang diharapkan dari penelitian ini yakni bagi pelaku usaha diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan hasil produk yang dihasilkan dengan memperhatikan kualitas produk yang dimiliki. Selain itu juga membangkitkan motivasi yang dimiliki agar usaha yang dijalankan akan berjalan dengan lancar serta berkembang. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel dalam penelitian ini, variabel yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha seperti kompetensi dan efikasi diri, modal dan volume produksi, inovasi dan berani mengambil risiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, Prihatminingtyas. (2019). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Landungsari. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 147–154.
- Cahyani, F. G., dan Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 21–44.
- Delima, A., Ashary, H. M., & Usman, O. (2019). *Influence of Service Quality, Product Quality, Price, Brand Image, and Promotion to Consumer Satisfaction Affecting on Consumer Loyalty (Online Shop)*. *Journal Economics*, 1–15.
- Ernawaty, D. (2019). Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17–32.

- Fernanda, R. 2016. Pengaruh Kompensasi, Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada UMKM Di Desa Wisata Bobung Gunungkidul Yogyakarta. *J. Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen.*, 81–95.
- Gemina, D., Silaningsih, E., dan Yuningsih, E. (2016). Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 297–323.
- Herawaty, N., & Yustien, R. (2019). Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil (Survei Pada Usaha Rumahan Produksi Pempek di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 63-76.
- Indrawati, H. (2015). *Financing Models for Sago Cake Makers in Supporting the Acceleration of Family Economic Improvement. Mediterranean Journal of Social Sciences*, 310.
- Indrawati, H., Misoch, S., Pauli, C., Muller, S., & Hannich, F. (2017). *Micro and Small Enterprises (MSEs): What are the Best Indicators of Their performance. In Prosiding The 2nd International Conference on Economic Education and Entrepreneurship*, 309-314.
- Indrawati, H., Caska., & Johan, V.S. (2019). *Business Feasibility Analysis of Crispy Mushrooms from Oil Palm Bunches. In Proceedings of the UR International Conference on Educational Sciences*, 216-226.
- Indrawati, H. (2019). *How to maintain sustainability of micro and small enterprises of crispy oil palm mushroom: a case study in Riau Province. Journal of Science and Technology Policy Management*, 431-456.
- Indrawati, H., Caska., & Suarman. (2020). *Barriers to technological Innovations of SME: how to solve them?". International Journal of Innovation Science*, 545 – 564.
- Indrawati, H. (2022, July). *Creating Competitive Advantage in the Riau Crispy Palm Oil Mushroom SMEs. In ICON 2021: Proceedings of the 1st International Conference on Economic and Education, ICON 2021, 14-15 December 2021, Padang-West Sumatra, Indonesia (p. 296). European Alliance for Innovation.*
- Indrawati, H., Caska, C., Setiaries, V., & Gimin, G. (2022). *The Empowerment the producers of crispy oil palm mushrooms through a training on processing the home-based industry of food production permit and digital bookkeeping. Riau Journal of Empowerment*, 137-147.
- Juliandini, A., Syahza, A., & Indrawati, H. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Kue Kering pada UKM Berkah Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM)* , 1-12.
- Wahyuni, D., Caska, C., & Indrawati, H. (2019). *Analysis of Education Levels of Business Owners and Factors Affecting Business Success in Sago-Based UMKM in Kepulauan Meranti Regency. Journal of Educational Sciences*, 216-226.
- Wibowo, Alex dan Kurniawati, E. P. (2015). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Studi pada Sentra Dodol di Kec. Tanjung Pura). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 107–126.
- Wicaksono, K. S. H., Herawati, N. T., dan Ni Luh G. E. S. 2016. Pengaruh Skala Usaha, Umur Usaha, Pengetahuan dan Akuntansi terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kecamatan Buleleng Dengan Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Journal Akuntansi*, 21-36.
- Wirawan, I. Komang Adi, Ketut Sudibia, dan I. B. (2015). Pengaruh Bantuan Dana Bergulir, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran, dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan Pelaku UKM Sektor Industri di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 01–21.

PENGARUH MOTIVASI EKONOMI DAN PERSEPSI MENGIKUTI BREVET PAJAK A DAN B TERHADAP KEPUTUSAN PILIHAN BERKARIR DI BIDANG PERPAJAKAN (Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Alumni Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani Angkatan Tahun 2017-2022)

Ayu Amelia Yulianti¹⁾, Usman Sastradipraja²⁾

¹⁾Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi

²⁾Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi

ayuyulianti815@gmail.com , usman.sastradipraja@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of economic motivation and perceptions of following tax brevets A and B on career choice decisions in the field of taxation among students and alumni of the FEB UNJANI Accounting Study Program class of 2017-2022. This study amounted to 1,283 population with a sample of 93 people. The research data is based on primary data with simple random sampling technique and uses multiple linear regression tests. The results showed that partially the economic motivation variable had a positive effect on the decision to choose a career in the field of taxation, while the variable perception of following tax certificates A and B had no effect on the decision to choose a career in the field of taxation. However, simultaneously economic motivation and perceptions of following tax brevet A and B have a positive effect on career choice decisions in the field of taxation. Keywords: Economic motivation, perceptions of following tax brevet A and B, career choice decisions in taxation

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi ekonomi dan persepsi mengikuti brevet pajak A dan B terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan pada mahasiswa dan alumni Prodi Akuntansi FEB UNJANI angkatan tahun 2017-2022. Penelitian ini berjumlah 1.283 populasi dengan sampel berjumlah 93 orang. Data penelitian berasal dari sumber data primer dengan teknik *simple random sampling* dan menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel motivasi ekonomi berpengaruh positif terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan sedangkan variabel persepsi mengikuti brevet pajak A dan B tidak berpengaruh terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan. Namun secara simultan motivasi ekonomi dan persepsi mengikuti brevet pajak A dan B berpengaruh positif terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan.

Kata Kunci: Motivasi Ekonomi, persepsi mengikuti brevet pajak A dan B, keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan

PENDAHULUAN

Penerimaan negara berasal dari beberapa jenis sumber pendapatan terdiri dari pajak, bukan pajak, dan hibah. Dari sekian banyak pendapatan negara Indonesia bersumber dari pajak kemudian dihimpun oleh pemerintah yang berfungsi sebagai sumber dana negara dan pendukung persediaan kas yang dipergunakan untuk pembangunan pada suatu negara.

Menkeu Sri Mulyani Indrawati menjelaskan per 31 Agustus 2022 menembus angka di Rp 1.764,4 triliun termasuk:

- pajak Rp 1.171,8 triliun
- bea dan cukai Rp 206,2 triliun
- PNBPNP Rp 386 Triliun.

Pendapatan pajak telah mencapai 78,9% dari target Rp. 1.485 triliun. Sehingga tumbuh di angka 58,1% yaitu sebesar 1.171 triliun Penerimaan pajak tersebut dipengaruhi kebijakan yang telah dilakukan oleh menteri keuangan (Kemenkeu.go.id, 2022). Penerimaan pajak pada bulan Agustus 2022 telah mencapai target dengan begitu negara

Indonesia menginginkan target penerimaan pajak dapat tercapai kembali di Tahun 2023. Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat RI telah menyetujui penetapan sementara penerimaan pajak sebesar Rp 2.021,2 Triliun di Tahun 2023. Jumlah tertinggi yang pernah tercatat sepanjang sejarah. Kebijakan penerimaan perpajakan tahun 2023 akan terus dilakukan melalui reformasi perpajakan, demikian keterangan tertulis dari Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan guna mencapai tujuan tersebut (nasional.kontan.co.id, 2022). Berdasarkan UU HPP NO. 7 Tahun 2021 kebijakan fiskal yang konsolidatif tersebut dapat diwujudkan salah satu diantaranya melalui penerapan reformasi perpajakan (Presiden Republik Indonesia, 2021).

Reformasi perpajakan pada dasarnya akan merubah keseluruhan sistem perpajakan secara keseluruhan terdiri dari penataan administrasi perpajakan, pembaruan aturan dan pengembangan basis perpajakan. Tujuan dan sasaran pembentukan tim Reformasi KMK-885/KMK.03/2016 secara khusus yaitu perencanaan dan pendampingan guna terlaksananya reformasi perpajakan yang terdiri atas masalah organisasi dan SDM, teknologi informasi basis data dan proses bisnis serta peraturan perundang-undangan. Dibutuhkan nya sumber daya manusia dengan tingkat pemahaman dan kapabilitas tinggi untuk menunjang keberlangsungan reformasi perpajakan. Kebijakan ini tentunya memerlukan SDM dengan pemahaman mumpuni dan mempunyai *skill* di bidang perpajakan.

DJP memiliki tanggung jawab dalam menjamin agar wajib pajak paham atas kewajiban perpajakannya. peran profesi pajak harus selalu dikembangkan secara profesional, Profesi di bidang perpajakan diperlukan dengan tujuan sistem perpajakan di Indonesia agar berfungsi dengan yang diharapkan sehingga penerimaan pajak menjadi optimal. Namun, jumlah pegawai (DJP) Kementerian Keuangan (Kemenkeu) menurun selama dua Tahun terakhir. Tenaga kerja terus berkurang sekitar 595 orang. Pada tahun 2020, tercatat ada sebanyak 45.910 pegawai pajak. Kemudian menurun menjadi 45.652 pada Tahun 2021 dan sisanya 45.315 pada Tahun 2022. Penyebab utama berkurangnya tenaga kerja ini diakibatkan sudah waktunya para tenaga kerja pensiun dan bahkan ada yang sudah meninggal dunia (Yanwardhana, 2022).

Kementerian Keuangan mengatakan kurangnya jumlah petugas pajak merupakan salah satu pemicu utama tidak tercapainya target penerimaan pajak. Jumlah petugas semestinya sebanyak 50.000 hingga 60.000 petugas. Dibandingkan seperti negara maju Jerman dan Jepang telah memiliki 50.000 lebih petugas pajak dengan begitu akan membuat penerimaan pajak di negara-negara tersebut mencapai target dalam (Nelafan & Sulistiyanti, 2022).

Adanya penurunan tenaga kerja perpajakan di DJP tentunya harus diisi kembali oleh tenaga kerja yang baru agar jumlah tenaga kerja perpajakan di Indonesia menjadi ideal yang semestinya mencapai 50.000-60.000. Minimnya jumlah petugas pajak tersebut terbukti bahwa tidak sedikit mahasiswa dan alumni Akuntansi yang jarang sekali berminat dan memutuskan berkarir menjadi tenaga perpajakan sehingga ketika lulus nanti tidak memutuskan menjadi tenaga kerja di bidang perpajakan apapun itu jenis nya. Seperti halnya yang terjadi, mahasiswa dan alumni Akuntansi Universitas Jenderal Achmad Yani yang minat dan berkarir di bidang perpajakan relatif sedikit.

Tabel 1. Data mahasiswa dan alumni Akuntansi Universitas Jenderal Achmad Yani

Spesialisasi Pekerjaan	Tahun					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
DJP	0	0	10	3	13	21
Konsultan Pajak	1	1	6	1	5	12
<i>Tax Specialist</i>	8	3	5	2	2	2
Total	9	4	21	6	20	35

Sumber: Ka. Urusan Kemahasiswaan Prodi Akuntansi FEB UNJANI (Data Diolah)

Berdasarkan tabel diatas dari Angkatan tahun 2017-2022 menunjukkan jumlah yang sedikit. Maka perlu diketahui apa saja variabel yang membuat seseorang bisa mengambil

keputusan untuk menekuni karir di bidang perpajakan. Adapun faktor- faktor penelitian ini adalah motivasi ekonomi dan persepsi mengikuti brevet pajak A dan B.

Sesari Adyagarini dkk mengatakan lulusan program studi Akuntansi memiliki andil karir signifikan di dunia perpajakan. Ada beberapa pilihan karir yang terkait dengan bidang perpajakan terdiri dari pegawai Ditjen Pajak, *tax specialis*, dan salah satunya adalah konsultan pajak dalam (Yulianti dkk:2022). Peluang bagi para lulusan Akuntansi untuk bekerja di bidang perpajakan masih terbuka lebar. Pasalnya, jumlah profesional perpajakan Indonesia yang saat ini bekerja sebagai praktisi, akademisi, konsultan, pengamat dan peneliti masih relatif sedikit. konsultan pajak di Indonesia tahun 2022 sebanyak 6.307 (konsultan.pajak.go.id, 2022) dan terutama di kota Cimahi sendiri hanya ada 4 konsultan pajak (google.com, 2022) sementara Jepang ada 78.795 konsultan pajak di Jepang pada tahun 2021, lalu Italia mempekerjakan hingga 116.000 konsultan pajak (news.ddtc.co.id, 2021). Hal ini tentu tidak sebanding antara banyaknya konsultan pajak di Indonesia dengan banyaknya wajib pajak atau perusahaan.

Selain Direktorat Jenderal Pajak dan Konsultan Pajak tentunya perusahaan membutuhkan akuntan yang paham perhitungan pajak dan memiliki sertifikasi profesi perpajakan. Melihat peluang yang ada, tentunya calon Akuntan Pajak harus memenuhi kriteria untuk mendapatkan pekerjaan yang kompeten dan profesional ketika memutuskan karir di bidang perpajakan, serta telah mempunyai sertifikat brevet pajak A, B dan C.

Keputusan akan tenaga kerja dalam memilih berkarir di bidang perpajakan dipengaruhi Salah satu faktor diantaranya motivasi ekonomi. Menurut Widyastuti dkk dalam Ambarwanti & Ardini (2019, hlm. 825) motivasi ekonomi memiliki definisi keinginan yang dimiliki seseorang meningkatkan kemampuannya dengan tujuan mencapai penghargaan finansial. PP “Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2015 mengenai tunjangan kinerja pegawai di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak”. Besaran tunjangan peringkat jabatan 4 sampai 27 dengan jabatan pelaksana sampai pejabat struktural (eselon I) memiliki tunjangan kinerja sebesar Rp 5.361.800 sampai dengan Rp 117.375.000. Apabila dilihat dari besaran tunjangan yang diberikan kepada pegawai di lingkungan DJP dengan demikian ini akan mendorong seseorang memutuskan berkarir di bidang perpajakan kemudian akan meningkatkan kemampuan ekonomi (Direktorat & Pajak, 2015). Semakin tinggi motivasi ekonomi maka kemungkinan memutuskan memilih berkarir dibidang perpajakan akan tinggi.

Persepsi Brevet Pajak merupakan kegiatan dalam proses penyelenggaraan, evaluasi dan penafsiran brevet Pajak berdasarkan informasi yang diperoleh. Apabila seseorang mempunyai persepsi yang baik terhadap brevet pajak maka dapat terbentuknya suatu minat menjadi tenaga kerja di bidang perpajakan. Berdasarkan “peraturan Menteri keuangan 229/PMK.03/2014 pada pasal 5 ayat (2)” jika seseorang mempunyai sertifikat brevet pajak yang dikeluarkan dari lembaga pendidikan pelatihan brevet pajak maka dianggap telah menguasai ketentuan peraturan UU perpajakan dan berhak mewakili wajib pajak sebagai kuasa pajak (jdih.kemenkeu.go.id, 2014).

Pada kenyataannya keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan tidak selalu diikuti dengan tingginya motivasi ekonomi dan persepsi mengikuti brevet pajak. Hal ini menandakan adanya perbedaan hasil yang didapat Lilis Ardini dan Yuniar mbarwanti (2019) menyatakan motivasi ekonomi ekonomi berpengaruh positif disebabkan sudut pandang seseorang apabila menginginkan penghasilannya meningkat tentunya harus berkarir di bidang perpajakan dan telah memiliki sertifikat pajak. Kemudian hasil penelitian Leonitha Priskila dan Paskah Ika Nugroho (2018) menunjukkan bahwa variabel motivasi ekonomi secara keseluruhan dalam pengujian kelas brevet dan kelas non brevet tidak adanya pengaruh yang berarti terhadap variabel minat profesi di bidang perpajakan. Variabel persepsi brevet pajak kelas brevet menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh terhadap minat berprofesi di bidang perpajakan sedangkan kelas non brevet menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh terhadap minat berprofesi di bidang perpajakan Priskila & Nugroho. (2018). Berdasarkan uraian sebelumnya, penelitian dilaksanakan dengan tujuan: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis motivasi ekonomi pada mahasiswa

dan alumni program studi akuntansi FEB Unjani angkatan tahun 2017-2022. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis persepsi mengikuti brevet pajak A dan B pada mahasiswa dan alumni program studi akuntansi FEB Unjani angkatan tahun 2017-2022. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan pada mahasiswa dan alumni program studi akuntansi FEB Unjani angkatan tahun 2017-2022. (4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi ekonomi dan persepsi mengikuti brevet pajak A dan B secara parsial dan simultan terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan pada mahasiswa dan alumni program studi akuntansi FEB Unjani angkatan tahun 2017-2022.

LANDASAN TEORI

Teori Pilihan Karir (*Theory of Career Choice*)

Berdasarkan *Theory Of Career Choice* oleh John L. Holland menganggap bahwa seseorang memiliki karakteristik unik yang berdasarkan minat dan kepribadiannya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seseorang akan berusaha mewujudkan cita-citanya jika mempunyai minat berkarir atau keinginan terhadap suatu profesi di bidang perpajakan. Begitu halnya dengan mahasiswa akan memutuskan terjun ke dunia pajak Ketika mahasiswa dan alumni Prodi Akuntansi FEB UNJANI tersebut berminat untuk berkarir di bidang perpajakan.

Theory Of Career Choice menurut John L. Holland dalam Amalianita & Putri (2019) adalah sebagai berikut: "Pada teori Holland yang dikembangkan oleh John L. Holland menjelaskan bahwa suatu pilihan karir atau jabatan merupakan hasil dari interaksi antara faktor genetik dan pengaruh lingkungan". *Theory Of Career Choice* menekankan tipe kepribadian sebagai faktor penting ketika menentukan jenis lingkungan kerja. Holland mengategorikan lingkungan kerja dan tipe kepribadian ke dalam enam tipe. Adapun tipe tersebut adalah "Realistis, investigatif, artistik, sosial giat, dan konvensional". berdasarkan dari ke enam tipe tersebut. Teori ini memprediksikan bahwa "semakin tinggi derajat kesesuaian antara karakteristik individu dan pekerjaan maka semakin baik potensi untuk hasil positif terkait karir, termasuk kepuasan, kegigihan, dan prestasi".

Teori Penetapan Tujuan (*Goal Setting Theory*)

Memastikan tujuan atau sasaran sangat penting untuk mencapai kesuksesan. Menurut teori penetapan tujuan, tujuan ini harus spesifik, terukur, terikat waktu dan memiliki motivasi dalam meraihnya Miner (2005) dalam Wardah dkk. (2020). Teori penetapan tujuan Menurut Edwin Locke dalam Aulia (2020, hlm. 63) adalah "terdapat keterkaitan antara tujuan dan kinerja tugas seseorang. *Goal-Setting Theory* memiliki gagasan bahwa kebanyakan perilaku manusia merupakan hasil dari tujuan yang secara sadar dipilih oleh seseorang".

Berdasarkan penjelasan tersebut menurut teori penetapan tujuan artinya, kuat atau lemahnya perbuatan seseorang ditetapkan oleh sasaran yang akan dicapai yaitu sasaran yang bermanfaat dan mudah dipahami akan memotivasi seseorang untuk bekerja lebih giat untuk mencapainya. Dibandingkan dengan sasaran yang sulit untuk dipahami menjadi penyebab individu kurang berusaha.

Sasaran yang menantang untuk dipahami akan memotivasi orang untuk bekerja lebih giat lagi. Tujuan yang menantang untuk dicapai dengan demikian sering dimasukkan dalam *output* dengan tingkat yang telah ditentukan untuk dipenuhi.

Motivasi Ekonomi

Istilah motivasi dalam bukunya Niar dkk (2022, hlm. 201) yang berjudul Dasar-Dasar Manajemen motivasi berasal dari istilah latin "*movere*" yang berarti "menggerakkan". motivasi (*motivation*) adalah mekanisme psikologis yang merangsang, membimbing, dan mempertahankan perilaku sukarela yang berorientasi pada tujuan. Menurut Widyastuti dkk dalam Ambarwanti & Ardini (2019, hlm. 825) motivasi ekonomi memiliki definisi dorongan dari dalam diri individu untuk mengembangkan kemampuannya dengan maksud memperoleh penghargaan finansial.

Persepsi Mengikuti Brevet Pajak A dan B

Persepsi adalah sikap seseorang terhadap sesuatu membentuk persepsi mereka yang mencakup pandangan positif dan negatif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI (2022) persepsi adalah proses dimana seseorang belajar tentang banyak hal dengan menggunakan panca inderanya. Berdasarkan definisi tersebut maka persepsi mengikuti brevet pajak A dan B adalah suatu pandangan Berdasarkan pengetahuan atau pengalaman yang telah dikumpulkan, seseorang memberikan penilaian atau pendapat yang baik atau negatif terhadap semua hal yang berkaitan dengan brevet pajak.

Keputusan Pilihan Berkarir di Bidang Perpajakan

Pengertian karir menurut Kamus Besar Bahasa KBBI (2022) adalah pertumbuhan dan kemajuan dalam kehidupan seseorang, karir, status dll. Beberapa pilihan karir dibidang perpajakan menurut taxacademy.id (2022) yaitu Pegawai ditjen pajak (DJP), Konsultan Pajak, *Tax Planner* di kantor Akuntan Publik (KAP), *Tax Advisor* Konsultan Pajak, *Tax Man* di perusahaan dan *Tax Specialist* (Akuntan Pajak di perusahaan) sehingga calon pegawai pajak memiliki pilihan karir di bidang perpajakan yang sangat luas dan terbuka.

HIPOTESIS

1. H₁: Motivasi Ekonomi berpengaruh positif terhadap keputusan pilihan berkarir dibidang perpajakan.
2. H₂: Persepsi Mengikuti brevet pajak A dan B berpengaruh positif terhadap keputusan pilihan berkarir dibidang perpajakan.
3. H₃: Motivasi Ekonomi dan Persepsi mengikuti brevet pajak A dan B berpengaruh terhadap keputusan pilihan berkarir dibidang perpajakan.

METODOLOGI

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari mahasiswa Aktif dan Alumni yang terdaftar pada Prodi Akuntansi FEB UNJANI Angkatan tahun 2017-2022 Penelitian ini berjumlah 1.283 populasi dengan sampel berjumlah 93 orang dengan menggunakan *simple random sampling*.

Definisi Operasional Variabel

Variabel pada penelitian ini terdiri variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang akan memengaruhi penyebab berubahnya variabel dependen. Sedangkan variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang akan diberi pengaruh dengan adanya variabel independen. Penelitian ini terdiri dari dua variabel independent yaitu Motivasi Ekonomi (X₁) dan Persepsi Mengikuti brevet pajak A dan B (X₂) serta satu variabel dependen yaitu keputusan pilihan berkarir dibidang perpajakan (Y).

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator
Motivasi Ekonomi (X ₁)	Menurut Kusumastuti dan Waluyo (2013) dalam Priskila & Nugroho (2018, hlm. 36) menyatakan bahwa motivasi ekonomi adalah suatu dorongan yang timbul untuk meningkatkan kemampuan ekonomi dan finansialnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaji awal tinggi 2. Potensi kenaikan gaji 3. Mendapatkan bonus yang objektif 4. Jaminan di masa depan (dana pensiun) 5. Harapan untuk memperoleh asuransi kesehatan
Persepsi Mengikuti Brevet Pajak A dan B (X ₂)	Persepsi merupakan Tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu serta proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. (Nelafan & Sulistiyanti:2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses brevet pajak membantu untuk berkarir dibidang perpajakan 2. Pendidikan brevet membantu meningkatkan kemampuan interpersonal 3. Pendidikan brevet pajak membantu meningkatkan kemampuan analitis,

Variabel	Konsep	Indikator
Keputusan Pilihan Berkarir di bidang Perpajakan (Y)	(UU HPP) No. 7 Tahun 2021 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pajak adalah kontribusi wajib bagi negara dan dipaksakan oleh undang-undang terhadap orang atau suatu badan, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Adapun menurut Taslim, (2007) dalam Wardah dkk. (2020) beberapa jenis profesi dalam bidang perpajakan yaitu DJP, Konsultan pajak dan <i>Tax Specialist</i> .	pengambilan keputusan dan <i>problem solving</i>
		4. Pendidikan brevet pajak memberikan nilai tambah untuk mempermudah mendapat pekerjaan dalam bidang perpajakan
		1. Pegawai DJP 2. Konsultan Pajak 3. <i>Tax Specialist (Professional Tax)</i>

Sumber: data diolah

Sumber Data dan Teknik Analisis Data

Data penelitian ini didasarkan pada data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran angket pada mahasiswa aktif dan alumni Prodi Akuntansi FEB UNJANI 2017-2022. Selain melakukan penyebaran kuesioner juga dilakukan melalui telaah kepustakaan surat kabar, buku, artikel, dll guna memperkuat hasil penelitian pada kali ini. Data kuesioner yang didapat akan diubah ke dalam bentuk skala interval berurutan menggunakan *Method of Successive Interval (MSI)* kemudian diolah dengan alat bantu statistik. Sugiyono (2022, hlm. 149) "Statistik parametrik digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji ukuran populasi melalui data sampel". Dilakukan uji keabsahan data kemudian uji asumsi klasik kemudian dilanjutkan dengan menguji hipotesis dengan uji (t) dan uji (f).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Keabsahan Data

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel (X1), (X2) dan (Y)

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Item X1.1	0,683	0,203	Valid
Item X1.2	0,702	0,203	Valid
Item X1.3	0,500	0,203	Valid
Item X1.4	0,746	0,203	Valid
Item X1.5	0,488	0,203	Valid
Item X1.6	0,771	0,203	Valid
Item X1.7	0,701	0,203	Valid
Item X1.8	0,708	0,203	Valid
Item X1.9	0,677	0,203	Valid
Item X2.1	0,756	0,203	Valid
Item X2.2	0,631	0,203	Valid
Item X2.3	0,710	0,203	Valid
Item X2.4	0,532	0,203	Valid
Item X2.5	0,578	0,203	Valid
Item X2.6	0,671	0,203	Valid
Item Y1	0,774	0,203	Valid
Item Y2	0,893	0,203	Valid
Item Y3	0,748	0,203	Valid

Sumber: Kuesioner diolah, 2023

Dapat dilihat hasil setiap item pertanyaan mendapatkan nilai koefisien korelasi dalam variabel r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu = 0,203 maka kesimpulannya bahwa seluruh pertanyaan yang ada pada kuesioner variabel X1, variabel X2 dan variabel Y valid atau telah memenuhi syarat dan dapat diikutsertakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel

Variable	Cronbach's alpha	R table	Reliabilitas
X1	0,833	0.60	Reliable
X2	0,684	0.60	Reliable
Y	0,731	0.60	Reliable

Sumber: Kuesioner diolah, 2023

Dapat dilihat pada tabel 4 diatas mendapatkan hasil seluruh variabel motivasi ekonomi (X1), persepsi mengikuti brevet pajak A dan B (X2), dan keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan (Y) reliabel atau dapat dipercaya karena nilai *Cronbach Alpha* variabel (X1), (X2) dan (Y) > 0,60.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,02999722
Most Extreme Differences	Absolute	0,075
	Positive	0,075
	Negative	-0,054
Test Statistic		0,075
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.		

Sumber: Output olah data menggunakan SPSS 26,2023

Berdasarkan pada tabel 5 tersebut, uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* didapatkan hasil 0,200 nilai Asymp.Sig lebih besar dari 0,05 sehingga residual menyebar normal. Maka dapat disimpulkan pernyataan normalitas model regresi telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

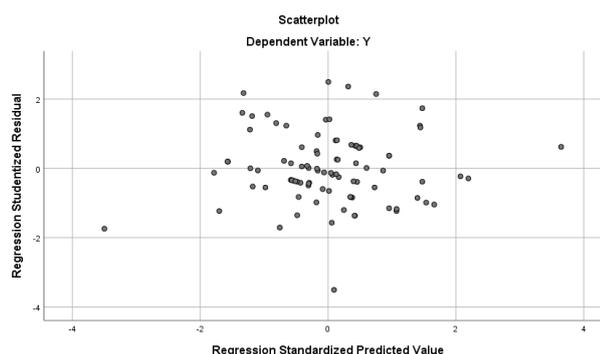
Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 X1	.869	1.151
X2	.869	1.151

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output olah data menggunakan SPSS 26,2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas tersebut didapatkan hasil VIF untuk variabel X1 dan X2 sebesar 1.151. Nilai *tolerance* untuk variabel X1 dan X2 sebesar 0,869 artinya yaitu nilai VIF dari kedua variabel bebas tersebut menunjukkan angka kurang dari 10, untuk nilai *tolerance* variabel-variabel tersebut menunjukkan angka melebihi dari 0,1. Maka dapat diambil kesimpulan kedua variabel bebas tersebut tidak ada masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Scatter Plot

Sumber: Output olah data menggunakan SPSS 26,2023

Dapat dilihat hasil menampilkan grafik *scatterplot* dengan titik-titik didistribusikan secara acak dan tersebar di atas angka 0 dan juga di bawah angka 0 pada sumbu Y, hasil pengujian model regresi tidak memiliki heteroskedastisitas. Maka dapat dipastikan model regresi layak dipakai.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 7. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.469 ^a	0,220	0,203	2,05243	1,849

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Output olah data menggunakan SPSS 26,2023

Nilai dl dan du di cari berdasarkan tabel distribusi Durbin-Watson dengan (K:N)= (2:93) dengan nilai dl= 1,6188 dan du= 1,7066, kemudian nilai Durbin-Watson (d) adalah 1,849. Maka didapat hasil bahwa $du < d < 4-du$ yaitu $du (1,7066) < d (1,849) < 4-du (2,2934)$. Berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji Durbin-Watson jika nilai $du < d < 4-du$ maka dapat disimpulkan bebas dari gejala autokorelasi positif atau negatif dengan keputusan tidak ditolak.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,659	1,713		1,552	.124
1 X1	.208	.048	.429	4,301	.000
X2	.078	.087	.089	.894	.373

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output olah data menggunakan SPSS 26,2023

Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka diperoleh rumus persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = 2,659 + 0,208 X1 + 0,078 X2$$

1. Didapatkan persamaan dengan nilai konstanta 2,659. Menunjukkan bahwa apabila motivasi ekonomi dan persepsi mengikuti brevet A dan B nilainya 0 maka keputusan pilihan karir nilainya 2,659.
2. Nilai koefisien variabel motivasi ekonomi adalah 0,208 dengan arah positif. Menunjukkan bahwa apabila motivasi ekonomi naik 1% sehingga keputusan pilihan karir akan menjadi

naik 0,208 dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif dapat diartikan adanya hubungan positif motivasi ekonomi terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan. Semakin tinggi motivasi ekonomi maka semakin tinggi keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan.

3. Nilai koefisien persepsi mengikuti brevet pajak A dan B adalah 0,078 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Koefisien bernilai positif dapat diartikan adanya hubungan positif persepsi mengikuti brevet pajak A dan B terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan. Semakin tinggi persepsi mengikuti brevet pajak A dan B maka semakin tinggi pula keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan.

Hasil Uji Korelasi

Tabel 9. Hasil Uji Korelasi

		Correlations		
		X1	X2	Y
X1	Pearson Correlation	1	.362**	.462**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000
	N	93	93	93
X2	Pearson Correlation	.362**	1	.245*
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,018
	N	93	93	93
Y	Pearson Correlation	.462**	.245*	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,018	
	N	93	93	93

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Output olah data menggunakan SPSS 26,2023

Uji korelasi setelah dilakukan interpretasi mendapatkan hasil bahwa tingkat korelasi untuk variabel motivasi ekonomi didapat 0,462 yang berarti korelasi memiliki keeratan yang sedang, nilai koefisien menunjukkan angka positif artinya setiap kenaikan motivasi ekonomi akan disertai dengan kenaikan keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan. Persepsi mengikuti brevet pajak A dan B sebesar 0,245 artinya korelasi memiliki keeratan yang rendah, nilai koefisien menunjukkan angka positif artinya setiap kenaikan Persepsi mengikuti brevet pajak A dan B akan disertai dengan kenaikan keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan

Perolehan Sig. (2-Tailed) motivasi ekonomi $0,000 < 0,05$ dan persepsi mengikuti brevet pajak A dan B $0,018 < 0,05$, sehingga penelitian ini menunjukkan arah signifikan positif.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Output olah data menggunakan SPSS 26,2023

Uji koefisien determinasi (r^2) berguna untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Berdasarkan tabel dan perhitungan tersebut seperti yang dapat diamati, koefisien determinasi sama dengan 22% dapat diartikan bahwa motivasi ekonomi dan persepsi mengikuti brevet pajak A dan B memiliki kontribusi sebesar 22% terhadap keputusan pilihan karir. Sedangkan sisanya 78% (100% dikurangi 22%) dapat dijelaskan oleh factor-faktor selain variabel bebas yang tidak penulis ambil pada penelitian ini.

**Hasil Uji Hipotesis
Uji Parsial (Uji t)**

Tabel 11. Hasil Uji parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.659	1.713			1.552	.124
1 X1	.208	.048	.429		4.301	.000
X2	.078	.087	.089		.894	.373

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output olah data menggunakan SPSS 26,2023

Kegunaan uji statistik t ini yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh suatu variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat yaitu motivasi ekonomi (X1) dan persepsi mengikuti brevet pajak A dan B (X2) terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan (Y). Tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 0,05$ ($dk = n - k - 1 = 93 - 2 - 1 = 90$) didapatkan hasil t tabel 1,98667

Hasil uji hipotesis parsial (uji t) sebagai berikut:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel motivasi ekonomi sebesar 4,301, sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98667 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$. Sehingga H_{o1} ditolak H_{a1} diterima artinya terdapat pengaruh positif variabel motivasi ekonomi terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel persepsi mengikuti brevet pajak A dan B sebesar 0,894 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98667 dan nilai signifikan sebesar 0,373. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan tingkat signifikansi $> 0,05$. Sehingga H_{o2} diterima H_{a2} ditolak artinya tidak terdapat pengaruh positif variabel persepsi mengikuti brevet pajak A dan B terhadap pilihan berkarir di bidang perpajakan.

Uji Simultan (Uji f)

Tabel 12. Hasil Analisis Secara Simultan (Uji f)

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	107.064	2	53.532	12.708	.000 ^b
1 Residual	379.122	90	4.212		
Total	486.186	92			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output olah data SPSS 26,2023

$df1 = k = 2$

$df2 = n - k - 1 = 93 - 2 - 1 = 90$ maka diperoleh f tabel 3,098

Pada tabel 12 menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 12,708 sedangkan nilai f_{tabel} sebesar 3,098 pada tingkat signifikansi 0,000. Nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan demikian terjadi penolakan H_o dan penerimaan H_a , kesimpulannya bahwa motivasi ekonomi dan persepsi mengikuti brevet pajak A dan B berpengaruh positif terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Motivasi Ekonomi berpengaruh positif terhadap keputusan pilihan berkarir dibidang perpajakan.

Nilai t_{hitung} untuk variabel motivasi ekonomi sebesar 4,301, sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98667 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$. Sehingga H_{o1} ditolak H_{a1} diterima dapat diartikan adanya pengaruh positif variabel motivasi ekonomi terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan. Penelitian ini didukung

oleh (Ambarwanti & Ardini, 2019) menunjukkan hasil motivasi ekonomi memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan. Hal tersebut disebabkan jika mahasiswa dan alumni mempunyai sudut pandang dengan memutuskan memilih karir di bidang perpajakan maka akan meningkatkan perekonomian atau meningkatkan kemampuan pribadinya dalam rangka mencapai penghargaan finansialnya. Selain itu didukung dengan penelitian lainnya yaitu Erna Hendrawati (2022) menunjukkan bahwa penghargaan finansial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dan alumni jurusan akuntansi berkarir dibidang perpajakan sehingga dengan ada minat tersebut maka mahasiswa akan memutuskan untuk memilih karir pada bidang perpajakan. Hal ini terdapat hubungan yang bersifat positif artinya, semakin naik motivasi ekonomi maka semakin tinggi keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan dan sebaliknya.

Pengaruh Persepsi Mengikuti brevet pajak A dan B berpengaruh positif terhadap keputusan pilihan berkarir dibidang perpajakan.

Nilai t_{hitung} untuk variabel persepsi mengikuti brevet pajak A dan B sebesar 0,894 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98667 dan nilai signifikan sebesar 0,373. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, dan tingkat signifikansi $> 0,05$. Sehingga H_{02} diterima H_{a2} ditolak maka tidak terdapat pengaruh positif variabel persepsi mengikuti brevet pajak A dan B terhadap keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Leonitha Priskila dan Paskah Ida Nugroho (2018) dengan objek penelitian mahasiswa yang pelatihan brevet pajak dan yang tidak pelatihan brevet pajak. Hasil menyatakan bahwa mahasiswa yang tidak pelatihan brevet pajak memiliki persepsi yang rendah yang membuat minat serta keputusan berkarir di bidang perpajakan juga rendah. Beberapa kompetensi tertentu dalam berkarir di bidang perpajakan antara lain jenjang pendidikan yang sesuai dan harus mengikuti sertifikasi brevet terlebih dahulu. Berdasarkan “peraturan Menteri keuangan RI nomor 229/PMK.03/2014 pada pasal 5 ayat (2) bahwa seorang kuasa yang berhak mewakili wajib pajak dianggap menguasai ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan apabila memiliki sertifikat brevet pajak” (jdih.kemenkeu.go.id,2014). Meskipun gaji di bidang perpajakan besar dengan adanya persyaratan tersebut seseorang akan berfikir bahwa untuk menjadi tenaga kerja di bidang perpajakan sama sulitnya dengan brevet pajak yang membuat keputusan pilihan berkarir di bidang perpajakan juga kecil kesempatannya.

Pengaruh Motivasi Ekonomi dan Persepsi mengikuti brevet pajak A dan B berpengaruh terhadap keputusan pilihan berkarir dibidang perpajakan.

Nilai F hitung 12,708 sedangkan nilai F tabel 3,098 sehingga nilai F hitung $>$ nilai F tabel yaitu $12,708 > 3,098$. Dengan nilai signifikansi model regresi secara simultan yaitu $0,00 < 0,05$. Dapat disimpulkan terjadinya penolakan H_0 dan penerimaan H_a . Dapat diartikan motivasi ekonomi dan persepsi mengikuti brevet pajak A dan B memberikan pengaruh terhadap keputusan pilihan karir di bidang perpajakan. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian Naradiasari & Wahyudi (2022) yang menunjukkan persepsi dan motivasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih berkarir dibidang perpajakan. Selain itu diperkuat lagi oleh Nelafan & Sulistiyanti (2022) yang menunjukkan bahwa penghargaan finansial dan persepsi berpengaruh terhadap pilihan berkarir dibidang perpajakan. Berdasarkan Teori Pilihan Karir (*Theory of Career Choice*) seseorang memiliki karakteristik unik yang berdasarkan minat dan kepribadiannya. Motivasi ekonomi dan persepsi mengikuti brevet pajak A dan B merupakan hasil interaksi antara faktor genetik dan pengaruh dari sekitar.

PENUTUP

Berdasarkan hasil kuesioner, penelitian kepustakaan dan analisis yang dilakukan oleh penulis mengenai “Pengaruh Motivasi Ekonomi dan Persepsi Mengikuti Brevet A dan B terhadap Keputusan Pilihan Berkarir dibidang Perpajakan (Studi Kasus Mahasiswa dan Alumni Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani tahun 2017-2022)”. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Motivasi ekonomi menurut Mahasiswa dan Alumni Prodi Akuntansi FEB UNJANI berdasarkan hasil dari responden, sebagian besar responden mengatakan setuju terkait pertanyaan pada variabel motivasi ekonomi. Didapatkan hasil analisis deskriptif menunjukkan motivasi ekonomi rata-rata menunjukkan kriteria baik.
2. Persepsi Mengikuti Brevet Pajak A dan B menurut Mahasiswa dan Alumni Prodi Akuntansi FEB UNJANI berdasarkan hasil dari responden, kebanyakan responden mengatakan setuju terkait pernyataan yang ada pada variabel Persepsi Mengikuti Brevet Pajak A dan B. Didapatkan hasil analisis deskriptif menunjukkan persepsi Mengikuti Brevet Pajak A dan B rata-rata menunjukkan kriteria baik.
3. Keputusan Pilihan Berkarir di bidang Perpajakan menurut Mahasiswa dan Alumni Prodi Akuntansi FEB UNJANI berdasarkan tanggapan dari responden, mayoritas Keputusan Pilihan Berkarir dibidang Perpajakan rata-rata menunjukkan kriteria baik pada pilihan berkarir menjadi pegawai DJP.
4. Berdasarkan hasil uji statistik yang telah di analisa didapatkan hasil dibawah ini:
 - a. Motivasi Ekonomi secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan Pilihan Berkarir dibidang Perpajakan pada Mahasiswa dan Alumni Prodi Akuntansi FEB UNJANI Tahun 2017 – 2022.
 - b. Persepsi Mengikuti Brevet Pajak A dan B secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pilihan Berkarir dibidang Perpajakan pada Mahasiswa dan Alumni Prodi Akuntansi FEB UNJANI Tahun 2017 – 2022.
 - c. Motivasi Ekonomi dan Persepsi Mengikuti Brevet Pajak A dan B secara Simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pilihan Berkarir dibidang Perpajakan pada Mahasiswa dan Alumni Prodi Akuntansi FEB UNJANI Tahun 2017– 2022.

Saran

Peneliti memiliki beberapa saran guna melengkapi keterbatasan yang ada pada penelitian ini agar dapat menyajikan penelitian yang berkualitas seperti Program Studi Akuntansi yang memiliki akreditasi “Unggul serta mempunyai Uji Komprehensif dan brevet pajak”. Agar penelitian selanjutnya lebih berkualitas di masa yang mendatang yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya agar menambah populasi dan sampel yang akan digunakan bisa pada lembaga pendidikan lain nya yang mengadakan pelatihan brevet pajak, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan mendapatkan gambaran tentang Keputusan Pilihan Berkarir dibidang Perpajakan yang luas.
2. Peneliti selanjutnya agar tidak hanya fokus pada variabel yang terdapat dalam penelitian ini sebaiknya mencoba menggunakan variabel lain yang sekiranya akan lebih mendukung dalam topik penelitian.
3. Peneliti selanjutnya agar tidak hanya menggunakan metode pengumpulan data kuesioner saja akan tetapi bisa dilakukan dengan teknik wawancara.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempersiapkan data responden dari sebelum dan saat penelitian berjalan agar ketika penyebaran kuesioner, peneliti tidak lagi kesulitan untuk menghubungi para responden yang dibutuhkan dalam mendukung penelitian. Sehingga singkatnya waktu penelitian tidak membuat sedikitnya jumlah sampel.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalianita, B., & Putri, Y. E. (2019). Perspektif Holland Theory serta Aplikasinya dalam Bimbingan dan Konseling Karir. In *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* (Vol. 4, Nomor 2). <https://doi.org/10.29210/3003490000>
- Ambarwanti, & Ardini, L. (2019). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berkarier Dalam Bidang Perpajakan (Studi Kasus Mahasiswa S1 Akuntansi). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 8(2), 1–15.
- Aulia. (2020). Goal Theory Vs Reinforcement Theory: In RUH Perspective Theory. *Seminar Nasional Magister Psikologi Universitas Ahmad Dahlan, 2012*, 62–75.
- Direktorat, L., & Pajak, J. (2015). *Perpres 37/2015, Tukin DJP*. 1.

- google.com. (2022). *Konsultan Pajak di Cimahi*. www.google.com.
https://www.google.com/search?tbs=lf:1,lf_ui:14&tbm=lcl&sxsrf=ALiCzsZp0onjx298GtHOePsnwCRaF7KekA:1669895767539&q=konsultan+pajak+di+cimahi&rflfq=1&num=10&sa=X&ved=2ahUKEwjG0aTArtj7AhXd6HMBHURoAtoQjGp6BAgQEAE&cshid=1669895790677778&biw=1366&bih=657&dpr=1#r
- jdih.kemenkeu.go.id. (2014). *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 229/PMK.03/2014*. jdih.kemenkeu.go.id.
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2014/229~PMK.03~2014Per.HTM>
- KBBI. (2022a). *Pengertian Karir*. <https://kbbi.web.id/karier>
- KBBI. (2022b). *Pengertian persepsi*. <https://kbbi.web.id/persepsi>
- konsultan.pajak.go.id. (2022). *Pencarian Konsultan Pajak*. konsultan.pajak.go.id.
<https://konsultan.pajak.go.id/front/carikonsultan>
- nasional.kontan.co.id. (2022). *Begini Upaya Pemerintah Meraih Target Penerimaan Perpajakan Tahun 2023*. <https://nasional.kontan.co.id/news/begini-upaya-pemerintah-meraih-target-penerimaan-perpajakan-tahun-2023>
- Nelafan, W., & Sulistiyanti, U. (2022). *Analisis determinan pilihan berkarir mahasiswa akuntansi di bidang perpajakan*. 4(2014), 134–142.
<https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art18>
- news.ddtc.co.id. (2021). *Perubahan Peraturan Konsultan Pajak Harus Fokus pada Tujuan Strategis*. news.ddtc.co.id. <https://news.ddtc.co.id/perubahan-peraturan-konsultan-pajak-harus-fokus-pada-tujuan-strategis-28133>
- Niar, H., Yuningsih, T., Febrianti, E., Saluy, A. B., Nobelson, Pohan, V. Y., Mardiatmi, A. B. D., Rochhaendi, E., Pramono, S., Sumarsih, Roekminiati, Ali, S., Herawati, A. R., Damajanti, Jufri, M. T., & Handayani, H. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen* (Hartati (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=UnN_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA201&dq=teori+kebutuhan+mc+clelland&ots=CwYIHZitnf&sig=UUqzSIOvRLiX4SMHJAR8G2Gab9M&redir_esc=y#v=onepage&q=teori+kebutuhan+mc+clelland&f=false
- Presiden Republik Indonesia. (2021). *UU HPP RI NO. 7 TAHUN 2021*. 224.
- Priskila, L., & Nugroho, P. I. (2018). Determinan Minat Profesi Di Bidang Perpajakan. *Ultima Accounting*, 10(2), 96–109.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Alfabeta (ed.); Edisi 2). Alfabeta.
- taxacademy.id. (2022). *Peluang Karir Serta Pekerjaan dalam Bidang Perpajakan*. taxacademy.id. <https://taxacademy.id/2022/03/21/peluang-karir-serta-pekerjaan-dalam-bidang-perpajakan/>
- Wardah, S., Wida Mulyati, B. S., & Shinta Eka Kartika. (2020). Minat Mahasiswa Akuntansi Stie Amm Mataram Berprofesi Di Bidang Perpajakan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.29303/jaa.v5i1.81>
- Yanwardhana, E. (2022). *Pegawai Pajak Berkurang 600 Orang, Resign?* www.cnbcindonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220614123615-4-346915/pegawai-pajak-berkurang-600-orang-resign>
- Yulianti, V., Oktaviano, B., & Ristanti, D. (2022). Penghargaan Finansial, Pengakuan Profesional, Pertimbangan Pasar Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Pemilihan Karir Sebagai Konsultan Pajak Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pelita Bangsa. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 7(01), 60–74.
<https://doi.org/10.37366/akubis.v7i01.436>

**ANALISIS KINERJA KEUANGAN
PT.HM.SAMPOERNA DENGAN PT.WISMILAK Tbk
PERIODE 2020-2021**

Franky Widia Putra¹, Sri Hermuningsih²

franky_wp@yahoo.co.id¹, hermun_feust@yahoo.co.id²

Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

ABSTRACT.

This study aims to analyze a comparison of financial performance at PT. HM SAMPOERNA Tbk. with PT. WISMILAK in 2020 and 2021. The research method used in this research is quantitative with manual calculations. The results of the study prove that there are several financial performances that show differences between PT HM SAMPOERNA Tbk. with PT. WISMILAK Tbk.

KEYWORD

Financial Performance, PT.HM.SAMPOERNA Tbk, PT.WISMILAK

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan kinerja keuangan pada PT. HM SAMPOERNA Tbk. dengan PT. WISMILAK pada tahun 2020 dan 2021. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan perhitungan manual. Hasil penelitian membuktikan ada beberapa kinerja keuangan yang menunjukkan perbedaan antara PT HM SAMPOERNA Tbk. dengan PT. WISMILAK Tbk.

KATA KUNCI

Kinerja keuangan, PT.HM.SAMPOERNA Tbk, PT.WISMILAK

PENDAHULUAN.

Dengan ditetapkannya era New Normal dimana masyarakat tetap bisa melakukan aktivitas normal dengan penerapan protocol Kesehatan, maka diharapkan pertumbuhan akan meningkat pesat di tahun 2021 dan berimbas pada kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih baik. setiap badan Usaha atau perusahaan tentunya akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya karena semakin tinggi tingkat profitabilitas badan usaha atau perusahaan, maka kelangsungan hidup badan usaha atau perusahaan tersebut akan lebih terjamin. (S.Hermuningsih, 2012)

Ada beberapa factor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan lain-lain. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan.

Nilai perusahaan itu sangat penting digunakan sebagai acuan oleh para investor untuk melihat seberapa besar nilai yang ada dalam perusahaan tersebut yang nantinya akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi. Rinnaya et al. (2016) menyatakan bahwa meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik juga meningkat. Laporan keuangan yang merupakan hasil dari kegiatan operasi normal perusahaan akan memberikan informasi keuangan yang berguna bagi internal maupun eksternal perusahaan. Oleh karena itu untuk mengetahui kinerja laporan keuangan tersebut kita sangat memerlukan suatu analisis.

Untuk membantu menganalisis agar mengetahui keadaan dan perkembangan keuangan sebuah perusahaan kita bisa menggunakan analisis rasio seperti : rasio likuiditas, rasio manajemen asset, rasio manajemen hutang, rasio provitabilitas, dan rasio pasar. Oleh karena itu, diperlukanlah pemahaman yang matang untuk mengkaji laporan keuangan suatu perusahaan untuk melakukan tindakan ataupun pengambilan sebuah keputusan.

Tinjauan Pustaka

Pada umumnya setiap perusahaan memiliki masing-masing laporan keuangan yang dikelola untuk jangka pendek dan jangka panjang. Fungsi dari laporan keuangan ini sendiri

sebagai bahan untuk mengevaluasi dan menata ulang apa saja yang perlu diperbaiki untuk periode selanjutnya. Laporan keuangan perusahaan adalah sebuah catatan informasi keuangan suatu perusahaan dalam satu periode tertentu yang dapat digunakan untuk menggambarkan situasi kinerja perusahaan tersebut. Sederhananya, laporan keuangan merupakan sebuah dokumen yang sangat penting yang berisi catatan keuangan perusahaan baik transaksi maupun kas.

a. Rasio Likuiditas

Menurut Fahmi (2011:121) menyatakan bahwa rasio likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dengan tepat. Rasio likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar semua kewajiban finansialnya pada saat jatuh tempo (Raghilia et al., 2014). Tingkat rasio likuiditas suatu perusahaan harus dapat menentukan apakah sebuah perusahaan yang bersangkutan sangat membutuhkan dana yang cukup untuk dapat digunakan dengan lancar dalam menjalankan usahanya (Guarto et al., 2022). Likuiditas Menunjukkan perusahaan memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek (Antoro & Hermuningsih, 2018)

Rasio Manajemen Aset Atau Rasio Aktivitas

Menurut Brigham dan Houston (2013) rasio manajemen aset atau rasio aktivitas adalah suatu ukuran untuk melihat seberapa efektif suatu perusahaan dalam mengelola aset, tentu saja dalam rangka untuk meraih manfaat ekonomis, itulah kenapa rasio keuangan ini juga disebut sebagai rasio pemanfaatan. Manajemen aset mengukur efektivitas perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya, semakin efektif manajemen aset hingga batas-batas tertentu, semakin baik perusahaan tersebut (Erawati, 2015).

Rasio Solvabilitas atau Rasio Manajemen Hutang

Berdasarkan Harahap (2008:303) menyatakan bahwa rasio solvabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar sebuah kewajiban jangka panjang atau kewajiban-kewajiban apabila perusahaan dilikuidasi. Rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang, artinya berapa besar beban hutang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya (Anam & Zuardi, 2018).

Rasio Profitabilitas

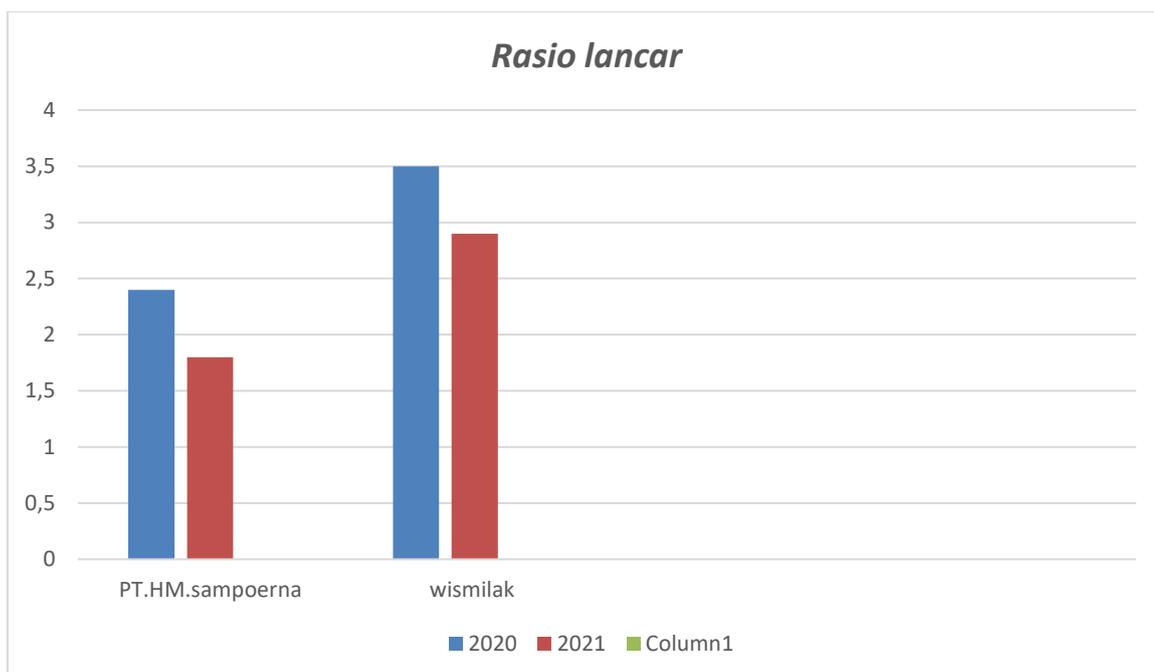
Menurut Azis dkk (2015), Return On Equity (ROE) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba atau keuntungan dari modal sendiri. Peneliti ini menggunakan rasio Return On Equity (ROE) untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. Rasio Return On Equity (ROE) berfungsi untuk mengukur besarnya laba yang mampu dihasilkan dengan menggunakan modal yang dimiliki atau menunjukkan efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba menggunakan sumberdaya modal dari investor.

Rasio Pasar

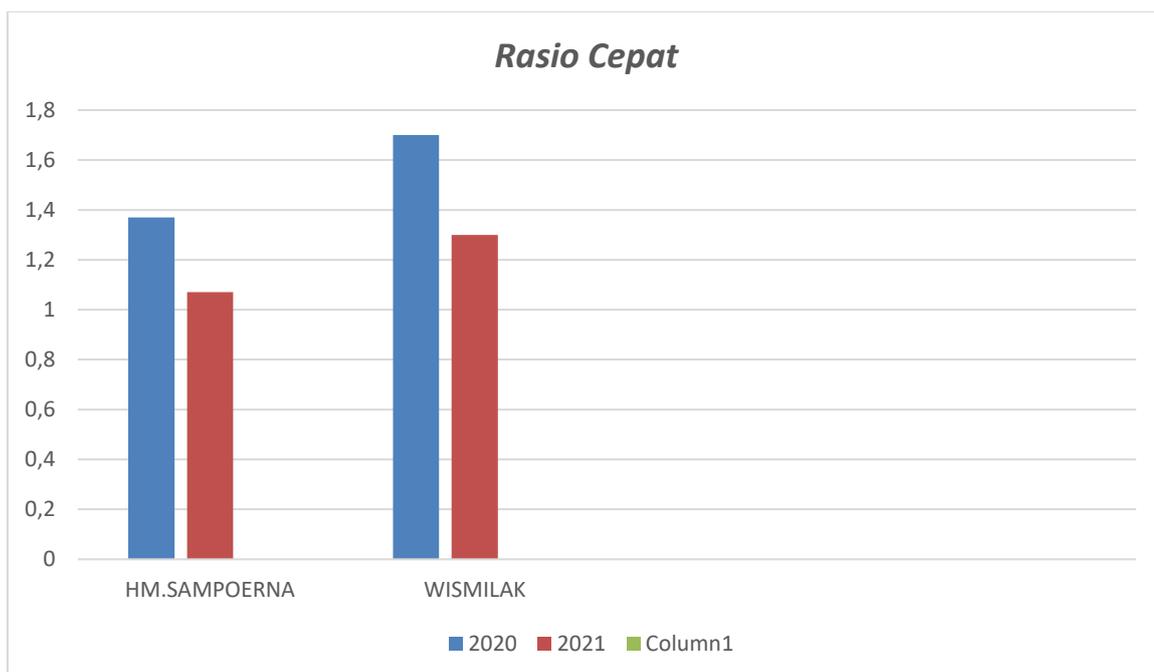
Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2012:91) rasio Pasar atau Rasio Saham merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur saham. Rasio pasar (*Market Ratio*) atau rasio saham adalah rasio yang digunakan untuk mengatur nilai saham, rasio pasar yang berkaitan dengan tingkat pengembalian investasi antara lain *Earning Per Share* (EPS), dan *Price Book Value* (PBV) (Widodo, 2007)

PEMBAHASAN

PT.HM SAMPOERNA Tbk.	PT.WISMILAK Tbk
<p data-bbox="323 331 855 432"><i>Perhitungan Rasio Keuangan Dan Analisis Dari Masing-Masing Rasio Keuangan.</i></p> <p data-bbox="384 434 616 468">Rasio Likuiditas</p> <p data-bbox="395 501 584 535">Rasio Lancar</p> $\frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$ <p data-bbox="336 674 571 741">Hasil perhitungan Tahun 2020</p> $\frac{41,091}{16,743} \times 100\% = 2,4 \%$ <p data-bbox="336 913 496 947">Tahun 2021</p> $\frac{41,323}{21,964} \times 100\% = 1,8 \%$ <p data-bbox="336 1055 842 1249">Hasil Analisis : Dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 Perusahaan mampu melunasi hutang jangka pendeknya dibandingkan pada tahun 2021.</p>	<p data-bbox="927 331 1394 432">Perhitungan Rasio Keuangan dan Analisis dari masing-Masing rasio Keuangan</p> <p data-bbox="927 465 1158 499">Rasio Likuiditas</p> <p data-bbox="938 533 1126 566">Rasio Lancar</p> $\frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$ <p data-bbox="874 705 1109 772">Hasil perhitungan Tahun 2020</p> $\frac{1,288,718}{361,790} \times 100\% = 3,5 \%$ <p data-bbox="874 909 1034 943">Tahun 2021</p> $\frac{1,590,984}{542,580} \times 100\% = 2,9 \%$ <p data-bbox="874 1079 1380 1276">Hasil Analisis : Dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 Perusahaan mampu melunasi hutang jangka pendeknya dibandingkan pada tahun 2021.</p>



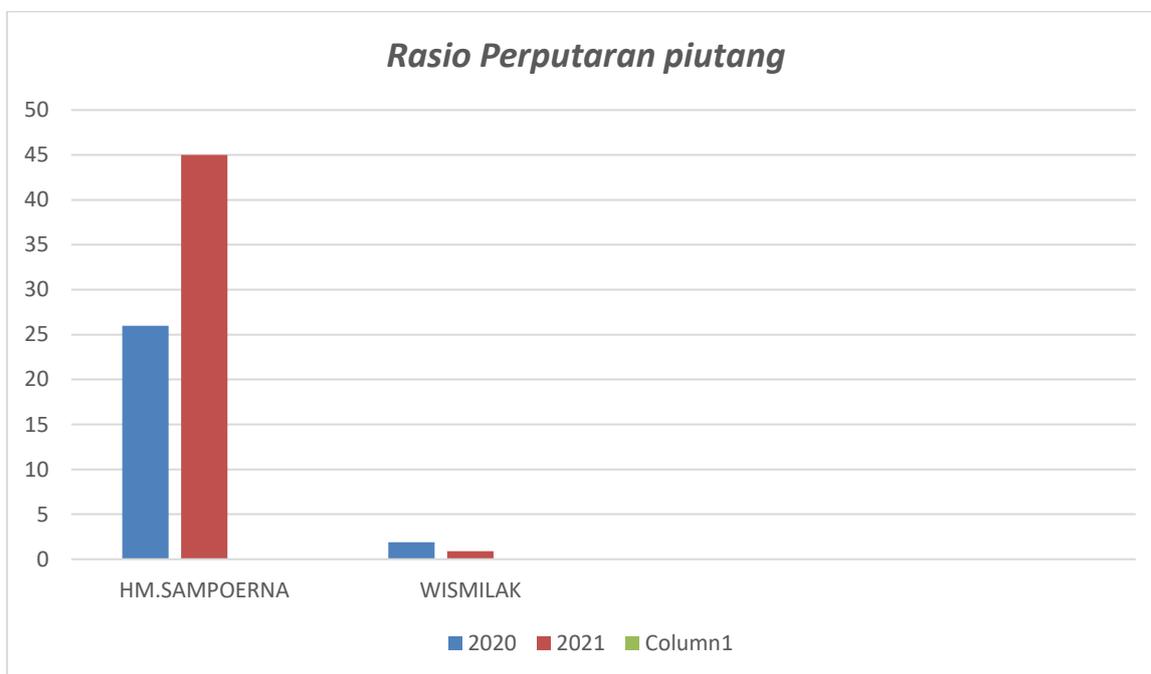
PT.HM.SAMPOERNA	PT.WISMILAK
<p>Rasio Cepat</p> $\frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$ <p style="text-align: center;">Hasil Perhitungan :</p> <p>Tahun 2020</p> $\frac{41,091 - 18,093}{16,743} \times 100\% = 1,37\%$ <p>Tahun 2021</p> $\frac{41,323 - 17,781}{21,964} \times 100\% = 1,07\%$ <p>Hasil Analisis : (Ketentuan: RC Makin Besar, Makin Baik) Dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 Perusahaan mampu melunasi hutang jangka pendeknya dibandingkan pada tahun 2021</p>	<p>Rasio Cepat</p> $\frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$ <p style="text-align: center;">Hasil Perhitungan :</p> <p>Tahun 2020</p> $\frac{1,288,718 - 668,514}{361,790} \times 100\% = 1,7\%$ <p>Tahun 2021</p> $\frac{1,590,984 - 853,563}{542,580} \times 100\% = 1,3\%$ <p>Hasil Analisis : (Ketentuan: RC Makin Besar, Makin Baik) Dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 Perusahaan mampu melunasi hutang jangka pendeknya dibandingkan pada tahun 2021</p>



PT.HM.SAMPOERNA	PT WISMILAK
Rasio Manajemen Aset (Rasio Aktivitas)	Rasio Manajemen Aset (Rasio Aktivitas)
Rasio Perputaran Piutang (A/R TO)	Rasio Perputaran Piutang (A/R TO)
$\frac{Penjualan}{Piutang}$	$\frac{Penjualan}{Piutang}$
Hasil Perhitungan : Tahun 2020	Hasil Perhitungan : Tahun 2020
$\frac{92,425}{3,507} = 26$	$\frac{2,733,691}{1,368,626} = 1,9$
Tahun 2021	Tahun 2021
$\frac{98,874}{2,175} = 45$	$\frac{1,994,066}{2,082,163} = 0,9$
Th.2020	Th.2020
$\frac{365}{26} = 14 \text{ hari}$	$\frac{365}{1,9} = 183 \text{ hari}$
Th .2021	Th .2021
$\frac{365}{45} = 8 \text{ hari}$	$\frac{365}{0,9} = 365 \text{ hari}$
<i>Hasil Analisis :</i>	<i>Hasil Analisis :</i>

*Ketentuan : Semakin cepat, semakin baik
Tahun 2021 lebih baik dari tahun 2020*

*Ketentuan : Semakin cepat, semakin baik
Tahun 2020 lebih baik dari tahun 2021*



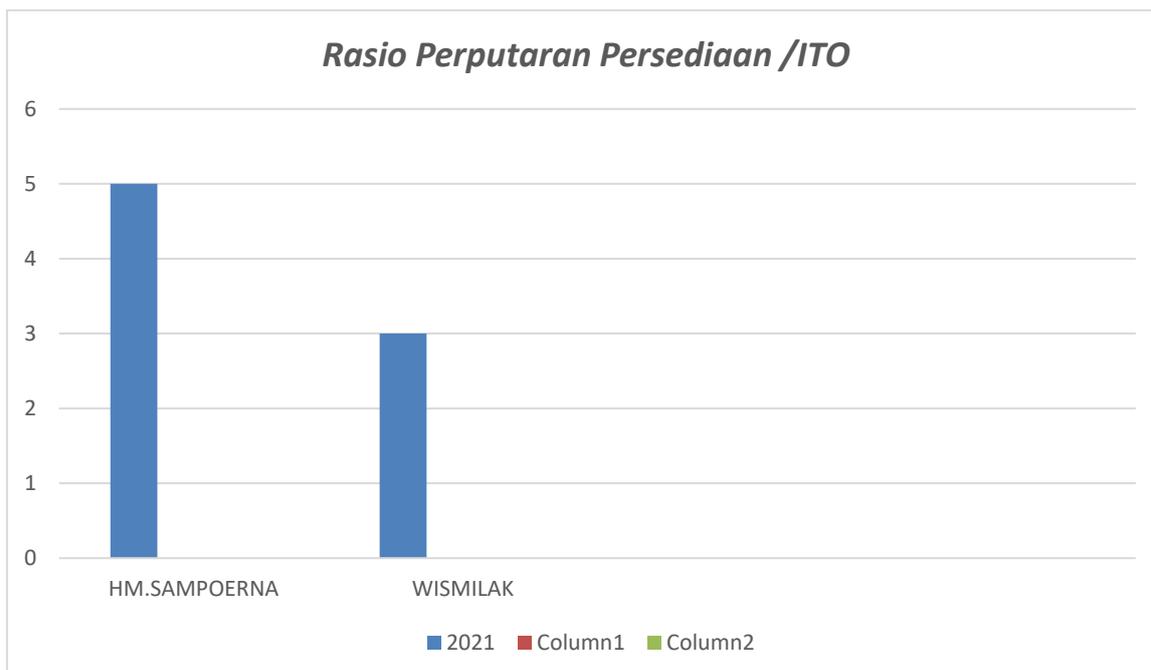
PT.HM SAMPOERNA	PT.WISMILAK
<p>Rasio Perputaran Persediaan (ITO)</p> <p style="text-align: center;"><i>$\frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Rata - Rata Persediaan}}$</i></p> <p>Persediaan Tahun 2020 : 18,093 Persediaan Tahun 2021 : 17,781 Rata-Rata Persediaan : $\frac{18,093 + 17,781}{2} = 17,937$</p> <p>Hasil Perhitungan : Rasio Perputaran Persediaan (ITO) Tahun 2021 $\frac{81,995}{17,937} = 5$</p> <p>Rata-rata periode penjualan $\frac{365}{5} = 91 \text{ Hari}$</p> <p>Hasil Analisis : Ketentuan: semakin cepat, semakin baik: Rata-rata umur persediaan: 365/ITO) Pada tahun 2021 perputaran persediaan adalah sebesar 5 kali, maksudnya lima kali berputar selama satu periode atau satu</p>	<p>Rasio Perputaran Persediaan (ITO)</p> <p style="text-align: center;"><i>$\frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Rata - Rata Persediaan}}$</i></p> <p>Persediaan Tahun 2020 : 853,563 Persediaan Tahun 2021 : 668,514 Rata-Rata Persediaan : $\frac{853,563 + 668,514}{2} = 761,038$</p> <p>Hasil Perhitungan : Rasio Perputaran Persediaan (ITO) Tahun 2021 $\frac{1,994,066}{761,038} = 3$</p> <p>Rata-rata periode penjualan $\frac{365}{3} = 122 \text{ Hari}$</p> <p>Hasil Analisis : Ketentuan: semakin cepat, semakin baik: Rata-rata umur persediaan: 365/ITO) Pada tahun 2021 perputaran persediaan adalah sebesar 3 kali, maksudnya lima kali berputar selama satu periode atau satu</p>

tahun, dimana barang yang dijual dapat kembali modalnya selama 5 kali dalam setahun.

Pada tahun 2021 Rata-rata periode penjualan yaitu 91 hari. Artinya persediaan rata-rata sama dengan 91 hari produksi, atau kurang lebih 5 kali produksi dalam satu tahun.

tahun, dimana barang yang dijual dapat kembali modalnya selama 3 kali dalam setahun.

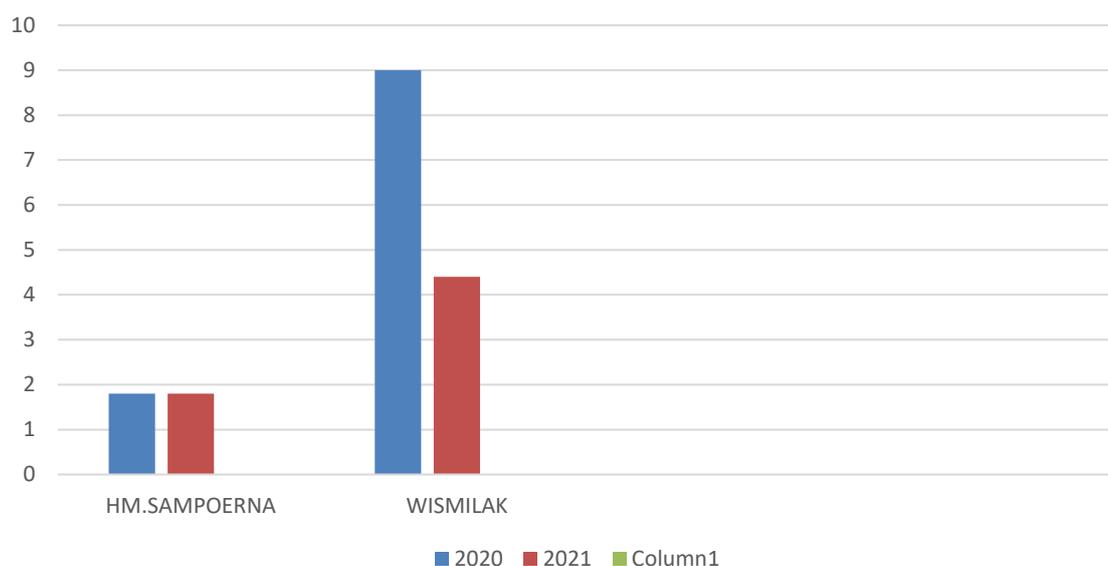
Pada tahun 2021 Rata-rata periode penjualan yaitu 122 hari. Artinya persediaan rata-rata sama dengan 122 hari produksi, atau kurang lebih 3 kali produksi dalam satu tahun.



PT.HM.SAMPOERNA	PT.WISMILAK
Rasio Perputaran Aset Tetap (FATO) $\frac{\text{Penjualan}}{\text{Aset Tetap}}$	Rasio Perputaran Aset Tetap (FATO) $\frac{\text{Penjualan}}{\text{Aset Tetap}}$
Hasil Perhitungan : Tahun 2020 : $\frac{92,425}{49,674} = 1,8 \text{ Kali}$	Hasil Perhitungan : Tahun 2020 : $\frac{2,733,691}{298,904} = 9 \text{ Kali}$
Tahun 2021 : $\frac{98,874}{53,090} = 1,8 \text{ Kali}$	1) Tahun 2021 : $\frac{1,994,066}{278,218} = 7 \text{ Kali}$
Hasil Analisis : Ketentuan : Semakin cepat semakin baik. Fixed Asset Turn Over (FATO) pada tahun 2020 sebesar 1,8 kali, artinya	Hasil Analisis : Ketentuan : Semakin cepat semakin baik. Fixed Asset Turn Over (FATO) pada tahun 2020 sebesar 9 kali, artinya setiap Rp.1, aktiva tetap turun

<p>setiap Rp.1, aktiva tetap turun berkontribusi menciptakan Rp.1,8 penjualan. Fixed Asset Turn Over (FATO) pada tahun 2021 sebesar 18 kali, artinya setiap Rp.1 aktiva tetap turut berkontribusi menciptakan Rp.1,8 kali penjualan.</p>	<p>berkontribusi menciptakan Rp.9 penjualan. Fixed Asset Turn Over (FATO) pada tahun 2021 sebesar 7 kali, artinya setiap Rp.1 aktiva tetap turut berkontribusi menciptakan Rp.7 kali penjualan.</p>
--	---

Rasio Perputaran aset Tetap (FATO)

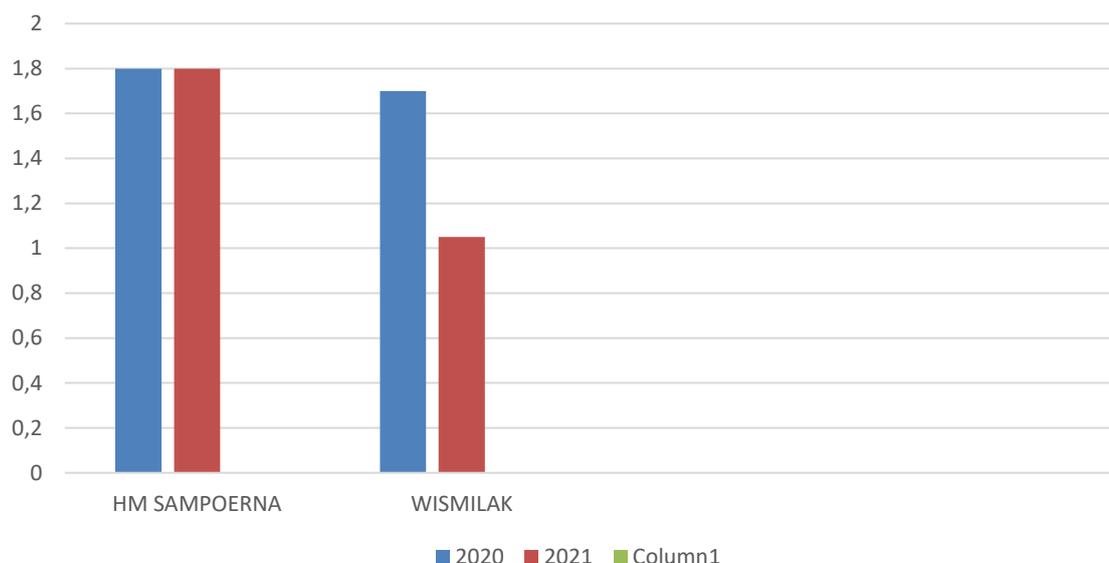


PT.HM.SAMPOERNA, Tbk	PT WISMILAK Tbk
<p>Rasio Perputaran Aset Total (TATO)</p> $\frac{\text{Penjualan}}{\text{Aset Total}}$ <p>Hasil Perhitungan</p> <p>Tahun 2020 :</p> $\frac{92,425}{49,674} = 1,8 \text{ Kali}$ <p>Tahun 2021 :</p> $\frac{98,874}{53,090} = 1,8 \text{ Kali}$ <p>Hasil Analisis:</p> <p>Ketentuan: semakin cepat, semakin baik Pada perhitungan total assets turn over didapatkan perhitungan pada tahun 2020 sebesar 1,8 kali, artinya setiap Rp.1 total aktiva turut berkontribusi menciptakan Rp.1,8 penjualan.</p> <p>Pada perhitungan total assets turn over, didapatkan perhitungan pada tahun 2021 sebesar 1,8 kali, artinya setiap</p>	<p>Rasio Perputaran Aset Total (TATO)</p> $\frac{\text{Penjualan}}{\text{Aset Total}}$ <p>Hasil Perhitungan</p> <p>Tahun 2020 :</p> $\frac{2,733,691}{1,614,442} = 1,7 \text{ Kali}$ <p>Tahun 2021 :</p> $\frac{1,994,066}{1,891,169} = 1,05 \text{ Kali}$ <p>Hasil Analisis:</p> <p>Ketentuan: semakin cepat, semakin baik Pada perhitungan total assets turn over didapatkan perhitungan pada tahun 2020 sebesar 1,7 kali, artinya setiap Rp.1 total aktiva turut berkontribusi menciptakan Rp.1,7 penjualan.</p>

Rp.1 total aktiva turut berkontribusi menciptakan Rp.1,8 penjualan.

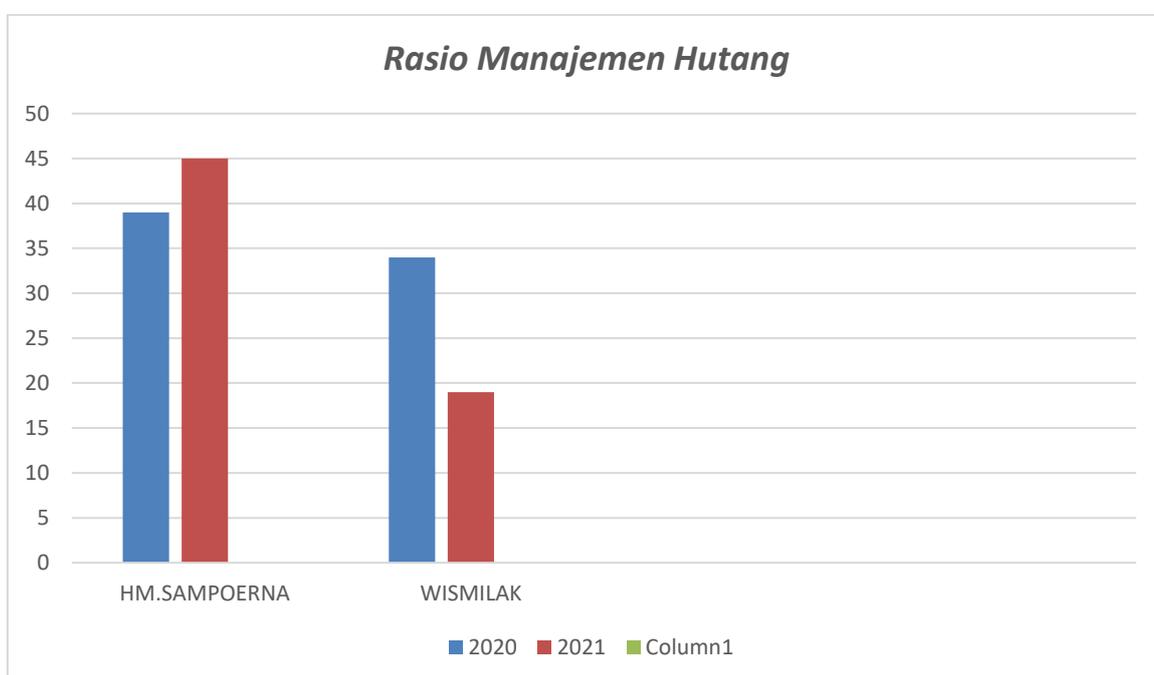
Pada perhitungan total assets turn over, didapatkan perhitungan pada tahun 2021 sebesar 1,05 kali, artinya setiap Rp.1 total aktiva turut berkontribusi menciptakan Rp.1,05 penjualan.

Rasio Perputaran Aset Total



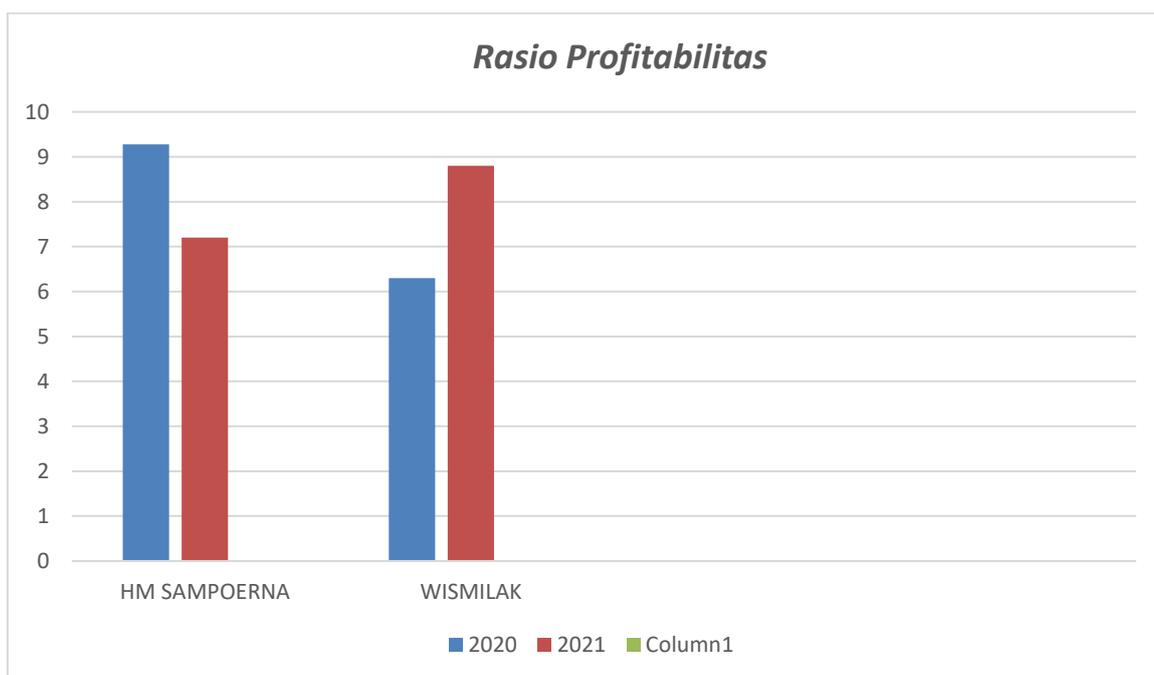
PT.HM.SAMPOERNA Tbk	PT.WISMILAK Tbk
<p>Rasio Manajemen Hutang (Solvabilitas/Leverage)</p> <p>Rasio Hutang</p> $\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$ <p>Hasil Perhitungan :</p> <p>Tahun 2020</p> $\frac{19,432}{49,674} \times 100\% = 39\%$ <p>Tahun 2021</p> $\frac{23,889}{53,090} \times 100\% = 45\%$ <p>Hasil Analisis : Ketentuan : Semakin tinggi semakin berisiko Rasio ini menekankan pada peran penting pendanaan utang bagi</p>	<p>Rasio Manajemen Hutang (Solvabilitas/Leverage)</p> <p>Rasio Hutang</p> $\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$ <p>Hasil Perhitungan :</p> <p>Tahun 2020</p> $\frac{542,580}{1,614,442} \times 100\% = 34\%$ <p>Tahun 2021</p> $\frac{361,790}{1,891,169} \times 100\% = 19\%$ <p>Hasil Analisis : Ketentuan : Semakin tinggi semakin berisiko Rasio ini menekankan pada peran penting pendanaan utang bagi</p>

<p>perusahaan dengan menunjukkan persentase aktiva perusahaan didukung oleh pendanaan utang. Pada tahun 2020 nilai Debt Ratio adalah 39 %, artinya setiap Rp.100 aktiva dibiayai oleh utang sebesar Rp.39 Pada tahun 2021 nilai Debt Ratio adalah 45%, artinya setiap Rp.100 aktiva dibiayai oleh utang sebesar Rp.45</p>	<p>perusahaan dengan menunjukkan persentase aktiva perusahaan didukung oleh pendanaan utang. Pada tahun 2020 nilai Debt Ratio adalah 34 %, artinya setiap Rp.100 aktiva dibiayai oleh utang sebesar Rp.34 Pada tahun 2021 nilai Debt Ratio adalah 19%, artinya setiap Rp.100 aktiva dibiayai oleh utang sebesar Rp.19</p>
---	---



PT.HM.SAMPOERNA	PT.WISMILAK
<p>Rasio Profitabilitas Profit Margin (PM)</p> $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$ <p>Hasil Perhitungan : Tahun 2020 $\frac{8,581}{92,425} \times 100\% = 9,28\%$ Tahun 2021</p>	<p>Rasio Profitabilitas Profit Margin (PM)</p> $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$ <p>Hasil Perhitungan : Tahun 2020 $\frac{172,506}{2,733,691} \times 100\%$ Tahun 2021 = 6,3%</p>

$\frac{7,137}{98,874} \times 100\% = 7,2\%$	$\frac{176,877}{1,994,066} \times 100\% = 8,8\%$
<p>Hasil Analisis :</p> <p>Nilai Net Profit Margin pada tahun 2020 adalah 9,28 %, artinya besarnya laba bersih adalah 9,28% dari total penjualan bersih. Dengan kata lain, setiap Rp.100 penjualan bersih turut berkontribusi menciptakan Rp.9,28 laba bersih.</p> <p>Nilai Net Profit Margin pada tahun 2021 adalah 7,2%, artinya besarnya laba bersih adalah 7,2 % dari total penjualan bersih. Dengan kata lain, setiap Rp.100 penjualan bersih turut berkontribusi menciptakan Rp.7,2 laba bersih.</p>	<p>Hasil Analisis :</p> <p>Nilai Net Profit Margin pada tahun 2020 adalah 6,3 %, artinya besarnya laba bersih adalah 6,3% dari total penjualan bersih. Dengan kata lain, setiap Rp.100 penjualan bersih turut berkontribusi menciptakan Rp.6.3 laba bersih.</p> <p>Nilai Net Profit Margin pada tahun 2021 adalah 8,8%, artinya besarnya laba bersih adalah 8,8 % dari total penjualan bersih. Dengan kata lain, setiap Rp.100 penjualan bersih turut berkontribusi menciptakan Rp.8,8 laba bersih.</p>



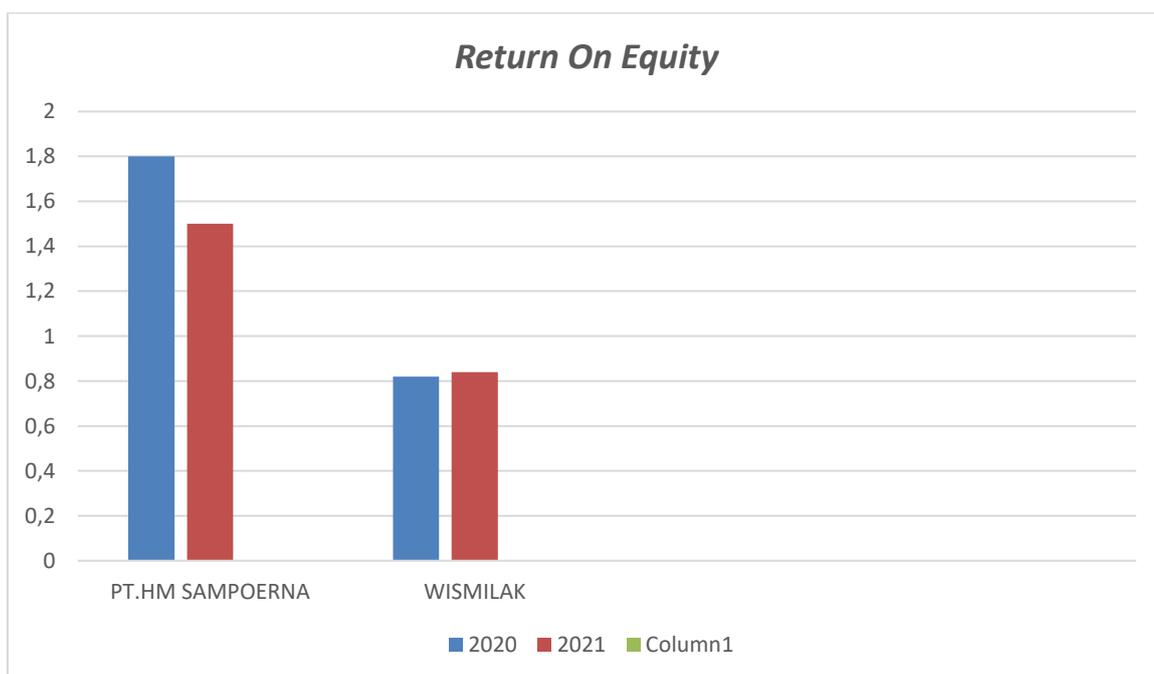
PT.HM.SAMPOERNA	PT.WISMILAK
<p>Return On Assets</p> $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$ <p>Hasil Perhitungan :</p> <p>Tahun 2020</p> $\frac{8,581}{49,674} \times 100\% = 17,2\%$ <p>Tahun 2021</p>	<p>Return On Assets</p> $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$ <p>Hasil Perhitungan :</p> <p>Tahun 2020</p> $\frac{172,506}{1,614,442} \times 100\%$ <p>Tahun 2021</p> $= 0,1\%$

$\frac{7,137}{53,090} \times 100\% = 13,4\%$	$\frac{176,877}{1,891,169} \times 100\% = 0,09\%$
<p>Hasil Analisis :</p> <p>Berdasarkan perhitungan diatas hasil analisis Return On Assets untuk tahun 2020 laba bersih sebesar 8,581 dan jumlah asset 49,674 dengan jumlah 17,2%.</p> <p>Untuk tahun 2021 laba bersih sebesar 7,137 dan jumlah aset 53,090 dengan jumlah 13,4%. Sehingga dapat dikatakan bahwa PT. HM Sampoerna dalam satu tahun tersebut mengalami penurunan .</p>	<p>Hasil Analisis :</p> <p>Berdasarkan perhitungan diatas hasil analisis Return On Assets untuk tahun 2020 laba bersih sebesar 172,506 dan jumlah asset 1,614,442 dengan jumlah 0,1%.</p> <p>Untuk tahun 2021 laba bersih sebesar 176,877 dan jumlah aset 1,891,169 dengan jumlah 0,09%. Sehingga dapat dikatakan bahwa PT. WISMILAK dalam satu tahun tersebut mengalami penurunan .</p>



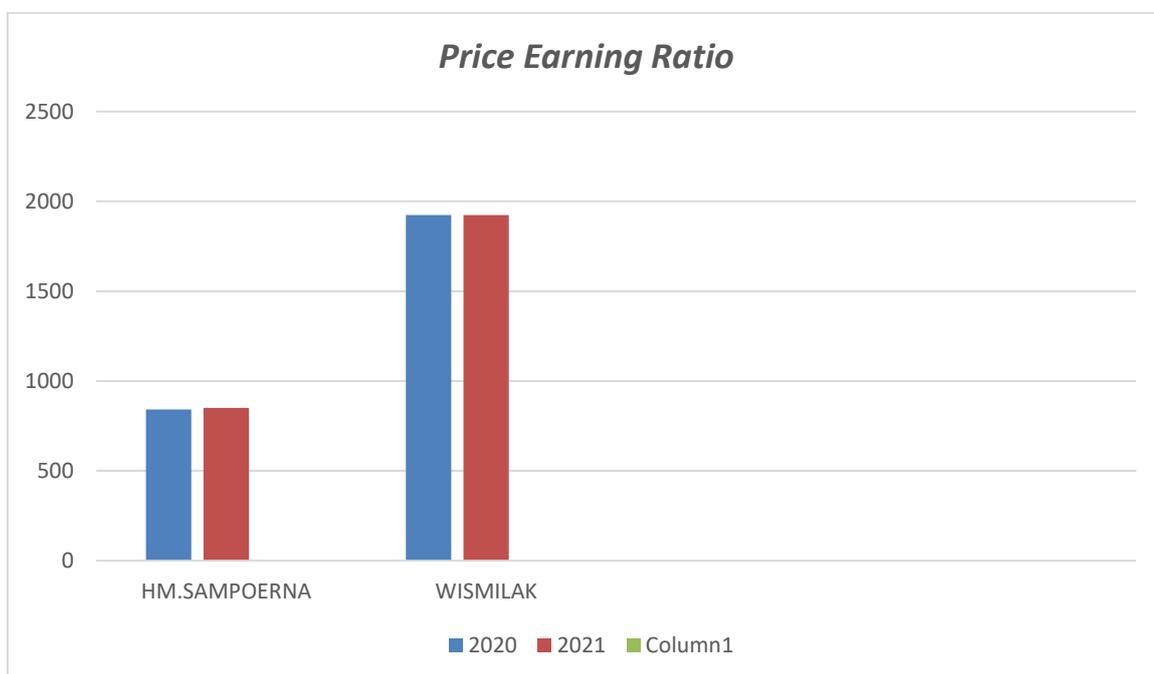
PT. HM.SAMPOERNA	PT.WISMILAK
<p>Return On Equity (ROE)</p> $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Saham}} \times 100\%$	<p>Return On Equity (ROE)</p> $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Saham}} \times 100\%$
<p>Hasil Perhitungan :</p> <p>Tahun 2020</p> $\frac{8,581}{465,272} \times 100\% = 1,8 \%$	<p>Hasil Perhitungan :</p> <p>Tahun 2020</p> $\frac{172,506}{209,987} \times 100\% = 0,82 \%$
<p>Tahun 2021</p>	<p>Tahun 2021</p>

$\frac{7,137}{465,272} \times 100\% = 1,5\%$	$\frac{176,877}{209,987} \times 100\% = 0,84\%$
<p>Hasil Analisis : Berdasarkan perhitungan di atas hasil analisis Return On Equility untuk tahun 2020 laba bersih sebesar 8,581 dan jumlah ekuitas 465,272 dengan jumlah 1,8%. Untuk tahun 2021 laba bersih sebesar 7,137 dan jumlah ekuitas 465,272 dengan jumlah 1,5 %. Sehingga dapat dikatakan PT HM SAMPOERNA dalam 1 tahun mengalami penurunan laba bersih terhadap modal sendiri.</p>	<p>Hasil Analisis : Berdasarkan perhitungan di atas hasil analisis Return On Equility untuk tahun 2020 laba bersih sebesar 172,506 dan jumlah ekuitas 209,987 dengan jumlah 0,82%. Untuk tahun 2021 laba bersih sebesar 176,877 dan jumlah ekuitas 209,987 dengan jumlah 0,84 %. Sehingga dapat dikatakan PT WISMILAK dalam 1 tahun mengalami penurunan laba bersih terhadap modal sendiri.</p>



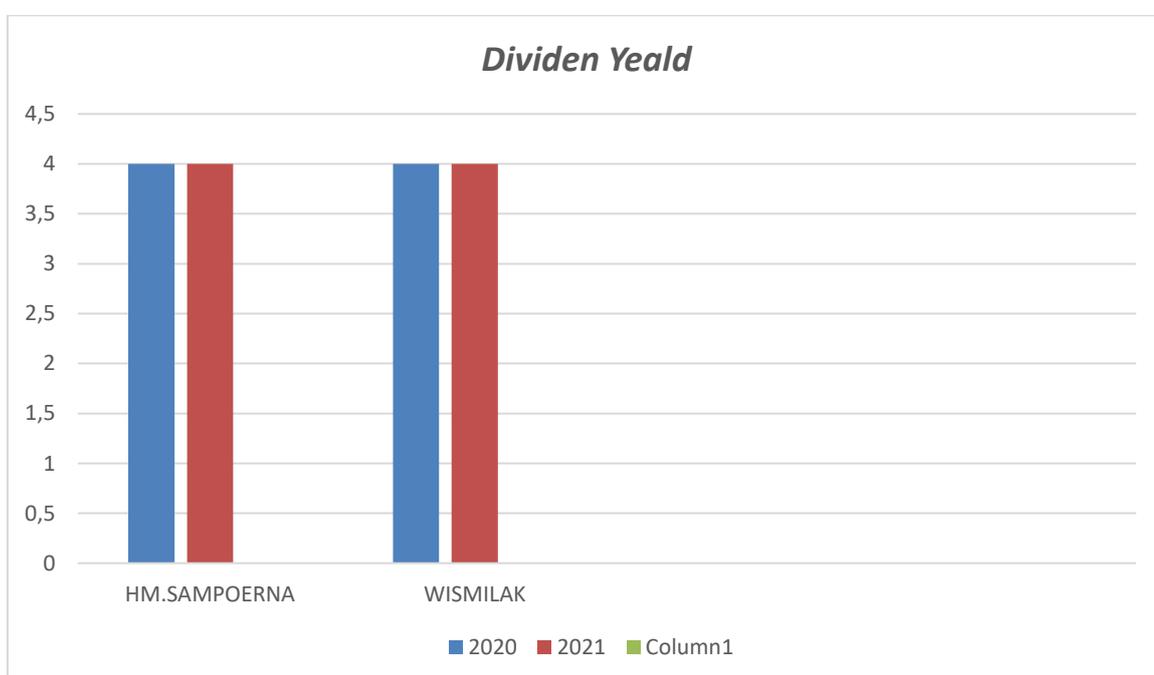
PT.HM.SAMPOERNA	PT.WISMILAK
<p>Rasio Pasar</p> <p>Earning Per Lembar Saham (Earning Per Share/EPS) <i>Laba Bersih</i></p> $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$ <p>Hasil Perhitungan : Tahun 2020</p> $\frac{8,581}{1,8} = 4,8$	<p>Rasio Pasar</p> <p>Earning Per Lembar Saham (Earning Per Share/EPS) <i>Laba Bersih</i></p> $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$ <p>Hasil Perhitungan : Tahun 2020</p> $\frac{172,506}{82} = 2,1$

<p>Tahun 2021</p> $\frac{4,040}{4,8} = 841,6$ $\frac{4,040}{4,75} = 850$ <p>Hasil Analisis :</p> <p>Berdasarkan hitungan Price Earning Ratio tahun 2020 tersebut dapat diketahui bahwa nilai Price Earning Ratio yang sebesar Rp.841,6 di atas menunjukkan bahwa setaip investiro bisa membayar Rp.841,6 untuk setiap Rp.1 dari omset atau pendapatan yang diperoleh perusahaan.</p> <p>Berdasarkan hitungan Price Earning Ratio 2021 tersebut dapat diketahui bahwa Nilai Price Earning Ratio yang sebesar Rp.850 di atas menunjukkan bahwa setiap investor bisa membayar Rp.850 untuk setiap Rp.1 dari omset atau pendapatan yang diperoleh perusahaan.</p>	<p>Tahun 2021</p> $\frac{4,040}{2.1} = 1923$ <p>Hasil Analisis :</p> <p>Berdasarkan hitungan Price Earning Ratio tahun 2020 tersebut dapat diketahui bahwa nilai Price Earning Ratio yang sebesar Rp.1923 di atas menunjukkan bahwa setaip investor bisa membayar Rp.1.923 untuk setiap Rp.1 dari omset atau pendapatan yang diperoleh perusahaan.</p> <p>Berdasarkan hitungan Price Earning Ratio 2021 tersebut dapat diketahui bahwa Nilai Price Earning Ratio yang sebesar Rp.1.923di atas menunjukkan bahwa setiap investor bisa membayar Rp.1.923 untuk setiap Rp.1 dari omset atau pendapatan yang diperoleh perusahaan.</p>
---	--



PT.HM.SAMPOERNA	PT.WISMILAK
Dividen Yield	Dividen Yield
$\frac{\text{Deviden Per Lembar}}{\text{Harga Pasar Saham Per Lembar}} \times 100\%$	$\frac{\text{Deviden Per Lembar}}{\text{Harga Pasar Saham Per Lembar}} \times 100\%$
Hasil Perhitungan :	Hasil Perhitungan :

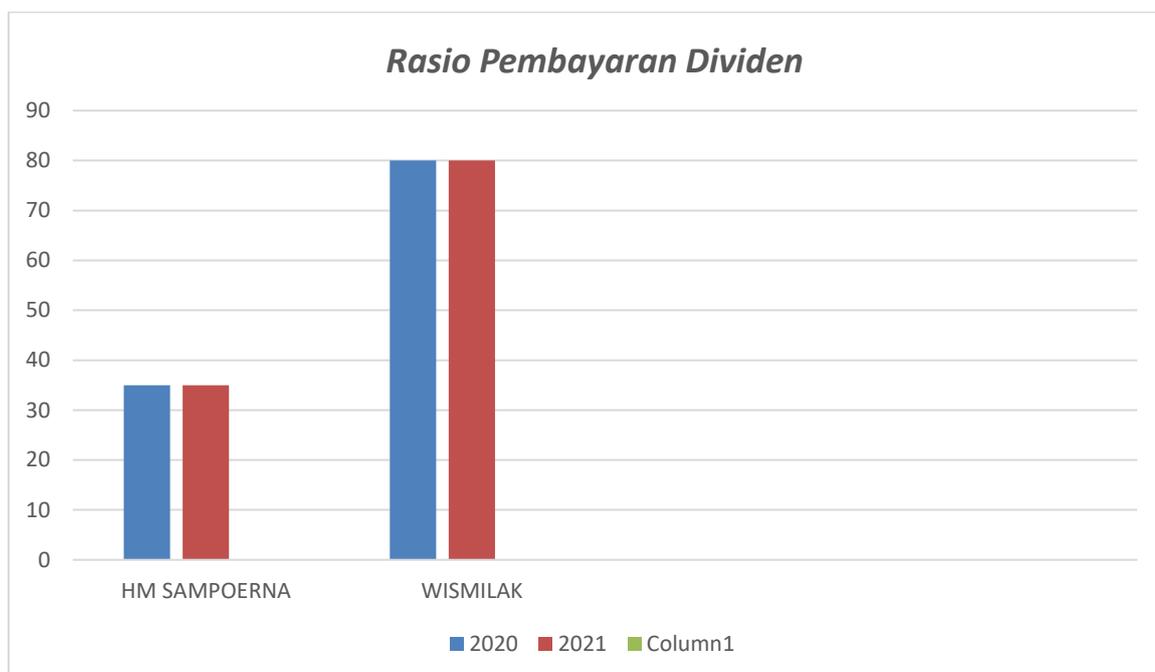
<p>Tahun 2020</p> $\frac{168}{4,040} \times 100\% = 4\%$ <p>Tahun 2021</p> $\frac{168}{4,040} \times 100\% = 4\%$ <p>Hasil Analisis :</p> <p>Dari perhitungan di atas terlihat nilai dividen yield dari PT. HM SAMPOERNA Tahun 2020 dan Tahun 2021 adalah sebesar 4%</p>	<p>Tahun 2020</p> $\frac{168}{4,040} \times 100\% = 4\%$ <p>Tahun 2021</p> $\frac{168}{4,040} \times 100\% = 4\%$ <p>Hasil Analisis :</p> <p>Dari perhitungan di atas terlihat nilai dividen yield dari PT. WISMILAK Tahun 2020 dan Tahun 2021 adalah sebesar 4%.</p>
--	---



PT.HM.SAMPOERNA	PT.WISMILAK
<p>Rasio Pembayaran Dividen</p> $\frac{\text{Dividen Per Lembar}}{\text{Earning Per Share (EPS)}} \times 100\%$ <p>Hasil Perhitungan :</p> <p>Tahun 2020</p> $\frac{168}{4,8} \times 100\% = 35\%$ <p>Tahun 2021</p> $\frac{168}{4,75} \times 100\% = 35\%$	<p>Rasio Pembayaran Dividen</p> $\frac{\text{Dividen Per Lembar}}{\text{Earning Per Share (EPS)}} \times 100\%$ <p>Hasil Perhitungan :</p> <p>Tahun 2020</p> $\frac{168}{2,1} \times 100\% = 80\%$ <p>Tahun 2021</p> $\frac{168}{2,1} \times 100\% = 80\%$

Hasil Analisis :
Sebagian besar investor menganggap rasio antara 30% dan 55% sehat tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah.

Hasil Analisis :
Sebagian besar investor menganggap rasio antara 30% dan 55% sehat tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Dari hasil tersebut bisa dikatakan bahwa PT.WISMILAK cenderung tidak sehat.



KESIMPULAN.

Dari hasil perbandingan dengan menggunakan metode kuantitatif secara manual menunjukkan bahwa :

1. Analisis Rasio Likuiditas 2020 dan 2021 pada PT.HM. SAMPOERNA maupun PT.WISMILAK Menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu memenuhi hutang lancarnya dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki.
2. Rasio Manajemen Aset (Rasio Aktiva) PT.HM.SAMPOERNA Menunjukkan rasio yang cukup baik, ini dikarenakan terjadinya kenaikan dari tahun 2020 ke th 2021. Sedangkan pada PT.WISMILAK menunjukkan penurunan pada tahun 2021 dibandingkan tahun 2020 sehingga perusahaan belum mampu memanfaatkan aktiva secara maksimal.
3. Rasio solvabilitas pada PT.HM.SAMPOERNA cenderung tidak terlalu baik dibandingkan PT.WISMILAK yang pada tahun 2021 mampu menurunkan resiko dibandingkan tahun 2020.
4. Berdasarkan penghitungan rasio dividen PT.HM.SAMPOERNA lebih sehat dibanding dengan PT.WISMILAK.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, C., & Zuardi, L. R. (2018). Analisis Rasio Likuiditas, Rasio Solvabilitas, Dan Biaya Operasional Terhadap Pajak Penghasilan Badan Terutang (Sektor Pertambangan Di BEI Tahun 2011-2016). *MARGIN ECO*, 2(1), 43–68.
- Erawati, D. (2015). Pengaruh Likuiditas, Manajemen Aset, Manajemen Liabilitas, Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pasar/Buku Pada Perusahaan Makanan Dan 5Minuman Yang Terdaftar DI BEI Periode Tahun 2008-2012. *E-Jurnal Ilmu Manajemen MAGISTRA*, 1(1), 71–87.
- Hermuningsih(2012)Pengaruh profitabilitas,Jurnal.Siasat Bisnis,2012,Vol.16,No.2 juli 2012
- Fernos, J. (2017). Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Mengukur Kinerja PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat. *Jurnal Pundi*, 01(02), 107–118.*
- Raghilia, A., Dwi, A., & Devi Farah, A. (2014). *Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Indeks LQ45 Periode 2008-2012)*. 12(1).
- Mayani, H. S., & Priyanto, A. A. (2022). Analisis Rasio Likuiditas, Rasio Profitabilitas Dan Rasio Solvabilitas Dalam Mengukur Kinerja keuangan PT Mandom Indonesia, Tbk Periode 2011-2020. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(8.5.2017), 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Wardhany, D. D. A., Hermuningsih, S., & Wiyono, G. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam LQ45 Pada Periode 2015-2018). *Ensiklopedia Of Jurnal*, 2(1).
- Widodo, S. (2007). *Analisis Pengaruh Rasio Aktivitas, Rasio Profitabilitas, Dan Rasio Pasar Terhadap Retun Saham Syariah Dalam Kelompok Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2003-2005*.

**PENGARUH MANAJEMEN RISIKO DAN KARAKTERISTIK KOMITE AUDIT
TERHADAP KINERJA KEUANGAN
(Studi Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Periode 2019-2021)**

¹ Salwa Azaria, ² Riana Rachmawati Dewi, ³ Purnama Siddi

¹ Program Studi Akuntansi, ² Universitas Islam Batik Surakarta, Jawa Tengah
Alamat e-mail: salwaefendy@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh manajemen risiko dan karakteristik komite audit dalam sebuah kinerja keuangan suatu perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2021. Studi ini dilakukan dengan menganalisis data sekunder melalui annual report perusahaan dan menggunakan purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Dalam Analisis ini Teknik yang digunakan dalam analisisnya yaitu adalah analisis linier berganda. Dan dalam hasil penelitian ini juga bahwa menunjukkan manajemen risiko, independensi komite audit, frekuensi pertemuan, dan ukuran suatu komite audit yang tidak memiliki pengaruh dalam kinerja keuangan. Akan tetapi, Kompetensi suatu komite audit juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Kata kunci: Karakteristik Komite Audit, Komite Audit, Kinerja Keuangan, Manajemen Risiko.

ABSTRACT

This study has the objective of knowing the effect of risk management and the characteristics of the audit committee in the financial performance of a company in various industrial sectors listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2019-2021. This study was conducted by analyzing secondary data through the company's annual report and using purposive sampling as a sampling technique. In this analysis the technique used in the analysis is multiple linear analysis. And the results of this study also show that risk management, audit committee independence, meeting frequency, and audit committee size have no influence on financial performance. However, the competence of an audit committee also influences the company's financial performance.

Keywords: Characteristics of the Audit Committee, Financial Performance, Risk Management.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, persaingan antar perusahaan sangat ketat. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi dunia yang sangat pesat, sehingga perusahaan harus bisa bersaing dan mempertahankan eksistensinya. Banyak perusahaan yang dimana banyak yang sudah terdaftar baik didalam bursa efek atau juga sudah menjadi perusahaan yang go public. Setiap perusahaan memiliki sumber informasi yang bisa digunakan oleh pihak eksternal untuk menilai kinerjanya, yang dimana menggunakan suatu laporan keuangan. Dan dalam Laporan keuangan juga berguna untuk mengetahui kondisi keuangan dalam suatu perusahaan dan memastikan laporan tersebut detail, tepat, dan benar.

Untuk membuat laporan suatu keuangan yang memiliki kondisi yang baik maka suatu perusahaan juga harus mempunyai suatu risiko yang baik juga. Berdasarkan hasil survei Center for Risk Management Studies Indonesia pada tahun 2018, ISO 31000 merupakan standar yang paling banyak diterapkan di Indonesia. Adapun perubahan yang terjadi pada prinsip, kerangka kerja, proses manajemen dan diagram penghubung. Bisnis memerlukan alat khusus dan juga dalam mengelola atau mengolah suatu risiko dengan cara efektif yaitu Enterprise Risk Management (ERM) untuk mengurangi risiko dan mendukung pencapaian tujuan. Hasil dari beberapa penelitian yang meneliti pengaruh dalam Enterprise Risk Management

(ERM) kepada sebuah kinerja suatu pola keuangan yang dimana menunjukkan atau memperlihatkan bahwasannya manajemen risiko memiliki sebuah pengaruh yang signifikan kepada suatu kinerja keuangannya, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian Damayanti & Venusita, (2022); Effiong & Enya, (2020); Faiq Dinoyu & Septiani, (2020); Ping Teoh et al., (2017); and Pranatha et al., (2018) memperlihatkan bahwasannya manajemen risiko memiliki pengaruh kepada suatu kinerja keuangan. Namun berbeda dengan Mungawanah, (2018); and Mutaz et al., (2021) yang hasil penelitiannya justru memperlihatkan bahwasannya dalam manajemen risiko tidak memiliki pengaruh kepada suatu kinerja dalam keuangannya.

Sebelum adanya krisis mata uang global, istilah "Good Corporate Governance" hampir tidak dikenal. Namun, untuk menunjukkan dan tata kelola dalam suatu perusahaan sedang berjalan dengan sesuai dan baik serta memastikannya, pemerintah membuat peraturan, seperti Surat Edaran BAPEPAM No. SE-03/PM/2000. Peraturan ini menyatakan bahwasannya semua perusahaan yang publik harus membentuk suatu Komite Audit yang terdiri dari tiga orang secara minimal dan juga anggota yang akan dipilih oleh anggota direksiindependen dan dua orang anggota tambahan yang sama yaitu independen dan yang juga pastinya memiliki suatu latar belakang di bidang akuntansi dan keuangan.

Faktor karakteristik komite audit diperkirakan mempengaruhi tepat waktu penyampaian laporan audit. Dalam aturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 55/POJK.04/2015, bahwasannya dalam tanggung jawab besar dari komite audit adalah dalam proses penyampaian laporan keuangan. maka dari itu juga karakteristik komite audit sangat berhubungan dengan kinerja dalam suatu perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya memiliki perbedaan pendapat, ada yang menyatakan bahwa empat karakteristik tersebut mempengaruhi positif kinerja keuangan perusahaan seperti dalam penelitian Ashari & Krismiaji, (2020), namun ada juga yang menyatakan bahwa empat karakteristik tersebut mempengaruhi negatif kinerja keuangan perusahaan seperti dalam penelitian Bouaine & Hrichi, (2019); Gurusamy, (2017); dan Yunita, (2016).

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan diatas, maka judul pada penelitian ini dipilih untuk diteliti lebih lanjut ialah "Pengaruh Manajemen Risiko dan Karakteristik Komite Audit terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Aneka Industri yang Terdaftar DI Bei periode 2019-2021".

LANDASAN TEORI

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Dari prespektif teori sebuah agensi juga memiliki arti yang bahwasannya hubungan keagenan adalah pengaturan dimana dalam satu pihak (principal) mempekerjakan juga kepada pihak yang lain (agen) untuk memberikan dan melakukan suatu layanan tertentu untuk kepentingan mereka, dalam hal agen telah mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan (Jensen et al., 1976). Teori agensi pada penelitian ini memiliki suatu cara yang salah satunya dalam pengukuran suatu tata kelola dalam perusahaan yang dapat dikatakan juga baik yang dimana dengan suatu efektivitas dari suatu organ dalam perusahaan yang mengelola dan menggunakan dalam suatu komite audit. Sedangkan untuk pengukuran kinerja keuangan yang dapat dikatakan baik dapat menggunakan pengukuran Return on Asset.

Teori Stewardship

Dan dalam Teori Stewardship memiliki pengertian yaitu adalah sebuah teori yang dimana memiliki gambaran bagaimana keadaan manajerial lebih sering dicirikan oleh sasaran dan juga hasil yang utama yang tujuannya untuk kebutuhan organisasi daripada oleh motivasi individu. Menurut ahli stewardship, terdapat hubungan yang erat antara kesuksesan organisasi dan moral. Menurut Ayem & Yuliana, (2019) dan dalam teori ini juga memiliki desain yang dimana dapat menguji kondisi dalam perusahaan khususnya para

eksekutif agar dapat bertindak dengan baik lagi terhadap suatu prinsipnya, dan juga memberikan penjelasan tentang suatu kepentingan dan kebutuhan Bersama yang dijadikan dalam dasar dari suatu tindakan atau keputusan manajer Hal penting yang terdapat pada teori stewardship yaitu manajer yang menyelaraskan tujuan yang dimiliki agar sesuai dengan principal untuk terciptanya Kerjasama yang baik.

Good Corporate Governance

Good Corporate Governance ialah sebuah sistem yang memandu dan mengarahkan operasi bisnis tujuan mencapai sistem tata Kelola yang sukses dalam mendukung tujuan bisnis (Prayanthi & Laurens, 2020). Sasaran GCG lainnya adalah meningkatkan fungsi tata kelola perusahaan. Dan dalam prosedur dimana sangar strategis dan juga penting untuk menentukan keabsahan dalam berjalannya pembukuan transaksi (Yuliani & Sukirno, 2018). Penerapan prinsip-prinsip GCG menjadi pedoman bagi dunia usaha untuk meningkatkan produktifitas internal dan kepercayaan publik. Tata Kelola perusahaan adalah perlindungan utama untuk menegakkan etika bisnis dengan tujuan meminimalkan praktik tidak etis di dalam organisasi dan mempromosikan lingkungan bisnis yang sehat. Oleh karena itu, pengelolaan risiko menjadi sangat penting bagi keberhasilan GCG. Dengan kata lain, jika perusahaan tidak dapat mengkomunikasikan risikonya secara memadai, maka GCG tidak akan berhasil (Ismawan Riswanda, 2017).

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan dalam arti luas menurut Arisandy et al., (2022) juga mengacu pada sejauh mana sebuah tujuan keuangan perusahaan yang terpenuhi dan merupakan bagian penting dari manajemen risiko keuangan karena memberikan ukuran kondisi dalam keuangan suatu perusahaan yang dimana secara menyeluruh dalam suatu waktu tertentu. Dan dapat dijelaskan atau dikatakan secara menyeluruh bahwasannya dalam kinerja suatu keuangan merupakan sebuah analisis yang dapat dilakukan untuk meninjau atau memeriksa apakah perusahaan sudah menggunakan suatu aturan dan pelaksanaan dalam keuangan dengan baik, benar dan sesuai dan juga sudah sejauh mana suatu perusahaan melaksanakannya (Pranatha et al., 2018).

Pengelolaan Risiko Organisasi

Tujuan pengelolaan risiko organisasi adalah untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, oleh karena itu manajemen dalam mengatasi risiko suatu perusahaan ialah suatu sistem untuk menangani risiko secara komprehensif yang digunakan oleh organisasi. Manajemen risiko perusahaan, juga dikenal sebagai *enterprise risk management*, dan ditetapkan sebagai bagian dari perencanaan strategis. Tujuannya termasuk mengidentifikasi potensi ancaman terhadap organisasi, mengelola risiko dalam tingkat toleransinya, dan mendistribusikan informasi yang berkaitan erat dengan pencapaian tujuan organisasi (Hanafi, 2014). Manajemen risiko berkontribusi besar terhadap pertumbuhan bisnis dan keberhasilan proyek, karena secara proaktif mengatasi ketidakpastian dengan cara mengurangi ancaman, meningkatkan peluang, dan meningkatkan penciptaan nilai melalui aktualisasi tujuan dasar. Risiko adalah kemungkinan kerugian oleh karena itu setiap perusahaan perlu menetapkan strategi yang jelas untuk mengelola berbagai risiko yang memiliki ketidakpastian dengan faktor bisnis (Effiong & Enya, 2020).

Independensi Komite Audit

Independensi dari anggota komite audit dianggap sebagai salah satu karakteristik penting bagi komite audit untuk memastikan bahwa informasi keuangan yang diterima adalah berkualitas baik (Bouaine & Hrichi, 2019). Independensi anggota komite audit menjadi landasan utama bagi efektivitas dalam kinerja suatu komite audit, perusahaan juga akan terhindar dari suatu dorongan kepentingan apabila komite audit merupakan suatu individu yang mandiri atau independen. Oleh karena itu, National Association of Corporate

Directors (NACD) menyatakan bahwa kualitas yang tinggi dari kinerja komite audit tercermin dari independensi anggotanya, hal ini sangat penting dalam mengukur efektivitas dan melindungi kredibilitas laporan keuangan.

Kompetensi Komite Audit

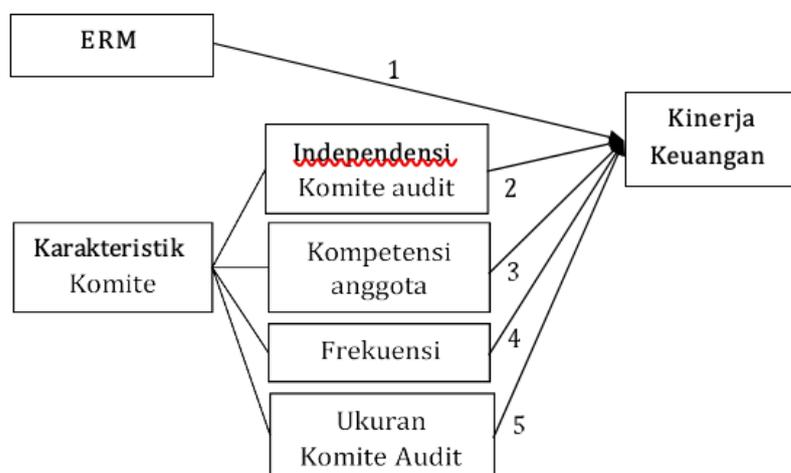
Kompetensi komite audit ialah merupakan seorang yang profesional yang memiliki keahlian dibidang akuntansi dan auditing (Azizah & Diana SE, 2020). Menurut peraturan BPKP PER-211/K/JF/2010, persyaratan minimum kompetensi auditor ialah pengetahuan (knowledge), sikap perilaku (attitude), dan keterampilan atau keahlian (skill). Persyaratan ini harus dipenuhi agar auditor dapat melaksanakan tugas dalam lingkup tugas resminya sebagai auditor dan menghasilkan hasil yang dapat diterima oleh manajemen.

Frekuensi Rapat

Rapat komite audit adalah strategi yang berguna untuk mendapatkan wawasan dan mendiskusikan pandangan terhadap kinerja perusahaan. Pada umumnya jumlah rapat pada komite audit bervariasi antara 1 sampai 12 kali dengan minimal atau rata-rata pelaksanaan 4 kali dalam setahun. Rapat ini juga memiliki hal penting yang tujuannya guna mengetahui kesuksesan kinerja dari komite audit itu sendiri (Bouaine & Hrichi, 2019).

Ukuran Komite Audit

Dalam Ukuran suatu komite audit ialah suatu jumlah dalam seluruh anggota komite audit perusahaan. Berdasarkan POJK NOMOR 55 /POJK.04/2015 tanggal 23 Desember 2015, kurang lebih 3 (tiga) orang anggota komite audit berasal dari Komisaris Independen dan Pihak dari luar Emiten atau Perusahaan Publik. Dan komisaris independen salah satunya dapat bertindak dan menjadi ketua komite audit yang dimana jika anggota komite auditnya lebih dari satu orang (Eka Pertiwi & Husaini, 2017).



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2022

Gambar 1. Menjelaskan pengaruh dalam suatu variabel yang independen kepada variabel dependennya. Manajemen Risiko dan Karakteristik Komite Audit ialah dalam suatu variabel independen.

Implementasi manajemen risiko membawa nilai bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan. Manajemen Risiko juga ialah memiliki tujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang dimana suatu prosesnya dihadapi oleh suatu organisasi secara komprehensif. Menurut teori stewardship, manajer tidak selalu dimotivasi oleh tujuan pribadi, melainkan berfokus memaksimalkan hasil untuk kepentingan organisasi. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara manajemen risiko dan kinerja keuangan,

seperti yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa manajemen risiko memiliki dampak pada kinerja keuangan Damayanti & Venusita, (2022); Effiong & Enya, (2020); Faiq Dinoyu & Septiani, (2020); Ping Teoh et al., (2017); and Pranatha et al., (2018). Namun, ada juga penelitian yang menunjukkan bahwa manajemen risiko tidak memiliki dampak pada kinerja keuangan Mungawanah, (2018); and Mutaz et al., (2021). Berdasarkan penjelasan diatas maka dihasilkan rumusan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Manajemen Risiko berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Independensi komite audit ditentukan oleh apakah anggota tunggal komite audit merupakan anggota komisi independen atau bukan. Komisaris independen dapat mendukung strategi bisnis operasional, inisiatif yang dipimpin manajer dan pemilik bisnis yang membalikkan kontrak kerja yang telah disepakati sebelumnya. Independensi komite audit juga sebagai salah satu karakteristik utama dan merupakan suatu kewajiban untuk memastikan dan menjauhi suatu kualitas dari informasi keuangannya. Hal ini menunjukkan bahwasannya ada hubungan dengan suatu independensi komite audit dengan kinerja suatu keuangan yang sejalan dengan suatu penelitian yang ada sebelumnya dan juga memiliki suatu pengaruh terhadap kinerja suatu keuangan Ashari & Krismiaji, (2020); Bouaine & Hrichi, (2019); Gurusamy, (2017); serta Yunita, (2016). Namun, hasil penelitian Widijaya & Riskiyanto, (2022) menunjukkan bahwasannya independensi tidak memiliki pengaruh. Dan berdasarkan penjelasan yang telah dibahas maka dihasilkan rumusan penelitian berikut ini :

H2 : Independensi Komite Audit berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan

Yang menjadi tugas utama komite audit ialah memastikan kualitas informasi keuangan yang diterima oleh pemangku kepentingan. Untuk melakukan hal ini, anggota komite audit harus memiliki kompetensi yang baik khususnya dalam bidang keuangan dan akuntansi. Karena peran utama komite audit adalah mengontrol kualitas laporan keuangan, maka penting untuk mengevaluasi dampak keterampilan anggota komite audit terhadap kinerja perusahaan. Maka dari itu, anggota yang terdapat keahlian khususnya dalam bidang akuntansi dan juga keuangan cenderung akan meningkatkan relevansi pendapatan dan memperbaiki kualitas informasi keuangan. Adanya suatu hubungan atau persamaan independensi antara komite audit dan kinerja keuangan, sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya bahwasannya kompetensi dalam komite audit memiliki pengaruh dengan kinerja dalam suatu keuangan Ashari & Krismiaji, (2020); serta Bouaine & Hrichi, (2019). Namun, hasil penelitian Widijaya & Riskiyanto, (2022); dan Yunita, (2016) menunjukkan bahwasannya kompetensi tidak memiliki pengaruh. Dan berdasarkan penjelasan yang telah dibahas maka dihasilkan rumusan penelitian berikut ini :

H3 : Kompetensi Komite Audit berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan

Interaksi formal antar anggota komite, dewan komite, direktornya, serta auditor eksternal merupakan faktor penting dalam keberhasilan audit. Dan mereka sering mengadakan pertemuan memiliki kemampuan lebih dan lebih besar untuk memberikan informasi masalah akuntansi dan audit dengan lebih baik. Pertemuan yang terjadi antara komite audit, baik dengan dewan komisaris, direksi, maupun auditor eksternal ialah sebuah kesempatan untuk melakukan dan memperoleh analisis kerja dan memberikan pengarahannya tentang keuangan dan akuntansi serta memberikan solusi kepada masalah yang ada. Teori keagenan menyatakan bahwa frekuensi pertemuan hanya bermanfaat bagi perusahaan ketika keuntungannya lebih besar dari biayanya. Hal ini juga menunjukkan bahwasannya kompetensi dalam komite audit juga terdapat pengaruh kepada kinerja suatu keuangan sesuai dengan penelitian yang ada sebelumnya Ashari & Krismiaji, (2020); serta Bouaine & Hrichi, (2019) namun penelitian Widijaya & Riskiyanto, (2022); serta Yunita, (2016) menyatakan juga bahwasannya frekuensi dalam rapat yaitu tidak adanya sebuah pengaruh kinerja suatu keuangan, dan berdasarkan penjelasan diatas ini dihasilkan rumusan hipotesis suatu penelitianbeikut ini :

H4 : Frekuensi Rapat Komite Audit berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan

Karakteristik kedua komite audit yang sering diteliti dalam berbagai studi empiris adalah jumlah komite audit. Dan dalam Jumlah yang sedikit diantara anggota maka mungkin akan efektif juga untuk meningkatkan produktifitas dalam kinerja suatu keuangan perusahaan karena akan lebih fokus dalam memahami masalah keuangan serius yang mungkin akan dihadapi suatu bisnis. Komite audit dengan jumlah orang yang lebih besar lebih efektif dalam membatasi spekulasi pasar saham dan memastikan informasi keuangan kualitas tinggi. Dengan begitu, komite audit dengan jumlah orang yang lebih besar tidak efektif dan tidak termasuk dalam pengaruh suatu kinerja perusahaan khususnya dalam keuangan. Dan hal ini juga akan menunjukkan bahwasannya ada hubungan independensi komite audit dan juga kinerja dalam keuangan yang sama dengan penelitian sebelumnya yang ada dan ukuran dalam komite audit juga memiliki suatu pengaruh dalam kinerja keuangan Ashari & Krismiaji, (2020); Bouaine & Hrichi, (2019); Gurusamy, (2017); serta Yunita, (2016) namun penelitian Widijaya & Riskiyanto, (2022) Juga menyatakan bahwasannya ukuran dalam komite audit tidak memiliki pengaruh dalam kinerja keuangan dan berdasarkan penjelasannya diatas akan dihasilkan rumusan hipotesis berikut ini :
H5 : Ukuran Komite Audit berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan

METODOLOGI

Dalam metode penelitian ini, Populasi yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah suatu perusahaan yang terdaftar di dalam Bursa Efek Indonesia dari berbagai macam sektor industri pada tahun 2019 hingga 2021. Dan Juga sampel yang akan digunakan khususnya dalam metode ini adalah perusahaan dengan kriteria tertentu sebagai berikut yaitu, (1) Perusahaan yang secara berturut-turut terdaftar dalam BEI dari berbagai sektor industri selama tahun penelitian, (2) Perusahaan Industri yang dimana secara rutin menerbitkan annual report selama tahun penelitian, (3) Perusahaan Industri yang dimana menggunakan pelaporan mata uang rupiah. Dan hasil yang diperoleh yaitu sebanyak 93 data perusahaan yang ditemukan pengambilan sampelnya menggunakan sebuah purposive sampling sebagai tekniknya, tetapi 21 data mengalami outlier, sehingga data yang diolah sebanyak 72 data yang representatif yang menggunakan periode pengamatannya selama 3 tahun.

Dalam Variabel yang akan digunakan dalam sebuah kinerja keuangan suatu perusahaan yaitu ialah variabel dependen, yang menggambarkan posisi keuangan perusahaan melalui analisis dalam suatu laporan keuangan dan untuk mengukur kinerjanya menggunakan rasio keuangan untuk menunjukan posisi serta hasil dalam keuangan sebuah perusahaan industri sesuai periode. Cara perhitungan kinerja keuangan adalah seperti yang dijelaskan oleh (Hartati, 2020).

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Prinsip dasar dari manajemen risiko perusahaan adalah bahwa bisnis harus meminimalkan risiko pada bidang-bidang yang dimana mereka tidak memiliki keunggulan komparatif dan mengeksploitasi risiko di area yang dimana mereka berdiri untuk mendapatkan manfaat atau keuntungan finansial (Eka Pertiwi & Husaini, 2017).

Independensi ialah tidak adanya hubungan formal kepada suatu pihak tertentu. Diperlukan juga untuk memastikan secara konsisten dalam melakukan laporan dan memberikan suatu arahan oleh komite audit. Dalam sebuah penelitian yang dihasilkan ini, maka Independensi juga dapat diukur dan diperkirakan serta membandingkan jumlah umum dan jumlah total anggota independen. Formulasi atau rumus perhitungan Independensi Komite audit seperti yang dikemukakan oleh Bouaine & Hrichi, (2019).

$$INDCA = \frac{\text{Jumlah anggota komite audit independen}}{\text{Jumlah seluruh anggota komite audit}}$$

Dimana:

INDCA = Independensi Komite audit

Kebutuhan untuk memahami dan mengaplikasikan sebuah pengetahuan yang ada dalam bidang akuntansi, audit dan juga keuangan merupakan syarat dan menjadikan kewajiban bagi setiap anggota. Kompetensinya juga dinilai dari memperhatikan latar belakang sebuah pendidikannya dan juga keuangan kepada rasio anggota komite. Penilaian latar belakang pendidikan didasarkan pada POJK Nomor 55/POJK.04/2015 yang dimana menentukan bahwasannya setidaknya dalam salah satu anggota komite terdapat latar belakang yang sesuai (Ashari & Krismiaji, 2020).

Jumlah rapat atau pertemuan yang dilaporkan oleh komite audit juga disebut dan dicatat sebagai jumlah rapat dan kali pertemuannya yang dilakukan oleh anggota komite. mereka juga memberikan informasi untuk tinjauan berkala dan melakukan rapat tambahan atau rapat khusus sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini dinilai dengan memperhatikan jumlah pertemuan yang dilakukannya (Yunita, 2016).

POJK Nomor 55/POJK.04/2015 menyatakan bahwasannya dalam perusahaan publik di Indonesia paling sedikit hanya terdiri dari tiga anggota dan terdiri dari dua orang eksternal independen dan dipimpin oleh komisaris Independen dalam perusahaan (Ashari & Krismiaji, 2020).

Metode Analisis Linear berganda digunakan untuk menguji hipotesis melalui uji koefisien determinasi, uji-t, dan uji-f. Beberapa uji seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi juga dilakukan sebelum uji hipotesis. Berikut fomulasi model regresi:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Keterangan:

- Y : Kinerja Keuangan
- α : Konstanta
- $\beta_1 - \beta_5$: Koefisien regresi masing - masing variabel independent
- X1 : Manajemen Risiko
- X2 : Komite Audit
- X3 : Independensi Komite
- AuditX4 : Kompetensi Komite Audit
- X5 : Frekuensi Rapat Komite
- AuditX6 : Ukuran Komite Audit
- e : Kesalahan residual (Error)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis statistik deskriptif akan digunakan untuk memberikan gambaran mengenai setiap variabel penelitian yang digunakan. Informasi yang akan diperoleh meliputi data minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini akan ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Manajemen Risiko	72	0	1	0,528	0,5027
Independensi Komite Audit	72	0,3	1	0,845	0,2132
Kompetensi Komite Audit	72	1	3	2,50	0,605

Frekuensi Rapat	72	1	14	5,47	2,534
Ukuran Komite Audit	72	1	4	3,06	0,231
Kinerja Keuangan	72	-0,1205	0,1205	0,17732	0,0528294

Sumber: Data Penelitian, 2022

Uji statistik deskriptif menyatakan jumlah sampel yang didapat sebanyak 72 nilai mean dari variabel manajemen risiko senilai 0,528 dengan nilai minimum 0 dan nilai maksimum 1 dengan standar deviasi 0,5027. Hal ini menunjukkan bahwa pada rata-rata manajemen risiko di perusahaan sektor aneka industri memiliki nilai sebesar 0,528. Kemudian, variabel independensi komite audit nilai mean 0,845 dengan nilai minimum 0,3 dan nilai maksimum 1 dengan standar deviasi 0,2132. Hal ini berarti menjelaskan bahwa pada rata-rata independensi komite audit di perusahaan sektor aneka industri memiliki nilai sebesar 0,845. Kompetensi komite audit memiliki mean 2,50 dengan nilai minimum 1 dan nilai maksimum 3. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan sektor aneka industri tahun 2019-2021 mengalami peningkatan tetapi belum maksimal hanya mencapai 2,50. Frekuensi rapat memiliki mean 5,47 dengan nilai minimum 1 dan nilai maksimum 14. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan sektor aneka industri tahun 2019-2021 mengalami peningkatan tetapi belum maksimal hanya mencapai 5,47. Sedangkan, ukuran komite audit memiliki mean 3,06 dengan nilai minimum 1 dan nilai maksimum 4. Hal ini menyatakan bahwa pada rata-rata ukuran komite audit di perusahaan sektor aneka industri memiliki nilai sebesar 3,06.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B
(Constant)	-,019
Manajemen Risiko	-,001
Independensi Komite Audit	,012
Kompetensi Komite Audit	-,032
Frekuensi Rapat	-,002
Ukuran Komite Audit	,038

Sumber: Data Penelitian, 2022

Dari data tersebut, persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = -0,019 - 0,001 X_1 + 0,012 X_2 - 0,032 X_3 - 0,002 X_4 + 0,038 X_5 + e$$

Setelah dilakukan uji asumsi klasik dan dinyatakan lulus uji. Hasil uji regresi, besar konstanta yang didapat ialah senilai -0,019 yang berarti apabila seluruh variabel independen terjadi kenaikan 1 satuan, maka variabel dependen terjadi penurunan sebesar -0,019.

Tabel 3. Hasil Uji Determinan (Adjusted R²)

Adjusted R Square	Keterangan
,095	Variabel independen berpengaruh sebesar 9,5% terhadap variabel dependen

Sumber: Data Penelitian, 2022

Hasil dari analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa besar nilai Adjusted R Square sebesar 9,5%. Ini berarti bahwa 9,5% dari kinerja keuangan dapat diterangkan oleh variabel manajemen risiko, independensi komite audit, kompetensi komite audit, frekuensi rapat, dan ukuran komite audit, sementara sisanya sebesar 90,5% diterangkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis dalam model penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Statistik F (simultan)

F hitung	F table	Sig.	Syarat	Keterangan
2,498	2,34	,039b	<0,05	Model Layak

Sumber: Data Penelitian, 2022

Hasil dari pengujian F menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0,039, yaitu $<0,05$. Ini berarti bahwa ada hubungan yang signifikan antara manajemen risiko, independensi komite audit, kompetensi komite audit, frekuensi rapat, dan ukuran komite audit. Oleh karena itu, model ini dapat digunakan dan layak untuk diterapkan.

Tabel 5. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Hipotesis	T hitung	T tabel	Sig.	Syarat	Keterangan
Manajemen Risiko	-,050	<-1,998	,960	>0,05	H1 Ditolak
Independensi Komite Audit	,386	<1,998	,701	>0,05	H2 Ditolak
Kompetensi Komite Audit	-3,038	>-1,998	,003	<0,05	H3 Diterima
Frekuensi Rapat	-,722	<-1,998	,473	>0,05	H4 Ditolak
Ukuran Komite Audit	1,409	<1,998	,163	>0,05	H5 Ditolak

Sumber: Data penelitian, 2022

Sesuai dengan Tabel 5 menunjukkan bahwasannya manajemen risiko sebagai variabel independent tidak memiliki pengaruh. Perolehan hasil uji T menunjukkan thitung $<$ ttabel yaitu $-0,050 < -1,998$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ dengan nilai koefisien negatif, sehingga kesimpulannya ialah H1 ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa Implementasi ERM tidak optimal sehingga keuntungan diperoleh tidak ada tambahan dari biaya yang dipakai. Meskipun, konsep Enterprise Risk Management (ERM) yaitu perusahaan harus mengurangi risiko pada bidang-bidang yang tidak memiliki manfaat atau keuntungan bagi kinerja keuangan perusahaan, namun perusahaan yang tidak dapat menerapkan konsep tersebut dengan baik tidak akan mendapat manfaat ekonomi pada kinerja keuangan. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, setiap perusahaan harus menerapkan manajemen risiko dan melaporkan dalam Laporan Tahunan yang disampaikan. Namun, dalam praktiknya di Indonesia, kinerja keuangan hanya digunakan untuk aset dan imbalannya dalam perusahaan. Kinerja keuangan (ROA) juga sebagai arahan dalam rencana perusahaan dan dalam menggunakan dana tidak mempertimbangkan risiko sebagai indikator prioritas dalam pengembalian aset. Penelitian ini memiliki persamaa dengan penelitian dari Mungawanah, (2018); and Mutaz et al., (2021), karena tidak adanya pengaruh antara manajemen risiko dan proses dalam manajemen keuangan. Akan tetapi, hasil yang diperoleh ini berbeda dengan proses penelitian Damayanti & Venusita, (2022); Effiong & Enya, (2020); Faiq Dinoyu & Septiani, (2020); Ping Teoh et al., (2017); serta Pranatha et al., (2018) yang menyatakan bahwa manajemen risiko berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Hasil pengujian sesuai Tabel 5 membuktikan bahwasannya sebagai variabel independent tidak memiliki pengaruh dengan kinerja dalam suatu keuangan. Perolehan hasil uji T menunjukkan thitung $<$ ttabel yaitu $0,386 < 1,998$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ dengan nilai koefisien negatif, sehingga kesimpulannya ialah H2 ditolak. Hal ini juga menunjukkan bahwasannya tidak memiliki pengaruh antara perusahaan dan juga kinerja keuangan perusahaan. Komposisi independensi komite audit bisa dikatakan hanya sekedar menjalankan syarat regulasi peraturan pada yang diterapkan oleh negara sehingga fokus dari makna independensi komite audit salah diartikan, sehingga independensi komite audit tidak ada pengaruh pada kinerja keuangan melainkan hanya menjalani regulasi. Demikian, maka independensi komite audit berpotensi untuk diragukan dan tidak lagi independen dalam melancarkan fungsi perencanaan dan pelaksanaan dalam bidang akuntansi dan audit. Meskipun anggota komite audit sangat independen dan besar, hal tersebut tidak secara langsung mempengaruhi kinerja keuangan. Hal tersebut membuktikan bahwasannya independensi tidak memiliki pengaruh dalam kinerja suatu keuangan yang ada didalam perusahaan sektor industri. Penelitian dalam pembahasan ini memiliki persamaan dengan penelitian oleh Widijaya & Riskiyanto, (2022)

menyatakan bahwasannya independensi komite audit memiliki pengaruh. karena variabel tersebut dianggap tidak dapat dijadikan alat ukur. Akan tetapi dalam hasil penelitian Ashari & Krismiaji, (2020); Bouaine & Hrichi, (2019); Gurusamy, (2017); serta Yunita, (2016) yang berpendapat bahwasannya memiliki pengaruh yang ada kepada kinerja keuangan perusahaan.

Hasil pengujian sesuai Tabel 5 membuktikan bahwa kompetensi komite audit sebagai variabel independent berpengaruh. Perolehan hasil uji T menunjukkan thitung > ttabel yaitu $-3,038 > 1,998$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ dengan nilai koefisien positif, sehingga kesimpulannya ialah H3 diterima. Secara definisi *Financial skill* berpengaruh terhadap kualitas keuangan dan meningkatkan akurasi pelaporan keuangan, kondisi ini dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Proporsi ahli bidang akuntansi atau keuangan juga dapat memberikan peningkatan kemampuan dalam suatu perusahaan. Koefisien positif yaitu ialah terdapatnya hubungan antara dua variabel yaitu independen dan juga dependen yang dimana maka akan semakin tinggi juga kinerja yang ada dalam keuangan perusahaan kualitasnya. Karena mereka yang memahami dalam bidang ini maka akan dapat mengidentifikasi sebuah masalah keuangan yang merugikan. Dan dalam hasil yang ada di penelitian menghasilkan Kompetensi dalam komite audit juga mempengaruhi kinerja dalam suatu keuangan perusahaan sektor industri, seperti yang ditemukan oleh Ashari & Krismiaji, (2020); dan Bouaine & Hrichi, (2019). Namun, hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Widijaya & Riskiyanto, (2022); dan Yunita, (2016) Menunjukkan bahwasannya kompetensi dalam komite audit tidak mempengaruhi dalam kinerja suatu keuangan perusahaan sektor industri.

Hasil pengujian sesuai Tabel 5 membuktikan bahwa frekuensi rapat sebagai variabel independen tidak mempengaruhi hasil finansial. Perolehan hasil uji T menunjukkan thitung $< ttabel$ yaitu $-0,722 < -1,998$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ dengan nilai koefisien negatif, sehingga kesimpulannya ialah H4 ditolak. Jumlah rapat atau pertemuan komite audit tidak diiringi dengan kualitas rapat yang dihasilkan serta adanya hambatan yang mengharuskan rapat online yang dinilai kurang efektif, sehingga rapat menjadi tidak efektif dan tidak dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Namun dapat juga disebabkan oleh hasil pengawasan komite audit mengenai keuangan perusahaan yang mana frekuensi rapat tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan pada sektor industri. Ini didukung oleh manajemen yang tidak mengelola perusahaan dengan baik sehingga tingkat persentase berkurang. Dalam Penelitian yang diperoleh oleh Widijaya & Riskiyanto, (2022); dan Yunita, (2016) juga memberikan pendapat bahwasannya frekuensi rapat bukan salah satu yang mempengaruhi kinerja keuangan karena dengan adanya frekuensi rapat semakin banyak yang dimana akan dapat menyebabkan komite audit tidak dapat menjalankan tugasnya karena waktu yang tidak cukup, sehingga jumlah rapat yang banyak tidak meningkatkan kinerja keuangan melainkan meningkatkan biaya operasional perusahaan. Berbeda dalam penelitian yang Ashari & Krismiaji, (2020); serta Bouaine & Hrichi, (2019) memberikan pendapat bahwasannya frekuensi rapat memiliki pengaruh yang ada kepada kinerja keuangan.

Hasil pengujian sesuai Tabel 5 menunjukkan jumlah yang ada dalam anggota sebagai suatu variabel yang tidak memberikan pengaruh kepada hasil finansial sebagai variabel yang independen. Perolehan hasil uji T menunjukkan thitung $< ttabel$ yaitu $1,409 < 1,998$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ dengan nilai koefisien negatif, sehingga kesimpulannya ialah H5 ditolak. Pada sebuah perusahaan komite kecil membuat lebih sulit untuk membentuk koalisi dan situasi ini mencerminkan kontrol yang lebih efektif atas manajer. Hal ini tidak dapat mengkonfirmasi penelitian lainnya yang menemukan bahwa komite audit berukuran kecil lebih dapat diterapkan untuk melindungi kepentingan pemegang saham dan untuk mengesahkan kualitas informasi keuangan. Ini menguatkan bahwasannya ukuran tidak memberikan sebuah pengaruh kepada performa keuangan dari komite audit yang dimana hanya

mempengaruhi waktu yang dibutuhkan komite audit untuk menyelesaikan tugas terkait penyusunan laporan keuangan tidak pada ukuran tim komite audit. Pada gambaran analisis yang terjadi dari tahun ketahun pada data komite audit yang dimana pada tiga atau empat orang yang keanggotaannya tidak pernah mengalami suatu perubahan. Yang dimana anggota komite yang menduduki posisinya terlalu lama akan mengalami yang namanya kejenuhan kerja dan dapat mengakibatkan atau menjadi kurang kritis dan kreatif. Maka dari itu bahwasannya tidak akan memberikan pengaruh yang signifikan. Dalam Hal yang telah diteliti oleh Widijaya & Riskiyanto, (2022) bahwasannya dimana ukuran tidak memiliki pengaruh signifikan kepada kinerja dalam keuangan suatu perusahaan. Mereka juga menjelaskan bahwasannya jumlah anggota dalam komite audit akan tdiak secara otomatis menghasilkan pemantauan yang lebih efektif. Namun dalam penelitian yang diperoleh Ashari & Krismiaji, (2020); Bouaine & Hrichi, (2019); Gurusamy, (2017); serta Yunita, (2016) menyatakan bahwasannya memiliki sebuah pengaruh yang ada dalam kinerja dalam keuangan suatu perusahaan.

SIMPULAN

Penelitian yang telah dilakukan yaitu mempelajari dampak dari suatu manajemen risiko enterprise risk management (ERM) dan juga karakteristik dalam komite audit yang ada terhadap suatu proses manajemen kerja dalam keuangan didalam perusahaan industri dimana juga memiliki daftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2021 yang menggunakan metode sampel secara spesifik dan juga hasil data laporan tahunan perusahaan. Analisis data yang digunakan juga ialah analisis linear berganda. Hasil Penelitiannya juga menunjukkan bahwasannya manajemen risiko, Independensi Komite Audit, Frekuensi rapat dan ukuran dalam komite audit maka tidak akan mempengaruhi dalam kinerja keuangan suatu perusahaan, namun kompetensi komite auditnya berpengaruh. Meskipun demikian, keterbatasan penelitian ini hanya memasukkan 9,5% dari seluruh variabel yang mempengaruhi, sehingga masih banyak dalam variabel lainnya yang akan mempengaruhi dalam kinerja keuangan suatu perusahaan sektor industri. Rekomendasi selanjutnya untuk peneliti selanjutnya adalah untuk melakukan penelitian pada sektor lain dengan variabel yang berbeda.

REFERENSI

- Arisandy, F. N., Wardayati, S. M., Sayekti, Y., Arif, A., Wasito, Prita DS, S., & Wahyuni, N. I. (2022). Kajian Teoritis Tentang Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Direksi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Melalui Penerapan Model COSO Enterprise Risk Management. *JAP Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(01). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v23i1.5317>
- Ashari, S., & Krismiaji, K. (2020). Audit Committee Characteristics and Financial Performance: Indonesian Evidence. *EQUITY*, 22(2), 139–152. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i2.1326>
- Ayem, S., & Yuliana, D. (2019). Pengaruh Independensi Auditor, Kualitas Audit, Manajemen Laba, dan Komisaris Independen terhadap Integritas Laporan Keuangan. *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika*, 16(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.168>
- Azizah, N. Z., & Diana SE, M. A. A. L. (2020). Pengaruh Independensi, Ukuran Komite Audit, Kompetensi, dan Frekuensi Pertemuan terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2015-2019. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Bouaine, W., & Hrichi, Y. (2019). Impact of Audit Committee Adoption and its Characteristics on Financial Performance: Evidence from 100 French Companies. *Accounting and Finance Research*, 8(1). <https://doi.org/10.5430/afr.v8n1p92>

- Damayanti, A. I., & Venusita, L. (2022). Pengaruh Pengungkapan Enterprise Risk Management (ERM) Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 10(03). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/index>
- Effiong, Dr. S. A., & Enya, E. F. (2020). Liquidity Risk Management and Financial Performance: Are Consumer Goods Companies Involved? *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 9(1), 580–589. <https://doi.org/10.35940/ijrte.A1692.059120>
- Eka Pertiwi, D., & Husaini. (2017). Ukuran Komite Audit dan Penerapan Manajemen Risiko. *Jurnal Fairness*, 7, 169–180.
- Faiq Dinoyu, M., & Septiani, A. (2020). Analisis Pengaruh Implementasi Enterprise Risk Management terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan. *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 9(4), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Gurusamy, P. (2017). Board Characteristics, Audit Committee and Ownership Structure Influence on Firm Performance of Manufacturing Firms in India. *International Journal of Business and Economics Research*, 6(4), 73–87. <https://doi.org/10.11648/j.ijber.20170604.16>
- Hanafi, M. M. (2014). Risiko, Proses Manajemen Risiko, dan Enterprise Risk Management. In *Manajemen Risiko* (pp. 1–40). Universitas Terbuka. <http://repository.ut.ac.id/4789/1/EKMA4262-M1.pdf>
- Hartati, N. (2020). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Komite Audit dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 175–184. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.72>
- Ismawan Riswanda, M. (2017, May 18). Manajemen Risiko Dalam Penerapan Good Corporate Governance (GCG). *Drs.J. Tanzil & Associates*.
- Jensen, M. C., Meckling, W. H., Benston, G., Canes, M., Henderson, D., Leffler, K., Long, J., Smith, C., Thompson, R., Watts, R., & Zimmerman, J. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. In *Journal of Financial Economics* (Issue 4). Harvard University Press. <http://hupress.harvard.edu/catalog/JENTHF.html>
- Mungawanah, U. R. (2018). Pengaruh Enterprise Risk Management terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Jasa Sektor Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi Terdaftar Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4934>
- Mutaz, M. F. A., Hernawati, E., & Maulana, A. (2021). Pengaruh Enterprise Risk Management Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *EQUITY*, 24(2), 245–262. <https://doi.org/10.34209/equ.v24i2.2686>
- Ping Teoh, A., Yeang Lee, K., & Muthuveloo, R. (2017). The Impact of Enterprise Risk Management, Strategic Agility, and Quality of Internal Audit Function on Firm Performance. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 222–229. <http://www.econjournals.com>
- Pranatha, M. A., Moeljadi, M., & Hernawati, E. (2018). Penerapan Enterprise Risk Management dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan di Perusahaan “XYZ.” *Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 17–39. <https://doi.org/10.35590/jeb.v5i1.686>
- Prayanthi, I., & Laurens, C. N. (2020). Effect of Board of directors, Independent Commissioners, and Committee Audits on Financial Performance in the Food and Beverage Sector. *Klabat Journal of Management*], 1(1).
- Widijaya, & Riskiyanto. (2022). Karakteristik Dewan Direksi, Komite Audit, dan Kepemilikan terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 228–248. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/jurep/article/view/1219>
- Yuliani, N. R., & Sukirno. (2018). Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit dan Rasio Leverage terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *PROFITA: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(8), 1–14. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/profita/article/view/13849/13374>

Yunita, S. Y. (2016). Karakteristik Komite Audit dan Kinerja Perusahaan. *Universitas Andalas*.

**ANALISIS KOMPARATIF KONDISI EKONOMI
PEDAGANG KIOS LANTAI 1 DAN PEDAGANG KIOS LANTAI 2
PASAR BESAR NGAWI PASCA REVITALISASI**

Fitus Baskara¹, Hadi Sumarsono²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang
fitus.baskara.1904326@students.um.ac.id¹, hadi.sumarsono.fe@um.ac.id²

ABSTRACT

This study compares the economic conditions of first and second-floor kiosk traders of Pasar Besar Ngawi after the construction and revitalization. Kiosk traders in Pasar Besar Ngawi are the primary subject of this research. For this particular research, the primary data was obtained from 78 respondents. The number of respondents has been calculated through the Slovin formula with a standard error of 10%. Furthermore, the interview method was employed to gather primary data for this research—the interviewees were chosen using a sampling technique known as disproportionate stratified random sampling. The tests used were descriptive statistics and the Mann-Whitney U test. Results show that the market has become deserted, causing many traders to experience a decrease in income and making many traders reduce working hours. A decrease in income was experienced more by traders on the second floor than traders on the first floor. Furthermore, a reduction in working hours was also experienced more by traders on the second floor than traders on the first floor. From the business certainty aspect, traders who stated they could advance were found more on the first floor than the second-floor traders. Furthermore, the results of hypothesis testing through the Mann-Whitney U test prove that there is a significant difference between the income of the first-floor traders and the income of second-floor traders, and there is a significant difference between the profits of first-floor traders and the profits of second-floor traders. The first-floor traders have higher average income than the second-floor traders; also, the first-floor traders have higher average profit than the second-floor traders.

Keywords : traditional market, revitalization, income, business location

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kondisi ekonomi pedagang kios lantai 1 dan pedagang kios lantai 2 Pasar Besar Ngawi pasca pembangunan dan revitalisasi. Subjek dari penelitian ini yakni pedagang kios Pasar Besar Ngawi. Penelitian ini menggunakan data primer sebanyak 78 responden. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%. Pengumpulan data primer dilakukan melalui pedoman wawancara. Teknik sampling yang digunakan adalah disproportionate stratified random sampling. Uji yang digunakan yakni statistik deskriptif dan uji Mann Whitney U. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar menjadi sepi pengunjung sehingga membuat banyak pedagang mengalami penurunan pendapatan dan membuat banyak pedagang memilih mengurangi jam kerja. Penurunan pendapatan lebih banyak dialami oleh pedagang lantai 2 dibandingkan pedagang lantai 1. Selanjutnya, pengurangan jam kerja juga lebih banyak dilakukan oleh pedagang lantai 2 dibandingkan pedagang lantai 1. Dari aspek kepastian usaha, pedagang yang menyatakan dapat maju dalam berjualan jumlahnya lebih banyak ditemukan pada pedagang lantai 1 dibandingkan pedagang lantai 2. Selanjutnya, dari hasil uji hipotesis melalui uji *Mann Whitney U* membuktikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara penerimaan pedagang lantai 1 dan penerimaan pedagang lantai 2, dan terdapat perbedaan yang signifikan antara laba pedagang lantai 1 dan laba pedagang lantai 2. Pedagang lantai 1 memiliki rata-rata penerimaan yang lebih besar dibandingkan pedagang lantai 2, dan pedagang lantai 1 memiliki rata-rata laba yang lebih besar dibandingkan pedagang lantai 2.

Kata kunci : pasar tradisional, revitalisasi, pendapatan, lokasi usaha

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan sektor yang mempunyai kedudukan dan posisi strategis dalam pembangunan perekonomian negara (Qurrata, et al., 2022). Pasar tradisional yang pada hakikatnya merupakan suatu bentuk mendasar dari ekonomi kerakyatan berperan penting sebagai titik utama terjadinya aktivitas perdagangan masyarakat yang dicirikan dengan adanya nilai sosio-ekonomi yang kuat yang dibuktikan dari keberadaan transaksi jual beli yang masih dilakukan secara tawar-menawar. Secara lebih luas lagi, terdapat beberapa peran penting pasar tradisional bagi perekonomian diantaranya yakni sebagai sumber pendapatan daerah, pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, pusat perputaran uang daerah, dan penyedia lapangan pekerjaan terutama bagi kelas menengah kebawah. Dengan melihat pentingnya pasar tradisional dan kontribusinya bagi negara terutama dalam ruang lingkup penyelenggaraan ekonomi berbasis kerakyatan maka dapat diketahui bahwa keberadaan pasar tradisional akan terus dibutuhkan sehingga eksistensinya harus tetap lestari untuk masa mendatang.

Namun pada saat ini di tengah pesatnya arus globalisasi, semakin beragamnya kebutuhan masyarakat yang diikuti dengan tingginya pertumbuhan penduduk mendorong berkembangnya pasar-pasar modern (Darini & Suwendra, 2022). Menurut Dewi (2018), kedudukan pasar modern semakin kuat semenjak diberlakukannya liberalisasi perdagangan ritel di Indonesia yang memungkinkan investasi asing untuk masuk dalam sektor ritel nasional. Keberadaan pasar modern juga turut dianggap berdampak pada berkurangnya daya tarik pasar tradisional. Hasanah (2019) menyatakan bahwa aspek yang menjadikan pasar modern memiliki daya tarik yang lebih tinggi di mata konsumen adalah karena memiliki desain bangunan yang lebih interaktif, terdapatnya display barang yang komunikatif, dan didukung dengan fasilitas-fasilitas pendukung yang sudah modern. Berbeda dengan pasar tradisional yang identik dengan suatu tempat belanja yang kumuh, lokasi lapak yang semrawut, dan terdapatnya fasilitas-fasilitas yang tidak terurus ataupun rusak (Magdina et al., 2018). Dakhoir (2018) menyebutkan aspek lain yang menjadi kekurangan pasar tradisional dibanding pasar modern yakni faktor keamanan yang rendah seperti keberadaan copet, kondisi pasar yang penuh dan sesak, rawan praktik pengurangan timbangan, dan kurang praktis. Adanya kelemahan-kelemahan dan citra negatif yang telah melekat pada pasar tradisional membuat eksistensi pasar jenis ini semakin terancam seiring dengan pesatnya perkembangan pasar-pasar modern di era globalisasi.

Oleh karena itu, pemerintah negara melalui Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, dalam Pasal 13 Ayat (1) telah mengamanatkan bahwa "*Pemerintah bekerja sama dengan pemerintah daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat dalam rangka peningkatan daya saing*". Adapun bentuk pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pasar tradisional yang dimaksud dalam ayat tersebut salah satunya diwujudkan melalui implementasi pembangunan dan/atau revitalisasi pasar rakyat. Menurut Kemendag (2016), revitalisasi pasar rakyat merupakan program yang dicanangkan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia untuk meningkatkan daya saing pasar rakyat, meningkatkan kesejahteraan para pedagang melalui peningkatan omzet, mendukung kelancaran logistik dan distribusi bahan kebutuhan masyarakat, dan mendorong terjadinya penguatan pasar dalam negeri di era persaingan global yang kian terbuka lebar. Menurut Haris et al., (2019) revitalisasi pasar tradisional merupakan perwujudan *good governance* dalam pembangunan daerah yang diimplementasikan melalui manajemen dan tata kelola pemerintah daerah untuk mencapai perbaikan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam pasar. Dalam pelaksanaan program revitalisasi pasar tradisional ini, sasaran program memang bukan hanya menyangkut perbaikan infrastruktur dan tampilan fisik pasar saja, akan tetapi juga diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan para pedagang di dalamnya.

Kabupaten Ngawi adalah salah satu daerah yang telah melaksanakan program revitalisasi pasar tradisional. Program revitalisasi pasar ini diterapkan pada Pasar Besar Ngawi, yakni pasar tradisional dengan skala terbesar yang menjadi pusat perdagangan di

Kabupaten Ngawi. Pasar Besar Ngawi merupakan satu dari empat pasar di Jawa Timur yang dibangun dalam rangka pemulihan ekonomi. Revitalisasi diterapkan dengan merombak total bangunan fisik Pasar Besar Ngawi sehingga menjadi bangunan baru berkonsep dua lantai yang memiliki kondisi tata letak yang lebih rapi, tampilan fisik yang lebih estetik, dan fasilitas-fasilitas yang lebih menunjang sehingga diharapkan mampu menggaet lebih banyak pengunjung. Pasar ini dibangun berdasarkan pada amanat Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2019 dan Peraturan Presiden Nomor 43 Tahun 2019 karena kondisi pasar memang sudah tidak memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152 : 2015 terkait dengan pasar rakyat. Dengan adanya proyek ini, maka diharapkan Pasar Besar Ngawi dapat menjadi pusat perdagangan masyarakat Kabupaten Ngawi sekaligus mendorong perputaran perekonomian daerah yang lebih cepat. (Kementerian PUPR, 2021)

Namun sayangnya, dengan adanya revitalisasi Pasar Besar Ngawi justru dianggap menimbulkan permasalahan baru bagi pedagang. Permasalahan umum yang sering ditemui pasca revitalisasi pasar berkonsep dua lantai yakni adalah kesenjangan aktivitas perdagangan antara pedagang lantai atas dan pedagang lantai bawah. Begitu juga dengan yang terjadi di Pasar Besar Ngawi pasca revitalisasi dimana lantai 2 pasar terlihat sangat sepi dari lalu lalang aktivitas pengunjung. Permasalahan serupa juga terjadi di berbagai daerah sehingga revitalisasi pasar berkonsep dua lantai ini mendapat kritikan dari berbagai pihak. Adanya permasalahan ini diperkuat dengan sebuah penelitian yang dilakukan oleh Pujiastuti (2019) yang berjudul Analisis Revitalisasi Pasar Serta Zonasi Pedagang Terhadap Peningkatan Pendapatan (Studi Kasus Pasar Rejosari Surakarta) menunjukkan hasil bahwa pedagang di lantai bawah memiliki rata-rata pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pedagang di lantai atas. Permasalahan ini menjadi menarik untuk diteliti karena revitalisasi pasar yang seharusnya ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang namun pada kenyataannya justru dianggap memberikan dampak yang merugikan bagi kondisi ekonomi pedagang.

Dengan berlandaskan permasalahan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk membuktikan ada tidaknya perbedaan kondisi ekonomi antara pedagang di lantai 1 dan pedagang 2 Pasar Besar Ngawi pasca revitalisasi. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian dengan judul "Analisis Komparatif Kondisi Ekonomi Pedagang Kios Lantai 1 dan Pedagang Kios Lantai 2 Pasar Besar Ngawi Pasca Revitalisasi".

KAJIAN PUSTAKA

A. Pasar Tradisional

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014, pasar tradisional atau dalam undang-undang disebut dengan istilah pasar rakyat adalah tempat usaha yang ditata, dibangun, dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan/atau Badan Usaha Milik Daerah dapat berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar. Menurut Syarifuddin (2018), pasar tradisional merupakan tempat yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam kegiatan yang bernilai ekonomis melalui aktivitas jual beli barang atau jasa dan bernilai sosial dengan adanya interaksi tawar-menawar, yang dicirikan dengan transaksi jual-beli yang dilaksanakan secara alami dan pedagang melaksanakan penawaran, penjualan, dan transaksi keuangan.

Pasar tradisional dicirikan dengan keberadaan pedagang yang memperjualbelikan produk berbahan lokal sehingga dalam hal ini secara tidak langsung menegaskan bahwa pasar tradisional berperan penting dalam menopang sektor-sektor usaha kecil menengah (Noor, 2013). Menurut Idrus & Nur (2016), pasar tradisional memegang peranan penting dalam perputaran roda ekonomi karena merupakan pusat transaksi jual-beli kebutuhan sehari-hari masyarakat. Selain itu, Brata (2016) menyatakan bahwa pasar tradisional yang sejatinya merupakan representasi nyata dari ekonomi rakyat juga berperan sebagai tempat dimana para pedagang berskala kecil dan menengah menggantungkan hidup. Selain itu,

menurut Susanto (2019), pasar tradisional juga merupakan salah satu penyumbang utama Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui adanya penerimaan retribusi yang diperoleh dari para pedagang pasar. Tidak hanya itu, menurut Wahyono (2017), pasar tradisional juga memiliki peran yang penting bagi perekonomian negara karena pasar tradisional merupakan indikator stabilitas harga, dimana harga pasar merupakan salah satu tolak ukur pengukuran inflasi dan juga penentu kebijakan pemerintah.

Akan tetapi, terlepas dari segala kelebihan dan fungsi penting yang dimiliki pasar tradisional bagi perekonomian, terdapat pula kelemahan yang meliputi pasar jenis ini yang telah melekat sebagai karakter dasar yang sulit untuk dihilangkan. Adapun beberapa kekurangan yang telah menjadi stigma negatif dan ciri khusus dari pasar tradisional secara umumnya yakni rendahnya optimalisasi tata letak dan tata ruang, rendahnya kualitas barang, atmosfer yang terkesan kumuh, permasalahan promosi penjualan, dan keterbatasan jam operasional. Faktor-faktor tersebut secara tidak langsung mengancam eksistensi pasar tradisional itu sendiri di tengah pesatnya arus modernisasi ekonomi yang mendorong pula pesatnya perkembangan pasar-pasar modern (Anam, 2014).

B. Pedagang Pasar Tradisional

Pedagang merupakan unsur terpenting yang membentuk pasar. Menurut Sujatmiko (2014) pedagang diartikan sebagai individu yang melakukan kegiatan perdagangan dengan memperjualbelikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri demi memperoleh keuntungan. Menurut Yusanto & Yunus (2011), perdagangan secara prinsipnya dapat didefinisikan sebagai pertukaran komoditas satu dengan komoditas lain, atau secara umumnya merupakan pertukaran suatu komoditas dengan uang. Berdasarkan definisi tersebut, maka pedagang secara umumnya dapat diartikan sebagai orang yang melakukan transaksi jual beli dengan tujuan melakukan pertukaran barang dengan uang demi memperoleh penghasilan.

Pedagang pasar tradisional merupakan pihak yang memanfaatkan pasar tradisional sebagai wadah atau tempat untuk melakukan perdagangan. Menurut Hamid (2022), kelompok pedagang pasar tradisional merupakan kelompok usaha kecil yang menjadi salah satu aset penting dalam pembangunan ekonomi nasional berbasis kerakyatan. Dalam pengertian ini, pedagang pasar tradisional adalah bagian integral dalam sektor usaha nasional yang mempunyai potensi, kedudukan, dan peran yang strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat ditarik sebuah pengertian bahwasanya pedagang pasar tradisional merupakan representasi nyata ekonomi masyarakat kelas bawah, ekonomi kerakyatan, dan representasi agen aktivitas-aktivitas perdagangan tradisional dalam upayanya mencapai penghidupan dan kesejahteraan yang layak.

C. Revitalisasi Pasar Tradisional

Menurut Kemendag RI (2016), revitalisasi pasar tradisional merupakan kerjasama Pemerintah dengan Pemerintah Daerah untuk meningkatkan performa dan daya saing pasar tradisional di seluruh Indonesia melalui pemberdayaan, pembangunan, dan peningkatan pengelolaan pasar tradisional/rakyat. Pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional berpedoman pada empat prinsip utama yakni revitalisasi fisik, revitalisasi manajemen, revitalisasi budaya dan pendekatan revitalisasi yang didasarkan pada SNI 8152:2015 Pasar Rakyat.

Azizah (2016) menyatakan bahwa revitalisasi pasar merujuk pada perbaikan sistem tata kelola pedagang melalui upaya perubahan cara pandang yang lebih kreatif, visioner, partisipatif sehingga akan lebih baik dalam menjembatani akses produk lokal kepada masyarakat termasuk dalam bekerjasama dan membina para pedagang dan paguyuban pedagang. Menurut Nida (2014), revitalisasi pasar tradisional merupakan upaya dalam mensinergikan segala sumberdaya yang dimiliki pasar tradisional secara integratif dan komprehensif demi mewujudkan peningkatan daya saing pasar tradisional tanpa menghilangkan unsur kekhasan dan keunggulan yang dimiliki pasar tradisional. Selanjutnya, menurut Aprilia (2018), revitalisasi pasar tradisional bertujuan untuk

melakukan penataan pedagang melalui pengembangan pasar tradisional dengan penerapan konsep semi modern.

Selanjutnya, Tambunan (2020) menjelaskan bahwa konsep revitalisasi pasar tradisional bukan hanya berkaitan dengan peningkatan atau perbaikan infrastruktur fisik pasar saja, akan tetap juga berkaitan erat dengan aspek-aspek lain seperti manajemen pasar, unsur kearifan lokal, dan integrasi dengan sektor-sektor lainnya seperti pertanian, UMKM, dan pariwisata. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat Paskarina (dalam Kurniawan, 2022) yang menyatakan bahwa alasan utama yang mendasari dilaksanakannya revitalisasi pasar yakni untuk merubah pandangan masyarakat terhadap kondisi pasar tradisional yang bukan hanya sebagai pusat transaksi ekonomi perdagangan namun juga sebagai sebuah ruang publik yang berfungsi untuk memperbaiki jalur komoditas yang diperdagangkan. Selain itu, Poti & Mahadiansar (2020) berpendapat bahwa revitalisasi pasar tradisional juga dapat mempertahankan kultur, tradisi dan budaya pasar tradisional yang merupakan warisan luhur yang telah melekat pada kebiasaan masyarakat Indonesia sejak lama.

D. Kondisi Ekonomi Pedagang

Abdulsyani (dalam Nurhayati, 2017) mendefinisikan kondisi ekonomi sebagai kedudukan individu dalam kelompok yang ditentukan berdasarkan jenis pendapatan, aktivitas ekonomi, tingkat pendidikan, jabatan, dan jenis rumah tinggal. Berdasarkan definisi tersebut, maka jika dikaitkan dengan aktivitas ekonomi perdagangan, maka kondisi ekonomi pedagang dapat diartikan sebagai sebuah kondisi yang berkaitan dengan upaya pedagang dalam mempertahankan eksistensinya sebagai pelaku ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan pendapatan demi mewujudkan penghidupan yang layak dalam rangka mencapai kesejahteraan hidup.

Pelaksanaan kebijakan publik oleh pemerintah termasuk kebijakan revitalisasi pasar rakyat tentunya diarahkan untuk memberikan dampak positif yang nyata kepada masyarakat sebagai penerima manfaat, dimana salah satu dampak kebijakan tersebut diarahkan untuk meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat. Dampak ekonomi menurut Stynes (dalam Nayoan et al., 2021) dikelompokkan dalam tiga indikator yang meliputi : a) *Direct effect*, yang meliputi dampak terhadap penjualan, kesempatan kerja, pendapatan pajak, dan tingkat pendapatan, b) *Indirect effect*, meliputi dampak terhadap perubahan tingkat harga, perubahan mutu dan jumlah barang dan jasa, perubahan dalam penyediaan properti dan variasi pajak, serta perubahan sosial dan lingkungan, c) *Induced effects*, yang meliputi dampak terhadap pengeluaran rumah tangga, dan peningkatan pendapatan. Dalam penelitian ini, analisis utama dampak ekonomi revitalisasi pasar diukur melalui dampak ekonomi menurut Stynes berupa *direct effect* menggunakan indikator tingkat pendapatan. Pendapatan dalam hal ini dapat diukur dari dua aspek, yakni penerimaan dan laba.

E. Lokasi Usaha

Salah satu komponen penting dalam menjalankan suatu usaha adalah pemilihan lokasi. Menurut Aji & Listyaningrum (2021), lokasi usaha merupakan tempat terbaik yang dipilih pelaku usaha untuk menjalankan usahanya dalam rangka memperoleh pendapatan yang maksimal dengan mempertimbangkan pada aspek-aspek seperti kesesuaian dengan segmentasi pasar, fasilitas, dan kemudahan akses. Lokasi usaha merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan dengan baik oleh pelaku usaha karena tingkat strategisitas suatu lokasi akan menentukan tingkat pendapatan yang diperoleh usaha. Berkaitan dengan hal ini, menurut Hayani (dalam Agustina, 2021), pemilihan lokasi yang tepat merupakan suatu bentuk modal yang diperlukan dalam mencapai tujuan usaha, begitu pula dengan sebaliknya dimana pemilihan lokasi yang salah akan menghambat aktivitas usaha sehingga akan berdampak pada terbatasnya kemampuan usaha dalam memperoleh keuntungan yang maksimum.

Sofiati & Murniawaty (2019) menyatakan bahwa penempatan lokasi pedagang di pasar tradisional ditentukan oleh pengelola pasar sehingga para pedagang tidak dapat berbuat banyak apabila ditempatkan pada lokasi yang tidak strategis yang berpotensi

menurunkan omzet penjualan. Adanya aturan penempatan lokasi pedagang oleh pengelola pasar tentunya membuat pedagang tidak memiliki preferensi untuk menentukan sendiri lokasi berdagang berdasarkan nilai strategisitas suatu lokasi sehingga pedagang terkesan terkekang dalam upayanya memaksimalkan laba. Oleh karena itu, pemerintah sebagai pembuat peraturan perlu untuk memaksimalkan strategisitas lokasi pedagang pasar tradisional melalui penentuan tata letak atau zonasi pedagang dengan pertimbangan terbaik.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai analisis perbandingan kondisi ekonomi antara pedagang lantai 1 dan lantai 2 pasar pasca revitalisasi pernah dilakukan oleh Pujiastuti (2019) melalui penelitiannya yang berjudul "Analisis Revitalisasi Pasar Serta Zonasi Pedagang Terhadap Peningkatan Pendapatan (Studi Kasus Pasar Rejosari Surakarta)". Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh revitalisasi, zonasi, serta penempatan kios berdasarkan lantai terhadap pendapatan pedagang pasar. Metode yang digunakan adalah kuantitatif melalui uji statistik deskriptif, uji Wilcoxon, uji Mann Whitney U, serta uji Kruskal-Wallis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 46,5% pedagang mengalami peningkatan pendapatan pasca revitalisasi. Pedagang di lantai bawah memiliki rata-rata pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pedagang di lantai atas, dan pedagang yang ada di zona kering memiliki rata-rata pendapatan yang tertinggi dibandingkan dengan zona lainnya.

G. Hipotesis

Adapun hipotesis yang dirumuskan untuk dibuktikan jawabannya dalam penelitian ini yakni :

H₁ : Terdapat perbedaan yang signifikan antara penerimaan pedagang lantai 1 dan penerimaan pedagang lantai 2

H₂ : Terdapat perbedaan yang signifikan antara laba pedagang lantai 1 dan laba pedagang lantai 2.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dalam digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif bersifat komparatif. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang digunakan yakni data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi pustaka. Selanjutnya, diketahui bahwa jumlah populasi pedagang Pasar Besar Ngawi yang menempati kios adalah sebesar 364 pedagang. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan taraf signifikansi 10%, maka dapat ditentukan jumlah sampel yang digunakan yakni sebesar 78 responden. Penelitian ini menggunakan konsep uji perbandingan antara kondisi ekonomi pedagang lantai 1 dan kondisi ekonomi pedagang lantai 2 sehingga dari total sampel sebesar 78 orang akan dibagi menjadi dua kelompok, sehingga masing-masing kelompok sampel akan menjadi : 39 pedagang kios lantai 1 (n_1) dan 39 pedagang kios lantai 2 (n_2). Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yakni *disproportionate stratified random sampling*. Menurut Sinambela (2014), *disproportionate stratified random sampling* yakni teknik yang digunakan jika populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara tidak proporsional.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan uji hipotesis. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk memaparkan perbandingan kondisi pendapatan, kondisi jam kerja, kepastian usaha, dan distribusi frekuensi penerimaan dan laba. Selanjutnya analisis utama yang digunakan dalam penelitian ini yakni uji hipotesis untuk menguji ada tidaknya perbedaan penerimaan dan laba antara pedagang lantai 1 dan pedagang lantai 2. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji *independent sample test*. Menurut Silalahi (2015), uji *independent sample test* adalah uji untuk membandingkan rata-rata dari dua kelompok yang tidak berhubungan satu sama lain, digunakan untuk menentukan apakah secara signifikan kedua kelompok tersebut mempunyai rata-rata yang sama atau tidak. Uji ini dilakukan melalui *independent t test* atau *z-test* untuk parametrik dan uji *Mann Whitney U* untuk non-parametrik. Sebelum dilakukan uji beda sampel

independen, diperlukan uji prasyarat berupa uji normalitas dan homogenitas untuk menentukan apakah uji yang dilakukan berupa parametrik atau nonparametrik. Uji normalitas dan homogenitas menggunakan taraf signifikansi 5%. Dalam penelitian ini, berhubung sampel yang digunakan adalah berjenis sampel besar ($n_1 \geq 30, n_2 \geq 30$) dengan jumlah 46 pedagang lantai 1 (n_1) dan 46 pedagang lantai 2 (n_2), maka jenis uji beda rata-rata sampel independen yang digunakan adalah berupa uji *z-test* untuk uji parametrik. Sedangkan, untuk uji nonparametrik, maka uji hipotesis yang digunakan adalah uji *Mann-Whitney U*. Taraf signifikansi yang digunakan dalam uji hipotesis ini adalah sebesar 5%.

Adapun kriteria keputusan pengujian dari uji *Mann-Whitney U* yaitu :

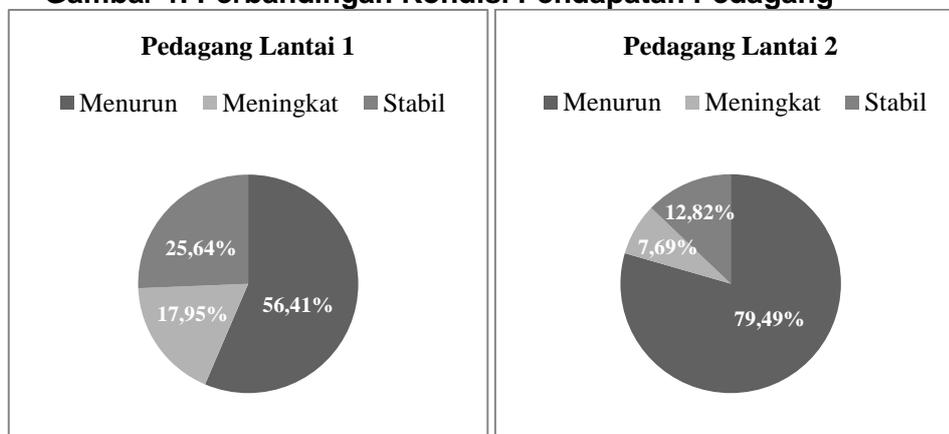
- 1) Jika nilai Asymp.Sig (2-tailed) < 0,05, maka terdapat perbedaan yang signifikan.
- 2) Jika nilai Asymp.Sig (2-tailed) > 0,05, maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

HASIL & PEMBAHASAN

A. Analisis Komparatif Aktivitas Perdagangan Pedagang Pasca Revitalisasi

1) Kondisi Pendapatan

Gambar 1. Perbandingan Kondisi Pendapatan Pedagang



Sumber : Data diolah, 2023

Diagram diatas menunjukkan perbandingan perubahan pendapatan pedagang pasca revitalisasi Pasar Besar Ngawi. Pada pedagang lantai 1, perubahan pendapatan didominasi oleh terjadinya penurunan pendapatan sebanyak 56,41% responden, diikuti pendapatan yang stabil sebanyak 25,64% responden, dan peningkatan pendapatan sebanyak 17,95% responden. Selanjutnya pada pedagang lantai 2, perubahan pendapatan didominasi pula dengan terjadinya penurunan pendapatan sebanyak 79,49% responden, diikuti pendapatan yang stabil sebanyak 12,82% responden, dan peningkatan pendapatan sebanyak 7,69% responden. Dari penjabaran tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas pedagang, baik pedagang lantai 1 maupun pedagang lantai 2 mengalami penurunan pendapatan. Mayoritas pedagang menyatakan bahwa secara umumnya penurunan pendapatan pasca revitalisasi dapat terjadi karena pasar cenderung sepi dari aktivitas pengunjung sehingga hal tersebut berpengaruh pula pada menurunnya tingkat pembelian. Hal ini senada dengan pernyataan Sofiati & Murniawaty (2019) yang menyatakan bahwa permasalahan yang banyak ditemui pasca revitalisasi yakni kondisi pasar cenderung menjadi lebih sepi pengunjung. Selain itu, menurut pernyataan para pedagang, salah satu alasan lain yang menyebabkan terjadinya penurunan pendapatan baik pada pedagang lantai 1 dan pedagang lantai 2 adalah karena sebagian besar pembeli mengalami kehilangan pelanggan tetap seiring dengan berpindahnya pedagang ke kios baru.

Dari diagram diatas, dapat diketahui bahwa penurunan pendapatan lebih banyak terjadi pada pedagang lantai 2 dibandingkan pedagang lantai 1, dimana pada lantai 2 penurunan pendapatan dialami oleh 79,49% responden, sedangkan pada lantai 1 penurunan pendapatan dialami oleh 56,41% responden. Menurut pendapat para pedagang, permasalahan sepi pengunjung pada lantai 2 ini disebabkan karena

lantai 2 memiliki masalah berupa aksesibilitas lokasi yang lebih rendah dibandingkan lantai 1. Para pedagang menyatakan bahwa mereka banyak kehilangan pelanggan setelah dipindahkan ke lantai 2, khususnya pelanggan dari kalangan lanjut usia. Hal tersebut terjadi karena kondisi tangga yang cukup tinggi atau curam sehingga membuat pengunjung pasar khususnya dari kalangan lanjut usia dengan segala keterbatasan kondisi fisiknya enggan untuk naik ke lantai atas. Dalam hal ini, dapat diketahui bahwa pedagang lantai 1 diuntungkan dengan adanya aspek aksesibilitas lokasi yang lebih baik dibandingkan lantai 2.

2) Kondisi Jam Kerja

Gambar 2. Perbandingan Kondisi Jam Kerja Pedagang

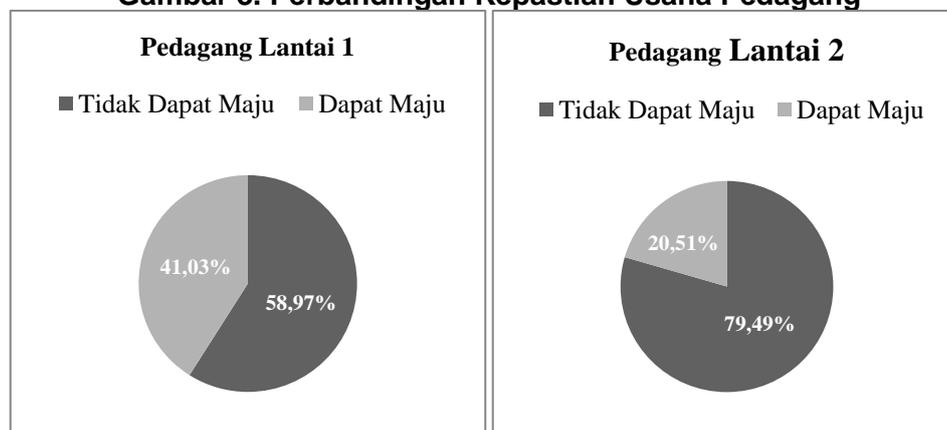


Sumber : Data diolah, 2023

Diagram diatas menunjukkan perubahan jam kerja para pedagang setelah diadakan revitalisasi Pasar Besar Ngawi. Pada lantai 1, 35,90% responden menyatakan mengurangi jam kerja, 48,72% responden tidak merubah jam kerja, dan 15,38% responden menambah jam kerja. Selanjutnya, pada lantai 2, 48,72% responden menyatakan mengurangi jam kerja, 41,03% responden tidak merubah jam kerja, dan 10,26% responden menambah jam kerja. Dari data tersebut diketahui bahwa pengurangan jam kerja dilakukan baik oleh pedagang lantai 1 maupun pedagang lantai 2. Secara umumnya, alasan pedagang memilih untuk mengurangi jam kerja berdagang baik dengan cara buka lebih lambat ataupun tutup lebih awal adalah karena kondisi pasar yang semakin sepi pengunjung setelah revitalisasi dan pembangunan Pasar Besar Ngawi. Pengurangan jam kerja lebih banyak terjadi pada pedagang lantai 2 dibandingkan pada lantai 1, dimana pada lantai 2 penurunan jam kerja dialami oleh 48,72% responden, lebih besar dibandingkan lantai 1 yang hanya sebanyak 35,90 % responden. Hal ini dapat terjadi karena kondisi lantai 2 jauh lebih sepi dibandingkan lantai 1 sehingga hal ini menyebabkan mayoritas pedagang lantai 2 memilih untuk mengurangi jam kerja dalam berjualan.

3) Kepastian Usaha

Gambar 3. Perbandingan Kepastian Usaha Pedagang



Sumber : Data diolah, 2023

Pada diagram diatas dapat diketahui bahwa pada lantai 1, 58,97% responden menyatakan tidak dapat maju sewaktu berjualan dan sisanya sebesar 41,03% mengaku dapat maju sewaktu berjualan. Sedangkan pada lantai 2, 79,49% responden menyatakan bahwa mereka tidak dapat maju sewaktu berjualan dan sisanya sebesar 20,51% mengaku dapat maju waktu berjualan. Pada diagram diatas, diketahui bahwa mayoritas pedagang pada lantai 1 maupun lantai 2 menyatakan tidak dapat maju waktu berjualan. Namun, pedagang lantai 1 dapat dianggap memiliki kepastian usaha yang lebih baik dibanding pedagang lantai 2 karena pedagang lantai 1 yang menyatakan dapat maju memiliki jumlah yang lebih banyak yakni 41,03% responden, sedangkan pada lantai 2 hanya 20,51% responden yang menyatakan dapat maju. Adapun pedagang yang menyatakan tidak dapat maju beralasan bahwa mereka tidak berani menambah modal dikarenakan mereka takut jika menambah modal maka akan berdampak merugikan bagi profitabilitas usaha mereka. Maksud dari pernyataan tersebut adalah jika pedagang menambah modal, mereka takut jumlah pembeli tetap atau bahkan menurun maka nantinya akan berdampak pada menurunnya keuntungan yang mereka terima. Setelah adanya revitalisasi, mayoritas pedagang cenderung mengurangi modal sehingga turut berpengaruh pada berkurangnya kuantitas dan variasi jenis barang dagangan mereka.

B. Analisis Komparatif Penerimaan dan Laba Pedagang Pasca Revitalisasi

1) Analisis Deskriptif Penerimaan Pedagang

Dalam perhitungan analisis deskriptif penerimaan pedagang ini dibagi menjadi 2 kategori yakni penerimaan pedagang lantai 1 dan penerimaan pedagang lantai 2. Penerimaan atau pendapatan kotor yang diterima pedagang Pasar Besar Ngawi sangat variatif dan dapat dikelompokkan ke dalam 7 golongan yang meliputi : kurang dari atau sama dengan Rp. 41.053.000, Rp. 41.053.001 sampai dengan Rp. 82.106.000, Rp. 82.106.001 sampai dengan Rp. 123.159.000, Rp. 123.159.001 sampai dengan Rp. 164.212.000, Rp. 164.212.001 sampai dengan Rp. 205.265.000, Rp. 205.265.001 sampai dengan Rp. 246.318.000, dan lebih dari atau sama dengan Rp. 246.318.001.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Penerimaan Pedagang (Per Bulan)

No	Jenis Pedagang	Penerimaan (Rp)	Frekuensi	%	Rata-rata Penerimaan (Rp)	
1	Pedagang lantai 1	≤ 41.053.000	25	64,1	47.600.000	
		41.053.001 - 82.106.000	8	0		
		82.106.001 - 123.159.000	3	20,5		
		123.159.001 - 164.212.000	1	1		
		164.212.001 - 205.265.000	1	7,69		
		205.265.001 - 246.318.000	0	2,56		
		≥ 246.318.001	1	2,56		
				-		
				2,56		
2	Pedagang lantai 2	≤ 41.053.000	37	94,8	12.742.308	
		41.053.001 - 82.106.000	1	7		
		82.106.001 - 123.159.000	1	2,56		
		123.159.001 - 164.212.000	0	2,56		
		164.212.001 - 205.265.000	0	-		
		205.265.001 - 246.318.000	0	-		
			0	-		
			0	-		
				-		
				-		

		≥ 246.318.001			
--	--	---------------	--	--	--

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan distribusi frekuensi penerimaan pedagang selama berjualan dalam periode 1 bulan. Dalam tabel tersebut diketahui bahwa pada lantai 1, sebagian besar responden atau sebanyak 64,10% responden memperoleh penerimaan kurang dari atau sama dengan Rp. 41.053.000, diikuti penerimaan Rp. 41.053.001 sampai dengan Rp. 82.106.000 sebanyak 20,51% responden, penerimaan Rp. 82.106.001 sampai dengan Rp. 123.159.000 sebanyak 7,69% responden, penerimaan Rp. 123.159.001 sampai dengan Rp. 164.212.000 sebanyak 2,56% responden, penerimaan Rp. 164.212.001 sampai dengan Rp. 205.265.000 sebanyak 2,56% responden, penerimaan Rp. 205.265.001 sampai dengan Rp. 246.318.000 sebanyak 0% responden, dan penerimaan lebih dari atau sama dengan Rp. 246.318.001 sebanyak 2,56% responden. Rata-rata penerimaan pedagang lantai 1 selama berjualan dalam periode satu bulan yakni sebesar Rp. 47.600.000.

Selanjutnya pada lantai 2, sebagian besar responden atau sebanyak 94,87% responden memperoleh penerimaan kurang dari atau sama dengan Rp. 41.053.000, diikuti penerimaan Rp. 41.053.001 sampai dengan Rp. 82.106.000 sebanyak 2,56% responden, penerimaan Rp. 82.106.001 sampai dengan Rp. 123.159.000 sebanyak 2,56% responden, dan penerimaan diatas nilai tersebut tidak ada. Rata-rata penerimaan yang diperoleh pedagang lantai 2 selama berjualan dalam periode satu bulan adalah sebesar Rp. 12.742.308.

2) Analisis Deskriptif Laba Pedagang

Dalam perhitungan analisis deskriptif laba pedagang ini dibagi menjadi 2 kategori yakni laba pedagang lantai 1 dan laba pedagang lantai 2. Laba atau pendapatan bersih yang diterima pedagang Pasar Besar Ngawi sangat variatif dan dapat dikelompokkan ke dalam 7 golongan yang meliputi : kurang dari atau sama dengan Rp. 4.960.000, Rp. 4.960.001 sampai dengan Rp. 9.920.000, Rp. 9.920.001 sampai dengan Rp. 14.880.000, 14.880.001 sampai dengan Rp. 19.840.000, Rp. 19.840.001 sampai dengan 24.800.000, Rp. 24.800.001 sampai dengan Rp. 29.760.000, dan lebih dari atau sama dengan Rp. 29.760.001.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Laba Pedagang (Per Bulan)

No	Jenis Pedagang	Laba (Rp)	Frekuensi	%	Rata-rata Laba (Rp)
1	Pedagang lantai 1	≤ 4.960.000	28	71,7	5.131.793
		4.960.001 - 9.920.000	4	9	
		9.920.001 - 14.880.000	3	10,2	
		14.880.001 - 19.840.000	2	6	
		19.840.001 - 24.800.000	1	7,69	
		24.800.001 - 29.760.000	0	5,13	
		≥ 29.760.001	1	2,56	
2	Pedagang lantai 2	≤ 4.960.000	34	87,1	2.347.626
		4.960.001 - 9.920.000	2	8	
			2	5,13	
			1	5,13	

	9.920.001 -	0	2,56	
	14.880.000	0	-	
	14.880.001 -	0	-	
	19.840.000		-	
	19.840.001 -			
	24.800.000			
	24.800.001 -			
	29.760.000			
	≥ 29.760.001			

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan distribusi frekuensi laba yang diperoleh pedagang selama berjualan dalam periode 1 bulan. Dari data tersebut diketahui bahwa pada pedagang lantai 1, mayoritas responden berada pada kategori laba kurang dari atau sama dengan Rp. 4.960.000 yakni sebanyak 71,79% responden, laba Rp. 4.960.001 sampai dengan Rp. 9.920.000 sebanyak 10,26% responden, laba Rp. 9.920.001 sampai dengan Rp. 14.880.000 sebanyak 7,69% responden, laba 14.880.001 sampai dengan Rp. 19.840.000 sebanyak 5,13% responden, laba Rp. 19.840.001 sampai dengan 24.800.000 sebanyak 2,56% responden, laba Rp. 24.800.001 sampai dengan Rp. 29.760.000 sebanyak 0% responden, dan laba lebih dari atau sama dengan Rp. 29.760.001 sebanyak 2,56% responden. Rata-rata laba yang diperoleh pedagang lantai 1 selama periode 1 bulan berjualan adalah sekitar Rp. 5.131.793.

Selanjutnya pada pedagang lantai 2, mayoritas responden berada pada kategori laba kurang dari atau sama dengan Rp. 4.960.000 yakni sebanyak 87,18% responden, diikuti laba Rp. 4.960.001 sampai dengan Rp. 9.920.000 sebanyak 5,13% responden, laba Rp. 9.920.001 sampai dengan Rp. 14.880.000 sebanyak 5,13% responden, laba Rp. 14.880.001 sampai dengan Rp. 19.840.000 sebanyak 2,56 % responden, dan untuk laba diatas nilai tersebut tidak ada. Rata-rata laba yang diperoleh pedagang lantai 2 selama periode 1 bulan berjualan adalah sekitar Rp. 2.347.626.

C. Uji Beda Penerimaan Pedagang Lantai 1 dan Penerimaan Pedagang Lantai 2 Pasar Besar Ngawi

1) Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan adalah uji Shapiro-Wilk. Taraf signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%.

Tabel 3. Output SPSS Uji Normalitas Penerimaan Pedagang
Tests of Normality

Pedagang	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Penerimaan Lantai 1	.235	39	.000	.710	39	.000
Lantai 2	.351	39	.000	.475	39	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan hasil uji normalitas Shapiro-Wilk yang telah diolah melalui aplikasi SPSS. Dari hasil uji normalitas Shapiro-Wilk, diketahui bahwa nilai Sig. (signifikansi) untuk penerimaan pedagang lantai 1 yaitu 0,00 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,00 < 0,05$) yang berarti bahwa data tidak berdistribusi normal. Selanjutnya untuk penerimaan pedagang lantai 2 diketahui nilai Sig. (signifikansi) yaitu 0,00 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,00 < 0,05$) yang berarti bahwa data tidak berdistribusi normal. Dari hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal sehingga syarat untuk melakukan uji parametrik tidak terpenuhi. Oleh karena itu, uji beda sampel independen yang dipilih adalah pengujian non parametrik berupa *Mann-Whitney-U-Test*.

2) Uji Homogenitas

Uji homogenitas yang digunakan yakni uji *Levene Test*. Taraf signifikansi yang ditetapkan adalah sebesar 5%.

Tabel 4. Output SPSS Uji Homogenitas Penerimaan Pedagang
Test of Homogeneity of Variances

Penerimaan			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
18.133	1	76	.000

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan hasil uji homogenitas *Levene Test* menggunakan bantuan aplikasi pengolah data SPSS. Dari hasil uji homogenitas diketahui bahwa nilai Sig.(signifikansi) yang diperoleh yakni 0,00 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,00 < 0,05$) yang berarti bahwa data tersebut tidak memiliki varians yang sama. Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa data penerimaan pedagang tidak homogen.

3) Uji Mann Whitney U

Taraf signifikansi yang ditetapkan dalam uji *Mann Whitney U* ini adalah sebesar 5%.

Tabel 5. Output SPSS Uji Mann-Whitney U Penerimaan Pedagang
Test Statistics^a

	Penerimaan
Mann-Whitney U	321.000
Wilcoxon W	1101.000
Z	-4.399
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Grouping Variable: Pedagang

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan hasil uji *Mann Whitney U* yang diolah melalui *software* SPSS. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yakni 0,00 lebih kecil dari dari $\alpha = 0,05$ ($0,00 < 0,05$). Oleh karena itu, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara penerimaan pedagang lantai 1 dan penerimaan pedagang lantai 2.

D. Uji Beda Laba Pedagang Lantai 1 dan Laba Pedagang Lantai 2 Pasar Besar Ngawi

1) Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan adalah uji Shapiro-Wilk. Taraf signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%.

Tabel 6. Output SPSS Uji Normalitas Laba Pedagang
Tests of Normality

Pedagang	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Laba Lantai 1	.300	39	.000	.699	39	.000
Lantai 2	.308	39	.000	.621	39	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan hasil uji normalitas Shapiro-Wilk yang telah diolah melalui aplikasi SPSS. Dari hasil uji normalitas Shapiro-Wilk, diketahui bahwa nilai Sig. (signifikansi) untuk laba pedagang lantai 1 yaitu 0,00 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,00 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Selanjutnya untuk laba pedagang lantai 2 diketahui nilai Sig. (signifikansi) yaitu 0,00 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,00 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Dari hasil uji

normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal sehingga syarat untuk melakukan uji parametrik tidak terpenuhi. Oleh karena itu, uji beda sampel independen yang dipilih adalah pengujian non parametrik berupa *Mann-Whitney-U-Test*.

2) Uji Homogenitas

Uji homogenitas yang digunakan yakni uji *Levene Test*. Taraf signifikansi yang ditetapkan adalah sebesar 5%.

**Tabel 7. Output SPSS Uji Homogenitas Laba Pedagang
Test of Homogeneity of Variances**

Laba			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
9.221	1	76	.003

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan hasil uji homogenitas Levene Test menggunakan bantuan aplikasi pengolah data SPSS. Dari hasil uji homogenitas diketahui bahwa nilai Sig.(signifikansi) yang diperoleh yaitu 0,003 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,003 < 0,05$) yang berarti bahwa data tersebut tidak memiliki varians yang sama. Oleh karena itu maka dapat bahwa data penelitian tidak homogen.

3) Uji Mann Whitney U

Taraf signifikansi yang ditetapkan dalam uji *Mann Whitney U* ini adalah sebesar 5%.

**Tabel 8. Output SPSS Uji Mann Whitney U Laba Pedagang
Test Statistics^a**

	Laba
Mann-Whitney U	553.000
Wilcoxon W	1333.000
Z	-2.074
Asymp. Sig. (2-tailed)	.038

a. Grouping Variable:
Pedagang

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan hasil uji *Mann Whitney U* yang diolah melalui *software* SPSS. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,038 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,038 < 0,05$). Oleh karena itu, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara laba pedagang lantai 1 dan laba pedagang lantai 2.

E. PEMBAHASAN

Dari hasil penjabaran data diketahui bahwa secara umumnya banyak pedagang yang mengalami penurunan pendapatan sebagai akibat dari kondisi pasar yang menjadi sepi pengunjung setelah revitalisasi. Selain itu, sepi nya kondisi pasar juga menyebabkan banyak pedagang memilih untuk mengurangi jam kerja berdagang mereka, baik dengan buka lebih lambat ataupun tutup lebih awal. Pada aspek kondisi pendapatan, diketahui bahwa penurunan pendapatan lebih banyak dialami oleh pedagang lantai 2 dibandingkan pedagang lantai 1. Pada lantai 1 penurunan pendapatan dialami oleh 56,41% responden, sedangkan pada lantai 2 penurunan pendapatan dialami oleh 79,49% responden. Jika dilihat dari aspek kondisi jam kerja, diketahui bahwa pengurangan jam kerja lebih banyak dilakukan oleh pedagang lantai 2 dibandingkan pedagang lantai 1. Pada lantai 1 pengurangan jam kerja dilakukan oleh 35,90% responden, sedangkan pada lantai 2 pengurangan jam kerja dilakukan oleh 48,72% responden. Selanjutnya, dari aspek kepastian usaha, pedagang lantai 1 cenderung memiliki kepastian usaha yang lebih baik

dibandingkan pedagang lantai 2 dimana pedagang yang menyatakan dapat maju lebih banyak ditemukan pada lantai 1 dibandingkan pada lantai 2. Pada lantai 1, jumlah pedagang yang menyatakan dapat maju dalam berjualan yakni sebanyak 41,03% responden, sedangkan pada lantai 2 pedagang yang menyatakan dapat maju dalam berjualan yakni sebanyak 20,51% responden.

Dari hasil analisis komparatif aktivitas perdagangan tersebut dapat diketahui bahwa pedagang yang mengalami penurunan pendapatan jumlahnya lebih banyak ditemukan pada pedagang lantai 2 dibandingkan pedagang lantai 1. Permasalahan ini dapat terjadi karena sebelum adanya revitalisasi dan pembangunan Pasar Besar Ngawi, semua pedagang bertempat pada lantai 1 pasar. Setelah adanya pembangunan dan revitalisasi Pasar Besar Ngawi, maka diberlakukan penempatan jenis pedagang berdasarkan lantai dimana pedagang sembako, sayuran, beras, buah, cabai, ikan, kelapa, kopi, plastik, dan lain sebagainya ditempatkan di lantai 1, sedangkan pedagang pakaian, makanan, minuman, aksesoris, alat tulis, jam tangan, topi, kaca mata, kain, tas, sandal, sepatu, dan lain sebagainya ditempatkan di lantai 2. Dalam hal ini, maka pedagang-pedagang yang ditempatkan di lantai 2 setelah revitalisasi pasar tentunya merasakan dampak negatif yang lebih besar dibandingkan pedagang lantai 1 karena kondisi lantai 2 cenderung lebih sepi pengunjung dibandingkan pada lantai 1.

Selanjutnya, dari hasil analisis indikator utama kondisi ekonomi berupa penerimaan dan laba, maka dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara kondisi ekonomi pedagang lantai 1 dan pedagang lantai 2. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji hipotesis melalui uji beda sampel independen yang membuktikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara penerimaan pedagang lantai 1 dan penerimaan pedagang lantai 2, dan terdapat perbedaan yang signifikan antara laba pedagang lantai 1 dan laba pedagang lantai 2. Dari hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa rata-rata penerimaan yang diperoleh pedagang lantai 1 lebih besar dibandingkan rata-rata penerimaan pedagang lantai 2. Rata-rata penerimaan per bulan pedagang lantai 1 adalah sebesar Rp. 47.600.000, lebih besar dari rata-rata penerimaan pedagang lantai 2 yang hanya sebesar Rp. 12.742.308. Selanjutnya untuk indikator laba per bulan, rata-rata laba yang diterima pedagang lantai 1 lebih besar dibandingkan rata-rata laba pedagang lantai 2. Rata-rata laba yang diperoleh pedagang lantai 1 yakni Rp. 5.131.793, lebih besar dari rata-rata laba pedagang lantai 2 yang hanya sebesar Rp. 2.347.626. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pujiastuti (2019) yang berjudul Analisis Revitalisasi Pasar Serta Zonasi Pedagang Terhadap Peningkatan Pendapatan (Studi Kasus Pasar Rejosari Surakarta) dengan hasil penelitian yang membuktikan bahwa pedagang di lantai bawah memiliki rata-rata pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pedagang di lantai atas.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Banyak pedagang yang mengalami penurunan pendapatan karena kondisi pasar menjadi sepi setelah revitalisasi. Penurunan pendapatan lebih banyak terjadi pada pedagang lantai 2 dibandingkan pada pedagang lantai 1.
2. Banyak pedagang yang mengurangi jam kerja karena kondisi pasar menjadi sepi setelah revitalisasi. Pengurangan jam kerja lebih banyak dilakukan oleh pedagang lantai 2 dibandingkan pedagang lantai 1.
3. Pedagang lantai 1 dapat dianggap memiliki kepastian usaha yang lebih baik dibandingkan pedagang lantai 2. Pedagang yang menyatakan dapat maju sewaktu berjualan lebih banyak ditemukan pada lantai 1 dibandingkan pada lantai 2.
4. Terdapat perbedaan yang signifikan antara penerimaan pedagang lantai 1 dan penerimaan pedagang lantai 2. Rata-rata penerimaan pedagang lantai 1 lebih besar dibandingkan rata-rata penerimaan pedagang lantai 2.

5. Terdapat perbedaan yang signifikan antara laba pedagang lantai 1 dan laba pedagang lantai 2. Rata-rata laba pedagang lantai 1 lebih besar dibandingkan rata-rata laba pedagang lantai 2.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, terdapat beberapa saran dari pihak pedagang dan penulis yang diharapkan dapat diterapkan oleh dinas terkait untuk menyelesaikan permasalahan menurunnya pendapatan pedagang dan terjadinya kesenjangan aktivitas perdagangan antara pedagang lantai 1 dan pedagang lantai 2. Adapun saran-saran tersebut dijabarkan sebagai berikut :

1. Mengupayakan adanya peningkatan aktivitas pengunjung di lantai 2 Pasar Besar Ngawi dengan cara mempermudah akses pengunjung untuk menuju lantai 2 pasar melalui penambahan fasilitas fisik, misalnya dengan membangun eskalator.
2. Menggencarkan lagi pelaksanaan program dan *event* di Pasar Besar Ngawi untuk menarik minat masyarakat berkunjung ke Pasar Besar Ngawi.
3. Memperkuat bantuan modal untuk membantu pedagang agar dapat bertahan ditengah kondisi Pasar Besar Ngawi yang semakin sepi pembeli pasca revitalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. (2021). *Hubungan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Pedagang Pakaian Pasar Aceh Di Kota Banda Aceh)*. Banda Aceh : Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 6(1), 87-102. <https://doi.org/10.32528/jiai.v6i1.5067>
- Aprilia, R. (2018). Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang. *Economics Development Analysis Journal*, 6(2), 215-221. <https://doi.org/10.15294/edaj.v6i2.22219>
- Azizah, S. N. (2016). Analisis Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Tumenggungan Terhadap Pendapatan Pedagang dan Evaluasi Manajemen Tata Kelola Pedagang Pasar. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* 15(2), 22-36. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v15i2.67>
- Anam, C. (2014). Analisis Revitalisasi Pasar Tanjung Dalam Rangka Penguatan Pedagang Pasar Di Era Bisnis Modern. *SAINTEKBU : Jurnal Sains Dan Teknologi*, 7(1), 1-44. <https://doi.org/10.32764/saintekbu.v7i1.70>
- Brata, I. B. (2016). Pasar Tradisional di Tengah Arus Budaya Global. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1-12. <https://www.neliti.com/publications/102449/pasar-tradisional-di-tengah-arus-budaya-global>
- Dakhoir, A. (2018). Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional Dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 14(1), 31-41. <https://doi.org/10.23971/jsam.v14i1.783>
- Darini, K.I.W., & Suwendra, I.W. (2022) Persepsi Masyarakat Terhadap Revitalisasi Pasar Tradisional di Pasar Rakyat Banjar, Desa Banjar, Kabupaten Buleleng. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 122-128. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v10i1.33872>
- Dewi, N. K. D. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Pasar Tradisional di Era Liberalisasi Perdagangan. *Law Reform*, 14(1), 1-14. <https://doi.org/10.14710/lr.v14i1.20232>
- Hamid, A. M. (2022). Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang di Pasar Lembung. *Adilla : Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 5(2), 51-68. <https://doi.org/10.52166/adilla.v5i2.3225>
- Haris, R. A., Muzayyana, E., & Irawati, P., I. (2019). Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Mewujudkan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kabupaten Sumenep. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 4(2), 137-148. <https://doi.org/10.26905/pjiap.v4i2.3284>

- Hasanah, N. (2019). Pasar Resisting Mall: A Cross-Cultural Ethnographic Of Economic Traditional Market. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 3(3), 307-320. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v3i3.199>
- Idrus, M. I., & Nur, M., J. (2016). Peranan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pada Pasar Pa'baeng-Baeng di Kecamatan Tamalate Kota Makassar). *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 1-13. <https://doi.org/10.26618/jeb.v12i2.1999>
- Kementerian PUPR. (2021). *Dukung Ekonomi Masyarakat Menteri Basuki Dampingi Presiden Resmikan Pasar Besar Ngawi*. Diakses pada 18 Januari 2023 melalui <https://pu.go.id/berita/dukung-ekonomi-masyarakat-menteri-basuki-dampingi-presiden-resmikan-pasar-besar-ngawi>
- Kemendag. (2016). *Konsep Revitalisasi Pasar Rakyat*. Diakses pada 18 Januari 2023 melalui <https://ews.kemendag.go.id/revitalisasi/KonsepRevitalisasi.aspx>
- Kurniawan, I. D., Suyatno, Puspita, K. M., Fadhilah, L. D., Akbar, M. A., & Fikran, M. F. D. (2022). Efek Program Revitalisasi Pada Pasar Gede Harjonagoro di Kota Surakarta Sebagai Bentuk Memajukan Ekonomi Kerakyatan. *Research Fair Unisri*, 6 (2), 1-12. <https://doi.org/10.33061/rsfu.v6i2.7963>
- Magdina, T. M., Nasution, M. A., & Thamrin, H. (2018). Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional oleh Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan. *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial Dan Budaya (Journal of Social and Cultural Anthropology)*, 4(1), 45-52. <https://doi.org/10.24114/antro.v4i1.9967>
- Nayoan, T., Lengkong, F. D. J., & Londa, V. Y. (2021). Dampak Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar (Studi di Pasar Rakyat Desa Poopo Utara Kecamatan Ranoyapo Kabupaten Minahasa Selatan). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 7(103), 29-37.
- Nida, M. M. (2014). Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Surakarta. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 10(2), 166-174. <https://doi.org/10.14710/pwk.v10i2.7647>
- Noor, A. (2013). Perlindungan Terhadap Pasar Tradisional di Tengah Ekspansi Pasar Ritel Modern. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 107-120. <https://doi.org/10.21580/economica.2013.4.2.782>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Kondisi Ekonomi Terhadap Tingkat Pendidikan Anak Di Desa Sinar Tebudak Kecamatan Tujuh Belas. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Untan*, 6(7), 1-8. <http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v6i7.20997>
- Poti, J., & Mahadiansar, M. (2020). Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional : Studi Pasar Akau Potong Lembu Kota Tanjungpinang. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 6(3), 294-309. <https://doi.org/10.26618/kjap.v6i3.4165>
- Pujiastuti, Y. (2019). *Analisis Revitalisasi Pasar Serta Zonasi Pedagang Terhadap Peningkatan Pendapatan (Studi Kasus Pasar Rejosari Surakarta)*. Surakarta : Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret
- Qurrata, V. A., Supratman, R. G., & Khuzaimah, R. B. (2022). Strategi Ketahanan Pasar Rakyat di Masa Pandemi Covid-19. *Inovasi*, 18(1), 105-111. <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i1.10365>
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung : PT Refika Aditama
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sofiati, A. M., & Murniawaty, I. (2019). Pengaruh Lokasi Usaha, Pengalaman Usaha dan Pengelolaan Pasar Terhadap Omzet Penjualan Pedagang Setelah Revitalisasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 588-604. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31490>
- Sujatmiko, E. (2014). *Kamus Ips Cetakan I*. Surakarta: Aksara Sinergi Media

- Susanto, R. Y. (2019). Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2), 39-47. <https://doi.org/10.33366/ref.v6i2.1203>
- Syarifuddin, D. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 15(1), 19-32. <https://doi.org/10.17509/jurel.v15i1.11266>
- Tambunan, Tulus. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. Bogor : IPB Press
- Wahyono, B. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(4), 388 - 399. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/ekonomi/article/view/7163>
- Yusanto, M. I., & Yunus M. A. (2011). *Pengantar Ekonomi Islam*. Bogor : Al Azhar

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (STUDI KASUS PT. PETROKIMIA GRESIK)

Oleh:

Muhammad Nafi' Aziz¹, Erry Andhaniwati^{2*}

^{1,2*}(Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia)

nafiputraarema@gmail.com¹, dhani.erry@gmail.com^{2*}

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui apakah keterlibatan pemakai, dukungan manajemen puncak, dan kemampuan teknik personal memiliki pengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi. Yang menjadi objek penelitian adalah PT. Petrokimia Gresik, dengan populasi sebanyak 55 karyawan departemen akuntansi dan keuangan diperoleh sampel penelitian menggunakan simple random sampling sebanyak 48 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis partial least square (PLS) dengan bantuan smartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan keterlibatan pemakai dan dukungan manajemen puncak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi sedangkan kemampuan teknik personal tidak berpengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi.

Kata Kunci: Kinerja Sistem Informasi Akuntansi, Keterlibatan pemakai, Dukungan Manajemen Puncak, Kemampuan Teknik Personal

ABSTRACT

This study determined whether user involvement, top management support, and personal technical skills influence the performance of the accounting information systems. The object of research was PT. Petrokimia Gresik, with a population of 55 employees of the accounting and finance department which obtained a research sample using simple random sampling of 48 respondents. This study uses a partial least square (PLS) analysis technique with the help of smartPLS 3.0. The results showed that user involvement and top management support had a significant effect on the performance of the accounting information system, while personal technical skills had no effect on the performance of the accounting information system.

Key words: the performance of the accounting, user involvement, top management support, personal technical skills

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memiliki dampak pada seluruh sektor industri, terutama sektor keuangan yaitu akuntansi. Salah satu perkembangan teknologi informasi dapat dibuktikan dengan munculnya berbagai sistem dan perangkat teknologi sebagai penunjang kegiatan operasional perusahaan, seperti sistem informasi akuntansi. Hal ini akan membantu mempermudah karyawan atau pegawai perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaan. Setelah teknologi informasi dikembangkan dalam perusahaan, maka sistem informasi akuntansi akan semakin baik juga.

Sistem informasi akuntansi (SIA) adalah suatu sistem yang mengumpulkan, mencatat, dan memproses sata keuangan maupun non-keuangan yang berkaitan dengan transaksi keuangan untuk menghasilkan sebuah informasi. SIA digunakan untuk mengumpulkan dan menyimpan data tentang aktivitas-aktivitas yang telah dilakukan oleh organisasi dan sumber daya manusia yang dipengaruhi oleh aktivitas-aktivitas tersebut (Ferdianti, 2017). SIA merupakan sebuah teknik utama dalam pencatatan akuntansi yang akan dicantumkan dilaporan keuangan perusahaan. Perangkat teknologi informasi yang digunakan untuk mengolah, menyimpan dan menyajikan data yang dapat mendukung SIA yaitu komputer. Dengan menggunakan komputer, pengolahan dan pencatatan data akuntansi akan lebih mudah menggunakan software tentunya sangat mendukung proses kerja yang awalnya memerlukan waktu yang cukup lama, dapat diselesaikan dengan waktu yang relative lebih

singkat sehingga data yang diperoleh akan lebih berkualitas dan akurat.

PT. Petrokimia Gresik adalah perusahaan produsen pupuk terlengkap yang ada di Indonesia. PT. Petrokimia turut serta mendukung program pemerintah dalam rangka meningkatkan produksi pertanian dan ketahanan pangan nasional. PT. Petrokimia memproduksi berbagai macam produk pupuk seperti: urea, ZA, SP36, ZK, NPK, dan produk pupuk lainnya. Penelitian ini dilakukan kepada pemakai sistem informasi keuangan perusahaan, seperti pegawai divisi akuntansi dan keuangan, perpajakan serta bendaharawan PT. Petrokimia Gresik. Untuk mengetahui seberapa baik kinerja SIA pada PT. Petrokimia Gresik, maka dapat dilihat pada salah satu hasil kinerja SIA yaitu dari segi pendapatan PT. Petrokimia Gresik dari tahun 2015 hingga tahun 2019 berikut:

Tabel 1
Grafik Laba Tahun Berjalan PT. Petrokimia Gresik



Sumber: laporan keuangan tahunan PT. Petrokimia Gresik

Dari grafik diatas dapat diamati bahwa laba tahun berjalan selama periode 2015 hingga 2019 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2015, laba tahun berjalan sebesar Rp1.550.981.000 dan mengalami penurunan pada tahun 2016 sebesar 0,09% sehingga total laba yang diterima sebesar Rp1.407.385.000, pada tahun 2017 juga mengalami penurunan dengan total laba sebesar Rp873.667.000, namun pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebanyak 51,3% dengan total laba Rp1.796.129.000, pada tahun 2019 laba tahun berjalan kembali menurun sebanyak 31,2% dengan total laba Rp1.368.682.000. dari hasil pengamatan, ditemukan bahwa laba tahun berjalan selama periode 2015-2019 cenderung mengalami penurunan.

PT. Petrokimia Gresik merupakan salah satu perusahaan terbesar di Kota Gresik yang dituntut untuk terus mengikuti perkembangan zaman termasuk dalam pemakai sistem informasi akuntansi. Karena hampir semua aktivitas organisasi dalam perusahaan telah menggunakan aplikasi dan otomatisasi teknologi sistem informasi akuntansi dengan menggunakan sistem application product (SAP). Sistem Application Product (SAP) merupakan produk perangkat lunak enterprise resource planning (ERP) yang mempunyai kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai macam aplikasi bisnis, yang mana setiap aplikasi tersebut akan mewakili area-area bisnis tertentu. Hal tersebut akan membuat perusahaan dapat memberikan pelayanan dengan cepat, mudah, dan lebih efektif seperti penyajian laporan keuangan yang cepat, tepat, dan akurat. Berdasarkan pengamatan, masih terdapat human error seperti kesalahan pegawai dalam menyalin dan memposting kode rekening pendapatan, kesalahan dalam melakukan perhitungan, dan masih banyak lagi.

Adanya SIA yang baik dapat didukung dengan kinerja pegawai yang baik pula. Kinerja adalah sebuah tingkatan pencapaian dari hasil kerja yang didapat oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing (Sutrisno & Majied, 2020). Perusahaan memiliki harapan kepada seseorang yang dapat berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas yang dibebankan kepadanya. Dengan demikian, perusahaan yang memiliki sistem informasi dan kinerja pegawai yang baik maka perusahaan akan mencapai tujuan sesuai dengan yang diharapkan.

Perusahaan akan memiliki kinerja yang baik dengan memiliki sistem informasi akuntansi yang baik. Dimana SIA digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan oleh

pihak-pihak yang membutuhkan informasi tersebut dan juga penentu dalam kesuksesan perusahaan. SIA dikatakan baik apabila pengguna dan organisasi dapat memanfaatkan sistem informasi tersebut secara efektif. Sistem informasi akuntansi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu keterlibatan pemakai dalam pengembangan SIA tersebut, dukungan manajemen puncak, dan kemampuan teknis personal (Rusdi & Megawati, 2011).

Dalam pengembangan sistem informasi, ada berbagai faktor yang dapat memengaruhi pengembangan kinerja sistem informasi tersebut. Maka dari itu perlu dilakukannya analisis terkait faktor-faktor tersebut yang akan mempengaruhi jalannya pengembangan kinerja sistem informasi. Beberapa faktor yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu keterlibatan pemakai, dukungan manajemen puncak, dan kemampuan teknik personal. Dilihat dari grafik rata-rata labatahun berjalan yang dihasilkan oleh PT Petrokima Gresik yang fluktuatif dan cenderung mengalami penurunan ini menjadi dasar yang melatarbelakangi penelitian ini.

LANDASAN TEORI

Technology Acceptance model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model penerimaan pengguna terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Davis, 1993). Teori ini menjelaskan bahwa penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi untuk melihat penerima pemakaian sebuah sistem informasi. Teori TAM ini meyakini pemakaian sistem informasi dapat meningkatkan kinerja individu maupun instansi disamping itu kemudahan dalam pemakaian sistem informasi tersebut juga diperlukan. Hal ini berdampak pada pengaruh baik bagi perusahaan, juga dapat meningkatkan partisipasi pemakai dalam pengembangan sistemnya. Kemampuan teknik personal juga akan memudahkan individu dalam menggunakan sistem informasi, dan akan meningkatkan kepuasan pemakai dalam penggunaan sistem informasi tersebut.

Sistem Informasi Akuntansi (SIA)

Romney & Steinbert (2018:11) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi merupakan sebuah sistem yang mengumpulkan, merekam, menyimpan, dan memproses data akuntansi dan data-data lainnya untuk menghasilkan sebuah informasi bagi pihak lain. Termasuk juga orang, prosedur dan intruksi, perangkat lunak, data, infrastruktur teknologi informasi, kontrol internal, dan langkah-langkah keamanan. Sistem informasi akuntansi adalah suatu sistem yang meliputi proses, prosedur, dan sistem yang berisi data akuntansi ke dalam sebuah catatan yang sesuai, kemudian dirangkum dan diklasifikasikan secara terperinci sehingga dapat dilaporkan dengan ringkas kepada pengguna internal maupun eksternal perusahaan.

Tujuan digunakannya sistem informasi akuntansi ini oleh perusahaan adalah untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan dalam sehari-hari, mendukung manajemen dalam mengambil keputusan, dan memenuhi kewajiban yang berkaitan dengan pertanggungjawaban. Sistem ini berfungsi sebagai sistem yang berisi mengenai informasi organisasi dan lingkungan yang ada disekitarnya. Terdapat dua pemakai sistem informasi akuntansi ini yaitu pemakai internal (manajer dan staf manajer, dan dewan direksi) dan pemakai eksternal (pemegang saham, investor, kreditur, auditor eksternal, karyawan, badan pemerintah, pemasok, organisasi nirlaba, dan masyarakat).

Keterlibatan Pemakai

Keterlibatan pemakai dalam sistem informasi akuntansi dirasa penting demi keberlangsungan sistem tersebut. Keterlibatan pemakai adalah keikutsertaan oleh anggota perusahaan dalam proses pengembangan sistem. (Rusdi & Megawati, 2011) mengatakan apabila anggota organisasi ikut berpartisipasi dalam proses pengembangan sistem informasi akuntansi maka anggota tersebut akan merasa puas dengan menggunakan sistem tersebut dan akan lebih merasa bertanggungjawab dalam pekerjaannya sehingga kinerja sistem informasi akuntansi akan mengalami peningkatan. Pemakai dapat memperkirakan kebutuhan informasi yang dibutuhkan secara lengkap dan akurat. Apabila terjadi hambatan dalam menggunakan sistem informasi tersebut dapat diketahui penyebabnya secara langsung sehingga dapat diperbaiki sendiri tanpa harus dibantu oleh orang lain.

Dukungan Manajemen Puncak

Manajemen puncak selaku penyelenggara sistem harus ikut serta dalam pengembangan sistem tersebut. Dukungan manajemen puncak adalah kegiatan yang dilakukan oleh serangkaian direktur atau kepala divisi dan sebagainya dalam bentuk mengatur, mengarahkan, serta menjaga perilaku bawahan. Dukungan ini menggambarkan tugas, hak, dan kewajiban para pemakai dan perilaku yang sesuai dengan *jobdesc* pemakai. (Cahyadi et al., 2020) mengatakan bahwa seorang pemimpin memiliki tugas untuk memberikan sosialisasi dalam pengembangan sistem informasi tersebut sehingga pemakai akan termotivasi untuk ikut serta berpartisipasi dalam pengembangan sistem. Dukungan manajemen puncak yang tinggi akan meningkatkan kinerja sistem informasi yang dapat ditinjau dari kepuasan pemakai yang lebih intensif.

Kemampuan Teknik Personal

Menurut (Wira Satria & Asmara Putra, 2019) kemampuan ialah kapasitas seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan. Kemampuan berkaitan dengan karakter individu, dimana tingkat kemampuan setiap individu akan berbeda sesuai dengan pengetahuan dan ketrampilan masing-masing. Perkembangan teknologi terutama pada sistem, harus diimbangi dengan kemampuan dari pemakai teknologi sehingga tidak ada kendala karena ketidaksesuaian antara teknologi dengan pemakainya. Kemampuan teknik personal yaitu kemampuan seseorang dalam penggunaan operasi dan olah sistem menjadi informasi yang dibutuhkan secara cepat, tepat, akurat, berkualitas, dan dapat dipercaya. Oleh sebab itu, setiap pemakai sistem harus memiliki kemampuan yang memadai sehingga dapat menguasai penggunaan sistem yang berbasis komputer.

METODOLOGI

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kuantitatif. Objek yang akan diteliti adalah PT. Petrokimia Gresik, dengan populasi sebanyak 55 orang yaitu karyawan departemen akuntansi dan keuangan, ditentukan sampel menggunakan teknik probability sampling dengan rumus Slovin diperoleh sebanyak 48 responden. Data yang digunakan adalah data primer yang bersumber dari internal perusahaan yaitu karyawan sebagai pemakai sistem informasi akuntansi pada PT. Petrokimia Gresik. Teknik pengumpulan data yaitu dengan kuisioner yang dibagikan kepada sampel penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis PLS dengan bantuan software smartPLS 3.0, dan dianalisa melalui tiga tahap yaitu analisa outer model, analisa inner model, dan uji hipotesis. Teknik analisis ini ditujukan untuk menganalisis variabel bebas (X) yaitu keterlibatan pemakai (X1), dukungan manajemen puncak (X2), dan kemampuan teknik personal (X3) dan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu kinerja sistem informasi akuntansi (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

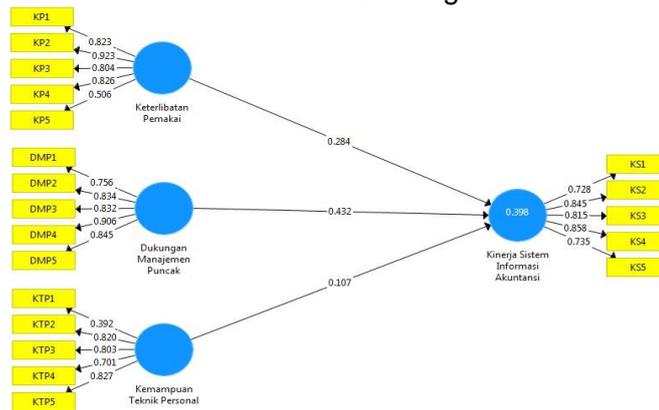
Hasil Uji Outer Model

Dari gambar output PLS dibawah, dapat dilihat besarnya nilai faktor loading tiap indikator yang berada diatas tanda panah diantara variabel dan indikator, besarnya koefisien jalur (path coefficients) yang terletak diatas garis panah antara variabel eksogen dan variabel endogen.

Selain itu dapat melihat besarnya R Square yang berada didalam lingkaran variabel endogen (variabel kinerja sistem informasi akuntansi).

Convergent Validity dilihat dari nilai loading factor diatas 0,7 untuk penelitian bersifat confirmatory, dan nilai loading factor diatas 0,6-0,7 untuk penelitian bersifat exploratory. Apabila pada model awal loading factor (tahap 1) telah memenuhi convergent validity maka penelitian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya, namun bila model awal tidak memenuhi maka harus dilakukan modifikasi pada model (tahap 2).

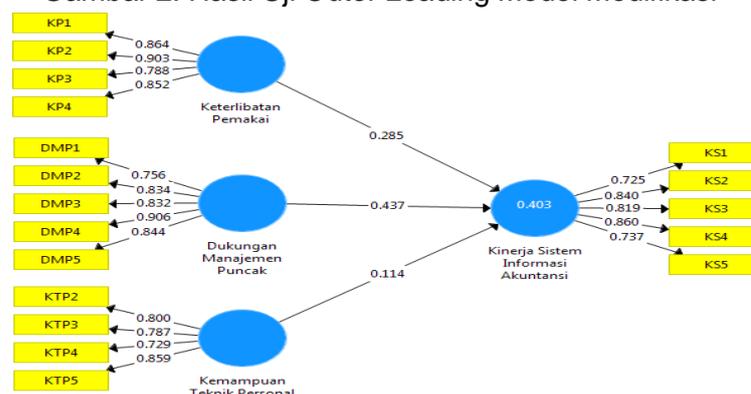
Gambar 1 Hasil Outer Loading Model Awal



Tabel 1 Hasil Perhitungan Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading		Keterangan
		Tahap 1	Tahap 2	
Keterlibatan Pemakai (X1)	X1.1	0,823	0,823	Valid
	X1.2	0,923	0,923	Valid
	X1.3	0,804	0,804	Valid
	X1.4	0,826	0,826	Valid
	X1.5	0,506	Dropp	Valid
Dukungan Manajemen Puncak (X2)	X2.1	0,756	0,756	Valid
	X2.2	0,834	0,834	Valid
	X2.3	0,832	0,832	Valid
	X2.4	0,906	0,906	Valid
	X2.5	0,845	0,845	Valid
Kemampuan Teknik Personal (X3)	X3.1	0,392	Dropp	Valid
	X3.2	0,820	0,820	Valid
	X3.3	0,803	0,803	Valid
	X3.4	0,701	0,701	Valid
	X3.5	0,827	0,827	Valid
Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y)	Y.1	0,728	0,728	Valid
	Y.2	0,845	0,845	Valid
Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y)	Y.3	0,815	0,815	Valid
	Y.4	0,858	0,858	Valid
	Y.5	0,735	0,735	Valid

Gambar 2. Hasil Uji Outer Loading Model Modifikasi



Sumber: olah data, output smartPLS

Berdasarkan tabel 1 diatas, diketahui pada tahap awal pengujian terdapat indikator yang memiliki nilai kurang dari 0,7 ($< 0,7$) yaitu pada nilai indikator X1.5 dan X3.1 dengan nilai masing-masing 0,506 dan 0,392. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator X1.5 dan X3.1 tidak layak digunakan sebagai indikator untuk menjelaskan masing-masing variabel X1 dan X3 sehingga harus dikeluarkan dari model.

Dilihat dari hasil pengujian outer loading tahap 2, nilai *loading factor* variabel keterlibatan pemakai (X1), variabel dukungan manajemen puncak (X2), dan variabel kemampuan teknik personal (X3) menunjukkan diatas 0,70, dengan demikian pengujian ini dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan pengujian selanjutnya.

Tabel 1
AVE Discriminant Validity, Cronbach Alpha, dan Composite Reliability

Variabel	AVE		
	Dis. Validity	Cronbach Alpha	Composite Reliability
Keterlibatan Pemakai (X1)	0,699	0,893	0,920
Dukungan Manajemen Puncak (X2)	0,632	0,819	0,873
Kemampuan Teknik Personal (X3)	0,727	0,878	0,914
Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y)	0,637	0,857	0,897

Sumber: olah data, output smartPLS

Discriminant Validity digunakan untuk mengetahui apakah konstruk mempunyai diskriminan yang mencukupi (AS Ardiansah, 2017). Dari tabel 1, dapat diketahui nilai AVE dari discriminant validity semua variabel laten diatas lebih besar dari 0,5. Dimana apabila nilai AVE

$> 0,5$ maka berarti pengujian valid.

Uji reliabilitas dilakukan guna memberikan bukti adanya akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrument dalam pengukuran konstruk ((Eka Widiyastuti, 2020). Terdapat dua cara yaitu Cronbach's alpha (nilainya lebih dari 0,5) dan composite reliability (nilainya lebih dari 0,7) Dari tabel 1 diatas, menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's alpha $> 0,5$ dan nilai composite reliability $> 0,7$. Hal ini membuktikan bahwa kuesioner sudah cukup reliable karena tingkat konsistensi dan keakuratan yang baik.

Hasil Uji Inner Model

Tabel 2
R-Square dan Q-Square

Variabel	R-Square	Q-Square
Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y)	0,403	0,230

Sumber: olah data, output smartPLS

Koefisien determinan (R-Square) digunakan sebagai pengukur banyaknya variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dapat dilihat dari tabel 2 yang menunjukkan nilai R-Square sebesar 0,403, yang diartikan kinerja sistem informasi akuntansi dapat dijelaskan oleh variabel keterlibatan pemakai (X1), dukungan manajemen puncak (X2), dan kemampuan teknik personal (X3) sebanyak 40,3% sedangkan sisanya 59,7% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel penelitian ini.

Predictive relevance (Q-Square) dilakukan untuk menjelaskan sintesis dari validasi dan fungsi fitting dengan prediksi dari variabel manifest dan estimasi dari parameter konstruk. Dilihat dari tabel diatas, model penelitian kurang memiliki predictive relevance karena nilai $Q^2 < 0$.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat ditentukan dengan melihat nilai probabilitas (P-values) dengantaraf uji 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikansi P-Values >0,05 maka hipotesis tidak diterima dan sebaliknya, jika nilai signifikansi P-Values < 0,05 maka hipotesis diterima.

Tabel 3 Hasil Uji P-Values

Direct effects	P-Values
Keterlibatan pemakai (X1) □ Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y)	0,022
Dukungan Manajemen Puncak (X2) □ Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y)	0,001
Kemampuan Teknik Personal (X3) □ Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Y)	0,425

Sumber: olah data, output smartPLS

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat disimpulkan:

1. Variabel keterlibatan pemakai (X1), menghasilkan nilai P-Values sebesar 0,022 yang kurang dari taraf uji ($0,022 < 0,02$). Maka dari itu hipotesis 1, berarti keterlibatan pemakai memiliki pengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi.
2. Variabel dukungan manajemen puncak (X2), memiliki nilai P-Values sebesar 0,001 yang lebih kecil dari taraf uji ($0,001 < 0,05$). Maka hipotesis 2 diterima, berarti dukungan manajemen puncak memiliki pengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi.
3. Variabel kemampuan teknik personal (X3), menunjukkan nilai P-Values sebesar 0,425 yang lebih besar dari taraf uji ($0,425 > 0,05$). Maka hipotesis 3 ditolak, berarti kemampuan teknik personal tidak berpengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi.

PEMBAHASAN

Pengaruh keterlibatan pemakai (X1) terhadap kinerja sistem informasi akuntansi

Berdasarkan hasil pengujian dijelaskan bahwa keterlibatan pemakai berpengaruh signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi. Hal ini membuktikan adanya partisipasi pemakai dalam pengembangan sistem informasi. Pemakai juga turut serta merasakan manfaat dari sistem informasi yang digunakannya, sehingga diharapkan pemakai lebih bertanggung jawab pada pekerjaannya dan dapat ikut mengembangkan sistem informasi apabila terjadi kendala. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (N. K. D. L. Putri & Karyada, 2020), (Wira Satria & Asmara Putra, 2019), dan (Zulaeha & Sari, 2020) yang menyimpulkan bahwa keterlibatan pemakai berpengaruh signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi, namun bertolak belakang dengan penelitian (Pebrianti et al., 2021) yang mengatakan bahwa keterlibatan pemakaitidak berpengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi.

Dukungan manajemen puncak (X2) terhadap kinerja sistem informasi akuntansi

Berdasarkan hasil pengujian, dukungan manajemen puncak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi. Hal ini membuktikan pimpinan atau manajemen puncak yang mahir dalam menggunakan komputer mempunyai harapan yang tinggi terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi, perencanaan operasi sistem informasi yang ada, dan selalu memperhatikan evaluasi kinerja sistem informasi yang digunakan didepartemen pengguna. Manajemen puncak selaku penyelenggara sistem informasi juga harus menyediakan sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan para penggunanya. Apabila kepuasan pengguna sistem informasi meningkat, maka kinerja sistem akan meingkat pula. Sesuai dengan penelitian Lase & Yando (2021), (N. K. D. L. Putri & Karyada, 2020), dan (Aryatama, 2017) yang menyimpulkan bahwa kinerja sistem informasi akuntansi dipengaruhi oleh dukungan manajemen puncak. Namun bertolak belakang dengan penelitian (Rusdi & Megawati, 2011) dan (Pebrianti et al., 2021) yang menyatakan dukungan manajemen puncak tidak berpengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi.

Kemampuan teknik personal (X3) terhadap kinerja sistem informasi akuntansi

Berdasarkan hasil pengujian, kemampuan teknik personal tidak mempengaruhi kinerja sistem informasi akuntansi. Hal ini membuktikan bahwa pengguna atau pemakai yang tidak memiliki kemampuan spesialis dalam menjalankan sistem komputerisasi yang ada juga

dapat menggunakan sistem informasi. Karena kemampuan dan keahlian dapat diasah dan dipelajari sehingga pemakai yang semula tidak dapat menjalankan sistem informasi menjadi bias karena berkeinginan untuk bias menggunakannya. Tidak ada penelitian yang mendukung, akan tetapi bertolak belakang dengan penelitian (N. M. K. D. Putri & Srinadi, 2020), (Wira Satria & Asmara Putra, 2019), (Aryatama, 2017), dan (Arik Puji Rahmawati & Taudlikhul Afkar, 2020) bahwa kemampuan teknik personal berpengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian, maka dapat ditarik kesimpulan berikut:

1. Keterlibatan Pemakai berpengaruh signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi.
2. Dukungan Manajemen Puncak berpengaruh signifikan terhadap kinerja sistem informasi akuntansi.
3. Kemampuan Teknik Personal tidak berpengaruh terhadap kinerja sistem informasi akuntansi.

SARAN

Diharapkan bagi penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan sampel penelitian dan variabel lain guna mengetahui adanya perubahan terhadap hasil penelitian atau tidak. Peneliti dapat dilakukan langsung di lapangan guna mengetahui kondisi sesungguhnya sesuai dengan hasil penelitian atau tidak. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan evaluasi guna mengembangkan sistem informasi akuntansi yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arik Puji Rahmawati, & Taudlikhul Afkar. (2020). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Pt. Bina Area Persada. *Journal of Sustainability Business Research (JSBR)*, 1(1), 149–156. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.2975>
- Aryatama, R. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada PT.PLN (Persero) ULP Teluk Kuantan. 518–532.
- Cahyadi, W., Mukhlisin, M., & Pramono, S. E. (2020). Pengaruh Dukungan Manajemen Puncak Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Pada Perusahaan Asuransi Syariah. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(1), 66–76. <https://doi.org/10.31289/jab.v6i1.2995>
- Ferdianti, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah di Kabupaten Gunungkidul). *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, 49(125), 1–9.
- Pebrianti, N. K., Merawati, L., & Yuliasuti, I. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA LPD DI KECAMATAN SELAT KABUPATEN KARANGASEM. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(1), 268. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i1.11511>
- Putri, N. K. D. L., & Karyada, I. P. F. (2020). Pengaruh Keterlibatan Pemakai, Kompleksitas tugas Dan Dukungan Manajer Terhadap Efektivitas Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Pada Koperasi Simpan Pinjam Di Kecamatan Denpasar Selatan. *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 851–883.
- Putri, N. M. K. D., & Srinadi, N. L. P. (2020). Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi Dan Kemampuan Teknik Personal Terhadap Efektivitas Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Di Lpd Kecamatan Ubud. *Widya Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.32795/widyaakuntansi.v2i1.537>
- Rusdi, D., & Megawati, N. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi (Sia). *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, 49(125).
- Sutrisno, & Majied, A. (2020). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit terhadap Pengendalian Internal pada PT.Ace Hardware Indonesia. *Jurnal Lentera Akuntansi*, 5(2), 74–82. <http://repository.unair.ac.id/99512/>

- Wira Satria, I. G. N. W., & Asmara Putra, I. N. W. (2019). Pengaruh Kemampuan Teknik Personal, Keterlibatan Pemakai, Pendidikan dan Pelatihan pada Efektivitas Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 763. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p28>
- Zulaeha, S., & Sari, A. P. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri. *Invoice : Jurnal Ilmu Akuntansi*, 2(1),1–11. <https://doi.org/10.26618/inv.v2i1.3180>

PREDIKSI *FINANCIAL DISTRESS* MENGGUNAKAN *ARTIFICIAL NEURAL NETWORK* (ANN) PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2017-2021

¹Resky Awalia, ²Farida Titik Kristanti

^{1,2}Faculty of Economics and Business, Telkom University, Bandung, Indonesia
Reskyawalia@student.telkomuniversity.ac.id, Faridatk@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

The *Earnings Per Share (EPS)* value from 2017 to 2021 shows how banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) did. Several banking companies experienced a decrease in *EPS* values from 2017 to 2021 and even obtained a negative *EPS* value which could indicate that the company identified as having a poor profit growth value and even triggering financial distress. This study plans to foresee the event of monetary trouble in financial organizations recorded on the Indonesia Stock Trade for the 2017-2021 period by utilizing a Fake Brain Organization. The info boundaries utilized are monetary proportions, specifically the ongoing proportion, return on resources, obligation to-resource proportion, and complete resource turnover. The results of the study show that the four ratios are suitable for use as input parameters because they provide significant differences between companies that declared distress and non-distress. This study's prediction process utilized an ANN architecture consisting of 20 neurons as the input layer, 5 neurons as the hidden layer, and 1 neuron as the output layer, achieving the highest accuracy of 87 percent.

Keywords: Artificial Neural Network, Financial Distress, Financial Ratios.

ABSTRAK

Kinerja perusahaan perbankan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) digambarkan dengan nilai *Earnings Per Share (EPS)* dari tahun 2017 hingga tahun 2021. Beberapa asosiasi perbankan mengalami penurunan nilai *EPS* dari 2017 hingga 2021 bahkan sampai memperoleh nilai *EPS* negatif yang dapat menunjukkan bahwa perusahaan diidentifikasi memiliki nilai pertumbuhan laba yang kurang baik bahkan memicu terjadinya *financial distress*. Penelitian ini bertujuan guna memprediksi terjadinya *financial distress* atas asosiasi perbankan yang tercantum di BEI periode 2017-2021 melalui pemakaian *Artificial Neural Network*. Parameter input yang digunakan adalah rasio keuangan yaitu *current ratio*, *return on asset*, *debt to asset ratio*, dan *total asset turn over*. Hasil penelitian menegaskan kalau keempat rasio tersebut cocok guna dipakai selaku parameter input sebab memberikan kontras yang signifikan antara asosiasi yang dinyatakan *distress* serta *non-distress*. Arsitektur ANN yang dipakai atas siklus prediksi penelitian ini adalah dengan 20 neuron sebagai *input layer*, 5 neuron sebagai *hidden layer*, serta 1 neuron sebagai *output layer* dengan hasil akurasi terbaik yaitu 87%.

Kata Kunci : Artificial Neural Network, Financial Distress, Rasio Keuangan.

PENDAHULUAN

Kondisi ekonomi suatu negara menjadi salah satu hal penting dalam kemajuan negara. Kondisi baik atau buruknya negara akan memberikan dampak kepada kesejahteraan dan kemajuan masyarakatnya. Kondisi perekonomian yang buruk pada suatu negara biasanya diawali dengan kesulitan keuangan pada suatu perusahaan bahkan sampai terjadi kebangkrutan. Banyak perusahaan besar yang terkenal secara global seperti pada beberapa bisnis terkemuka yang pernah menjadi ikon industri mengalami kondisi *financial distress* (Fredrick & Osazemen C., 2018).

Istilah kesulitan keuangan telah digunakan sejak lama untuk menggambarkan berbagai masalah keuangan yang mempengaruhi perusahaan. Namun, *Financial Distress*

tidak memiliki definisi yang pasti karena bisa dipahami beragam perspektif. Di sisi lain, Sidhu et al. (2023) juga menyatakan bahwa kesulitan keuangan adalah situasi yang tidak diinginkan yang dapat menyebabkan kegagalan bisnis dalam suatu organisasi. Paule-Vianez et al. (2020) menegaskan *Financial distress selaku* bentuk keadaan saat asosiasi memiliki masalah pada solvabilitas pada tingkat yang berbeda dari bisnis yang dijalankan tanpa bantuan eksternal perusahaan dan pengurangan nilai perusahaan yang mencapai pada titik kebangkrutan. Enumah & Chang (2021) menyatakan bahwa *financial distress* tidak memiliki makna yang pasti namun secara luas diartikan sebagai kondisi yang menunjukkan suatu perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya. Asosiasi dikatakan menghadapi tantangan moneter ketika pendapatan organisasi tidak dapat menutupi komitmennya sehingga memaksa perusahaan melakukan restrukturisasi atau perubahan rencana pembayaran utang (Muparuri & Gumbo, 2022). Melihat seberapa besar akibat yang dapat timbul jika *financial distress* terjadi pada perusahaan, menjadikan prediksi terhadap *financial distress* urgent guna dilangsungkan.

Prediksi *financial distress* yakni satu hal yang vital dilakukan untuk dapat menjaga kesejahteraan perusahaan dan mengantisipasi terjadinya *financial distress*. Prediksi *financial distress* menjadi langkah awal dalam mendeteksi tanda-tanda awal *financial distress* pada keuangan perusahaan (Paule-Vianez et al., 2020). Prediksi *financial distress* memiliki pengaruh bagi pemangku kepentingan perusahaan dalam proses pengambilan keputusan. Pada pasar bursa, prediksi *financial distress* bisa dipakai guna membantu investor menghindari investasi atas asosiasi yang menjalani *financial distress*. Sedangkan bagi kreditur, prediksi *financial distress* dapat memberikan informasi agar kreditur dapat menghindari pemberian pinjaman guna asosiasi yang mejalani *financial distress* dan mengetahui keadaan moneter pada perusahaan (Kristianto & Rikumahu, 2019).

Kondisi moneter asosiasi harus terlihat dari ringkasan fiskal melalui proporsi moneter. Earning Per Share (EPS) dapat dipakai guna menilai kesehatan keuangan asosiasi dengan beberapa cara, salah satunya dengan melihat kesehatan keuangan asosiasi atau laba bersih per saham pada laporan keuangan. EPS negatif telah banyak digunakan pada penelitian sebelumnya untuk mengukur *financial distress* semacam pengkajian yang dilangsungkan atas (Pranita & Kristanti, 2020). Penelitian tersebut menyebutkan bahwa EPS digunakan karena EPS dapat mencerminkan keuntungan yang diperoleh perusahaan, sehingga jika perusahaan memperoleh EPS negatif maka perusahaan mengalami kerugian. Selain itu, pengukuran *financial distress* dengan menggunakan EPS pula dilangsungkan atas Alamsyah et al. (2021) yang menegaskan kalau asosiasi yang menjalani *financial distress* memegang nilai EPS negatif. Penelitian lain juga menggunakan EPS negatif sebagai alat ukur guna mengkaji terjadinya *financial distress* yang dilangsungkan atas Zhou et al. (2022), Nur & Panggabean (2020), Chen (2011), Chen.W & Du (2009), dan Ozkan-Gunay & Ozkan (2007). Selain itu, Dianova & Nahumury (2019) juga menyebutkan kalau *financial distress* yakni pengurangan keadaan moneter asosiasi dari kinerja perusahaan yang menurun dan memiliki nilai EPS negatif.

Kinerja asosiasi perbankan yang tercantum pada BEI digambarkan melalui nilai EPS atas tahun 2017 hingga tahun 2021. Total asosiasi perbankan yang tercantum di BEI dari tahun 2017 hingga 2021 sebanyak 41 perusahaan. Dari 41 perusahaan perbankan yang tercantum, terdapat beberapa perusahaan yang mengalami penurunan nilai EPS dari tahun sebelumnya bahkan sampai mengalami nilai EPS negatif. Dari beragam asosiasi perbankan yang tercantum di BEI, perusahaan ARTO menjalani EPS negatif selama 4 tahun berturut-turut sejak 2017 hingga 2020 dengan nilai EPS negatif mencapai -97,19 pada tahun 2019. Selain itu, perusahaan BEKS juga mengalami EPS negatif selama kurun waktu yang lebih lama yakni 5 tahun berkelanjutan atas periode pengkajian ini. Berikut merupakan data gambaran fluktuasi angka perolehan nilai EPS negatif pada perusahaan perbankan tahun 2017 hingga 2021.



Gambar 1. Jumlah Perusahaan Perbankan yang memiliki Nilai EPS Negatif dan Terindikasi Mengalami *Financial Distress* Selama Tahun 2017-2021

Berdasarkan gambar 1, dapat dilihat bahwa dari tahun 2017 hingga 2021 nilai EPS negatif pada perusahaan perbankan mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 hingga 2019 terdapat 5 perusahaan perbankan yang memiliki nilai EPS negatif. Kemudian di tahun 2020 dan 2021 perusahaan perbankan yang memiliki EPS negatif bertambah yaitu 7 dan 10 perusahaan. Jika perusahaan memiliki nilai EPS negatif, maka perusahaan diidentifikasi memiliki nilai pertumbuhan laba yang kurang baik bahkan memicu terjadinya *financial distress*. Sebabnya, prediksi *financial distress* penting guna dilakukan pada asosiasi perbankan Indonesia.

Prediksi *financial distress* dapat dilangsungkan dengan memakai *data mining* dan model untuk memprediksinya yaitu dengan *Artificial Neural Network* (ANN). Wu et al. (2022) melakukan prediksi *financial distress* melalui pemakaian integrasi *Z-Score* serta *multilayer perceptron neural networks* (MLP-ANN) untuk mengeksplorasi antara gabungan model *Z-Score* dan MLP-ANN. Dari hasil penelitian tersebut, MLP-ANN menunjukkan nilai akurasi yang lebih tinggi (99,40%) dibandingkan dengan model *Z-Score* (86,54%). Salehi et al. (2016) menyatakan bahwa model *artificial neural network* memprediksi secara akurat dibandingkan dengan teknik *non-linier* lainnya yaitu *supporting machine learning*, *k-neither neighbors*, dan *naïve Bayes*.

Model prediksi *financial distress* dengan ANN telah banyak dikembangkan dengan menggunakan rasio keuangan yang didapat melalui data moneter asosiasi. Chen & Du (2009) menggunakan rasio keuangan berupa *equity ratio*, *gearing ratio*, *debt to equity ratio*, *return on asset*, *earnings per share*, *return on equity*, *current ratio*, *acid-test ratio*, *current assets to total assets*, *cash flow to total debt ratio*, *cash flow ratio*, *inventory to total assets ratio*, dan *inventory to sales ratio* sebagai rasio yang memegang posisi valid paling atas. Di sisi lain Muparuri & Gumbo (2022) telah membuktikan bahwa rasio keuangan yang memiliki prediksi tinggi atas *financial distress* ialah *debt to total assets ratio*, *net income to number of shares*, dan *ebit to total assets*.

Melihat kekhasan serta kajian-kajian sebelumnya yang telah tergambar, para ilmuwan tertarik guna mengantisipasi masalah keuangan di lembaga-lembaga keuangan di Indonesia. Pengkajian ini akan menggunakan *Machine Learning* yaitu model *Artificial Neural Network* (ANN) dengan variabel prediktor selaku parameter input menggunakan rasio keuangan (rasio likuiditas, rasio profitabilitas, rasio *leverage*, serta rasio aktivitas). Variabel prediktor tersebut digunakan karena dilihat dari penelitian terdahulu variabel tersebut dapat memprediksi asosiasi yang menjalani *distress* serta *non-distress*. Sedangkan, model ANN digunakan karena pada penelitian terdahulu terbukti memiliki hasil akurasi yang di atas bila disejajarkan atas model *machine learning* lainnya ataupun dengan model pengukuran prediksi *distress* lainnya. Maka, perihal ini yakni latar belakang peneliti dalam memilih judul penelitian "PREDIKSI *FINANCIAL DISTRESS* MENGGUNAKAN *ARTIFICIAL NEURAL NETWORK* (ANN) PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2017-2021".

LANDASAN TEORI

Perusahaan Perbankan

Menurut Suwardi (2015), perusahaan adalah suatu badan usaha yang melaksanakan aktivitas pada bidang perekonomian yaitu industri, keuangan, dan perdagangan yang dijalankan secara teratur atau berkelanjutan, terang-terangan bahwa keuntungan adalah tujuannya. Secara umum, perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba. Sebagian perusahaan memaksimalkan dalam menghasilkan pendapatan, baik dari pendapatan jangka Panjang maupun pendapatan jangka pendeknya yang merupakan tujuan operasional dari perusahaan (Hery, 2015).

Bank yakni suatu unsur usaha yang merupakan tempat guna menyimpan keuangan sebagai uang tunai dari masyarakat umum sebagai dana cadangan yang kemudian disalurkan kembali ke daerah setempat sebagai kredit serta berbagai struktur yang difokuskan pada bantuan pemerintah dari individu. Peran yang dimiliki perbankan sangat penting dalam hal perekonomian suatu negara termasuk negara Indonesia. Kegiatan utama dari perbankan yaitu *funding* (menghimpun dana) dan *lending* (menyalurkan dana). Bank dapat dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian negara sehingga kondisi keuangan perbankan dapat mempengaruhi seluruh sistem keuangan negara secara keseluruhan (Sidhu et al., 2023).

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan yakni kajian yang dilangsungkan oleh perusahaan guna mengkaji kemampuan asosiasi dalam mencapai tujuan atau target perusahaan yang telah dilaksanakan dengan memakai aturan pelaksanaan moneter melalui cara baik dan benar (Fahmi, 2011). Analisis terhadap kinerja moneter asosiasi yang silanggunakan guna mengkaji kedalaman pencapaian dari suatu asosiasi terkait laba yang telah didapatkan. Sehingga kinerja keuangan perusahaan dapat disimpulkan bahwa kondisi dimana perusahaan telah melaksanakan berbagai kegiatan dari perusahaan guna meraih cita-cita yang sudah dirancang. Kinerja keuangan perusahaan dapat berupa hasil kinerja yang melebihi target atau bahkan tidak mencapai target perusahaan.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan yakni data atas kondisi dari suatu asosiasi yang dapat digunakan perusahaan dalam menggambarkan kinerja keuangannya (Fahmi, 2018:21). Laporan keuangan yakni data atas menjelaskan mengenai keadaan moneter atas asosiasi yang bisa ditampilkan sebagai bukti kinerja keuangan dari perusahaan (Hidayat, 2018). Dari beberapa definisi yang telah dipaparkan, dapat dipahami bahwa manajemen menyajikan laporan keuangan agar pihak eksternal (investor) dapat menggunakan informasi tersebut dalam mengambil sebuah keputusan.

Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah data akuntansi yang disusun kembali dalam sistem perbandingan untuk mengidentifikasi kuat atau lemahnya keuangan suatu perusahaan (Keown et al., 2008). Memakai formula yang tepat, rasio keuangan memeriksa perbandingan jumlah dalam laporan keuangan dengan apa yang akan diterapkan dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan (Fahmi, 2018). Terdapat beberapa jenis rasio keuangan, diantaranya:

a. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas yakni rasio yang dapat menunjukkan kondisi asosiasi yang mampu untuk membayar kewajibannya (Kristanti, 2019). *Current Ratio* yakni salah satu indikator yang dapat dipakai guna memprediksi kesulitan keuangan. Menurut (Keown et al., 2008), *current ratio* yakni proporsi yang menunjukkan likuiditas asosiasi dengan melihat sumber daya saat ini serta kewajiban lancar.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$$

b. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas yaitu rasio yang menjelaskan bahwa seberapa bisa asosiasi dalam mendapatkan keuntungan perusahaan (Alamsyah et al., 2021). Semakin baik rasio profitabilitas yang diperoleh, maka keuntungan perusahaan dapat tergambar mengalami nilai perolehan yang lebih tinggi (Fahmi, 2018).

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$$

c. Rasio Leverage

Rasio *leverage* yakni rasio guna menunjukkan kebiasaan asosiasi atas membayar kewajiban jangka panjangnya (Alamsyah et al., 2021). Rasio *leverage* yakni rasio yang dipakai guna menunjukkan seberapa baik asosiasi dapat memenuhi kewajibannya (Hery, 2015).

$$\text{Debt to Asset Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$$

d. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas yakni cara guna mengatakan seberapa efektif sebuah asosiasi menggunakan asetnya atas menghasilkan pendapatan perusahaan (Kristanti, 2019). Rasio aktivitas yakni proporsi yang memberikan gambaran sejauh mana pemanfaatan aset asosiasi dalam mendukung kegiatan asosiasi dilakukan secara ideal guna memperoleh hasil yang maksimal pula (Fahmi, 2018)

$$\text{Total Asset Turnover (TATO)} = \frac{\text{Sales}}{\text{Total Assets}}$$

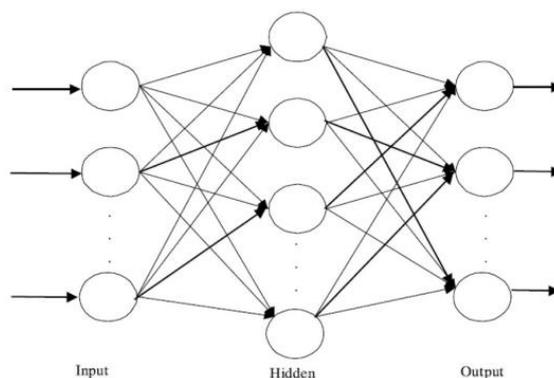
Financial Distress

Financial distress yakni bentuk keadaan atas asosiasi memiliki konflik pada solvabilitas pada tingkat yang berbeda dari bisnis yang dijalankan tanpa bantuan eksternal perusahaan dan pengurangan nilai perusahaan yang mencapai pada titik kebangkrutan (Paule-Vianez et al., 2020). *Financial distress* bisa berdampak atas asosiasi hambatan membayar kewajiban serta bunga kewajibannya karena kekurangan likuiditas (EIBannan, 2021). *Financial distress* atas asosiasi bisa dipahami atas nilai *Earnings Per Share* (EPS) yang diperoleh. Sebagaimana telah disebutkan atas pengkajian yang telah dilakukan oleh Zhou et al. (2022), Alamsyah et al. (2021), Nur & Panggabean (2020), Dianova & Nahumury (2019), Chen (2011), (Chen & Du (2009), dan Ozkan-Gunay & Ozkan (2007) yang menggunakan indikator EPS guna menetapkan keadaan asosiasi yang menjalani *financial distress*.

Artificial Neural Network

Artificial Neural Networks (ANN) yakni bentuk algoritma pembelajaran dengan mesin yang dapat memodelkan hubungan *non-linier* dengan lebih kompleks antar variabel sehingga dapat memberikan akurasi prediksi yang lebih baik daripada menggunakan metode *machine learning* lainnya (Alamsyah et al., 2021). ANN adalah jaringan yang saling berhubungan dan memiliki bobot yang saling berkaitan. ANN menurut Lipmann (1987) dalam Nasir et al. (2000) merupakan suatu sistem informasi yang digunakan untuk meniru pemikiran manusia. ANN mampu menafsirkan memori masa lalu dan dapat membuat keputusan yang lebih akurat saat dilakukan prediksi selama periode waktu tertentu. ANN dikembangkan dan disusun sedemikian rupa agar dapat memahami dan menggeneralisasi data serta pengalaman (Salehi et al., 2016).

Terdapat beberapa jenis algoritma ANN, tetapi saat ini yang paling sering digunakan dalam prediksi *financial distress* adalah *Multilayer Perceptron* (MLP) atau algoritma yang menggunakan pembelajaran *backpropagation neural network* (BPNN) (Paule-Vianez et al., 2020). *Multilayer perceptron* yakni bentuk ANN yang mempunyai *neuron* yang diatur atas lapisan (*layers*) yaitu satu *input layers*, beragam *multiple layers*, dan satu *output layers* (Salehi et al., 2016). Arsitektur ANN *Multilayer perceptron* dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2 Arsitektur Multilayer Perceptron

Guna prediksi *financial distress* perusahaan, rasio keuangan digunakan selaku variabel *input* serta *output* yang dikeluarkan berupa keadaan asosiasi apakah menjalani kondisi *financial distress* maupun *non-distress*. Proses pertama yang harus dilakukan pada prediksi *financial distress* adalah melakukan *training data* untuk melatih pemodelan algoritma ANN. Selanjutnya yang dilakukan yaitu *testing data* untuk mengetahui hasil performa algoritma ANN yang telah dilatih sebelumnya. Pemodelan algoritma MLP umumnya menggunakan data yang terbagi menjadi dua jenis, yaitu (Fasya & Rikumahu, 2021):

- a. *Training data* atau data latih merupakan data yang digunakan untuk membentuk model pelatihan. Pada *Artificial Neural Network* MLP, *training data* digunakan untuk mengetahui bobot optimal dengan aturan BPNN.
- b. *Testing data* atau data uji merupakan data yang digunakan untuk mengetes model. Pada *Artificial Neural Network* MLP, *testing data* dipakai guna memprediksi tingkat kesalahan saat memihak model akhir.

METODOLOGI

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini yakni asosiasi perbankan yang tercantum di BEI atas periode 2017-2021. Asosiasi perbankan yang tercantum di BEI antara tahun 2017 hingga 2021 sebanyak 41 perusahaan.

Sampel merupakan elemen yang dipilih berdasarkan populasi penelitian dan sampel diharapkan dapat menjadi perwakilan dari populasi (Cooper & Schindler, 2014). Sampel yang dipakai atas pengkajian terbagi menjadi sampel *data training* serta sampel *data testing*. Kriteria penentuan sampel *data testing* pengkajian ini yakni asosiasi perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021 dan asosiasi perbankan yang berturut-turut melaporkan laporan tahunan periode 2017-2021. Terdapat 38 asosiasi perbankan yang sesuai dengan kriteria dan perusahaan tersebut menjadi *data testing* atau data sampel penelitian ini. Selain itu, ANN membutuhkan *data training* sehingga sampel yang digunakan yaitu perusahaan publik di berbagai negara yang dilaporkan menjalani *financial distress* serta tidak mengalami *financial distress* selama periode 2016-2020. Total sampel *data training* yang digunakan sebanyak 50 perusahaan, terdiri dari masing-masing 25 perusahaan dinyatakan *distress* dan 25 perusahaan dinyatakan *non-distress*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Sebelum melakukan prediksi terhadap *financial distress*, hal yang perlu dilakukan adalah menghitung rasio keuangan yang didapat atas laporan moneter asosiasi, baik dari sampel *data training* maupun sampel *data testing*. Setelah menghitung rasio keuangan, selanjutnya dapat dilakukan analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif penelitian bertujuan untuk memahami perbedaan antara rasio keuangan perusahaan yang

mengalami *financial distress* serta tidak mengalami *financial distress* dengan menggunakan sampel *data training*.

Data yang dipakai pada analisis statistik deskriptif adalah *data training* yaitu 50 perusahaan dengan masing-masing 25 perusahaan dinyatakan *distress* dan 25 perusahaan dinyatakan *non-distress*. Analisis ini dilakukan dengan melakukan perbandingan antara hasil rata-rata rasio keuangan yaitu *current ratio*, *return on asset*, *debt to asset ratio*, dan *total asset turn over*. Berikut merupakan hasil rasio keuangan dari kedua kelompok perusahaan yaitu perusahaan yang dinyatakan *distress* dan *non-distress*.

Tabel 1 Statistik Deskriptif pada Sampel Data Training

Rasio Keuangan	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Non-Distress Company (in decimal)					
Current Ratio	125	0,3900	8,0764	2,44561	1,5600629
Return on Asset	125	-0,3836	0,4556	0,07781	0,0998526
Debt to Asset Ratio	125	0,0789	0,8200	0,39492	0,1661900
Total Asset Turn Over	125	0,0349	1,6100	0,75419	0,4286913
Distress Company (in decimal)					
Current Ratio	125	0,0000	13,750	1,23948	1,5596692
Return on Asset	125	-3,0000	0,4270	-012970	0,3556286
Debt to Asset Ratio	125	0,0015	4,1500	4,20794	37,047899
Total Asset Turn Over	125	0,0000	2,7185	0,47456	0,5966884

Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil rata-rata rasio keuangan atas kedua asosiasi memegang kontras yang signifikan. Nilai rata-rata *current ratio* pada perusahaan yang dinyatakan *non-distress* sebesar 2,445619, lebih baik dibandingkan atas asosiasi yang dinyatakan *distress* yang memperoleh nilai rata-rata sebesar 1,239483. Perihal ini menegaskan kalau asosiasi yang dinyatakan *non-distress* memegang kondisi yang baik guna mencukupi dan membayar kewajiban jangka pendeknya jika dibandingkan atas asosiasi yang dinyatakan *distress*.

Nilai rata-rata *return on asset* yang diperoleh antara perusahaan yang dinyatakan *non-distress* dan *distress* sebesar 0,077819 dan -0129700. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang dinyatakan *distress* mengalami kerugian dikarenakan perusahaan tidak mampu menjalankan asetnya secara efektif dalam memperoleh laba.

Nilai rata-rata *debt to asset ratio* pada asosiasi yang dinyatakan *non-distress* yakni 0,394922 di bawah bila di sejajarkan atas asosiasi yang dinyatakan *distress* sebesar 4,207942. Hal tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar dari beberapa aset perusahaan dibiayai oleh utang. Selain itu, perusahaan yang dinyatakan *distress* akan menambah beban perusahaan dalam membayar kewajiban dan bunga yang dibebankannya.

Nilai rata-rata *total asset turn over* atas asosiasi yang dinyatakan *non-distress* sebesar 0,754196 di atas bila di sejajarkan atas skor rerata asosiasi yang dinyatakan *distress* yakni 0,474562. Perihal ini menegaskan kalau asosiasi yang dinyatakan *distress* tidak efisien dalam menggunakan aset perusahaan dalam menghasilkan pendapatan perusahaan.

Pelatihan Data Arsitektur Artificial Neural Network

Dalam melakukan prediksi *financial distress* melalui pemakaian *artificial neural network* diperlukan proses *data training* terlebih dahulu. Layaknya seperti otak manusia yang selalu belajar dari lingkungan baru untuk mengolah lingkungannya berdasarkan pengalaman yang telah dilalui. *Artificial neural network* dalam *data mining* dianggap sebagai model untuk melakukan prediksi dan memerlukan proses pelatihan terlebih dahulu agar dapat memprediksi kelompok baru suatu *data testing* yang baru ditemukan (Prasetyo, 2012). Pengkajian ini memakai *Multilayer perceptron artificial neural network*, dengan arsitektur *input layer*, *hidden layer*, dan *output layer*.

Tabel 2 Perbandingan antara Nilai MSE dan R pada Model Pelatihan

Total of Neurons		Error (MSE)	R (%)
Input Layer	Hidden Layer		
20	5	0,132	97,25%
20	10	0,868	83,75%
20	15	0,816	84,85%
20	20	0,658	90,02%
20	30	0,868	83,75%
20	50	0,842	84,30%

Berdasarkan tabel 2, yakni *neuron* pada *input layer* yakni bertotal 20 *neuron* sebab setiap proporsi moneter ditentukan dalam waktu 5 tahun. Guna mengukur kinerja prediksi, yang digunakan yaitu nilai MSE dan R (Koefisien Korelasi). Semakin rendah esteem MSE serta semakin menonjol R esteem menunjukkan bahwa model JST lebih tepat guna dipakai dalam ekspektasi (Salehi et al., 2016).

Arsitektur ANN yang akurat untuk memprediksi *financial distress* berdasarkan tabel 2 adalah 5 *neuron* yang terdapat pada *hidden layer*. Sehingga arsitektur ANN yang digunakan dalam memprediksi *financial distress* yaitu 20-5-1, 20 yakni total *neuron* atas *input layer*, 5 yakni total *neuron* atas *hidden layer* serta 1 yakni jumlah *neuron* atas *output layer*. Hal tersebut menunjukkan nilai *error* (MSE) terendah pada proses *data training* yaitu 5 *neuron* dan memiliki nilai koefisien korelasi (R) sebesar 97,25% dibandingkan dengan *neuron* 1, 10, 15, 20, 30, serta 50 atas *hidden layer*.

Prediksi *Financial Distress* Perusahaan Perbankan menggunakan *Artificial Neural Network*

Setelah menentukan arsitektur yang sesuai untuk mendapatkan bobot dan *error* yang tepat untuk tahap prediksi, maka prediksi dapat dilakukan dengan menggunakan sampel *data testing* sesuai dengan arsitektur yang digunakan pada *data training*. Proses perkiraan *financial distress* atas asosiasi perbankan yang tercantum di BEK periode 2017-2021 disebut sebagai *data testing*. Prediksi dilakukan dengan menggunakan hasil pelatihan pada arsitektur ANN yang telah dilakukan sebelumnya pada proses *data training* dengan jumlah parameter *input layer* yakni 20 *neuron*, *hidden layer* yakni 5 *neuron* serta *output layer* yakni 1 *neuron*. Jika mendekati atau sama dengan 0, maka *output* yang dihasilkan yakni asosiasi yang diperkirakan tidak menjalani *financial distress*. Namun, bila mendekati maupun sama atas 1, sehingga asosiasi diperkirakan menjalani *financial distress*. Tabel 3 menunjukkan hasil prediksi *financial distress* pada perusahaan perbankan.

Tabel 3 Hasil Prediksi *Financial Distress*

Nama Perusahaan	Output	Prediction	Nama Perusahaan	Output	Prediction
Bank Rakyat Indonesia Tbk.	0	Non Distress	Bank QNB Indonesia Tbk.	0	Non Distress
Bank Jago Tbk.	0	Non Distress	Bank Maspion Indonesia Tbk.	0	Non Distress
Bank MNC Internasional Tbk.	0	Non Distress	Bank Mandiri (Persero) Tbk.	0	Non Distress
Bank Capital Indonesia Tbk.	0	Non Distress	Bank Bumi Arta Tbk.	0	Non Distress
Bank Central Asia Tbk.	0	Non Distress	Bank CIMB Niaga Tbk.	0	Non Distress
Allo Bank Indonesia Tbk.	0	Non Distress	Bank Maybank Indonesia Tbk.	0	Non Distress
Bank KB Bukopin Tbk.	0	Non Distress	Bank Permata Tbk.	0	Non Distress

Bank Mestika Dharma Tbk.	0	Non Distress	Bank Sinarmas Tbk.	0	Non Distress
Bank Negara Indonesia (Persero)	0	Non Distress	Bank of India Indonesia Tbk.	0	Non Distress
Bank Rakyat Indonesia (Persero)	0	Non Distress	Bank BTPN Tbk.	0	Non Distress
Bank Tabungan Negara (Persero)	0	Non Distress	Bank Victoria Internasional Tbk.	0	Non Distress
Bank Neo Commerce Tbk.	0	Non Distress	Bank Artha Graha Internasional Tbk.	0	Non Distress
Bank JTrust Indonesia Tbk.	0	Non Distress	Bank Mayapada Internasional Tbk.	1	Distress
Bank Danamon Indonesia Tbk.	0	Non Distress	Bank China Construction Bank I	0	Non Distress
Bank Pembangunan Daerah Banten	0	Non Distress	Bank Mega Tbk.	0	Non Distress
Bank Ganesha Tbk.	0	Non Distress	Bank OCBC NISP Tbk.	0	Non Distress
Bank Ina Perdana Tbk.	0	Non Distress	Bank Pan Indonesia Tbk.	0	Non Distress
Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat	0	Non Distress	Bank Panin Dubai Syariah Tbk.	0	Non Distress
Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur	0	Non Distress	Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk.	0	Non Distress

Berdasarkan analisis prediksi *financial distress* atas asosiasi perbankan yang menggunakan ANN, diperkirakan 1 saja perusahaan yang diperkirakan dapat menjalani kondisi *financial distress* pada tahun selanjutnya. Selain dari 1 perusahaan tersebut, selebihnya perusahaan perbankan diprediksi dalam kondisi tidak menjalani *financial distress*. Jika keadaan *financial distress* tidak ditangani dengan baik dan kondisi tersebut dibiarkan seiring berjalannya waktu, maka perusahaan akan menjalani keadaan yang jauh beresiko tidak baik yakni kebangkrutan.

PENUTUP

Penelitian ini akan membentuk sebuah model *Artificial Neural Network* untuk memprediksi kesulitan keuangan yang terjadi atas asosiasi perbankan di Indonesia. Sesuai hasil analisis data yang dilakukan, bisa disimpulkan kalau rasio keuangan *current ratio*, *return on asset*, *debt to asset ratio*, dan *total asset turn over* antara perusahaan *distress* serta *non-distress* sangat berbeda. Arsitektur pada model *data training* ANN untuk memprediksi *financial distress* adalah 20-5-1, dimana 20 adalah total *neuron* atas *input layer*, 5 yakni total *neuron* pada *hidden layer*, serta 1 yakni total *neuron* atas *output layer*. Model tersebut dianggap sangat tepat dalam memprediksi kesulitan moneter karena memiliki nilai kesalahan paling minimal (MSE = 0,132) serta koefisien koneksi (R) tertinggi sebesar 97,25%. Hasil prediksi *financial distress* melalui pemakaian ANN pada perusahaan perbankan yaitu sebanyak 1 dari 38 perusahaan terprediksi mengalami kondisi *distress* karena memiliki nilai output ANN sebesar 1.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A., Kristanti, N., & Kristanti, F. T. (2021). Early warning model for financial distress using Artificial Neural Network. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1098(5), 052103. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1098/5/052103>
- Chen, M. Y. (2011). Predicting corporate financial distress based on the integration of decision tree classification and logistic regression. *Expert Systems with Applications*, 38(9), 11261–11272. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2011.02.173>
- Chen, W. Sen, & Du, Y. K. (2009). Using neural networks and data mining techniques for the financial distress prediction model. *Expert Systems with Applications*, 36, 4075–4086. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2008.03.020>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Method* (12th ed.). McGraw-Hill/Lewin.
- Dianova, A., & Nahumury, J. (2019). Investigating the Effect of Liquidity, Leverage, Sales Growth and Good Corporate Governance on Financial Distress. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 2(2), 143–156. <https://doi.org/10.33005/jasf.v2i2.49>
- ElBannan, M. A. (2021). On the Prediction of Financial Distress in Emerging Markets: What Matters More? Empirical Evidence from Arab Spring Countries. *Emerging Markets Review*, 47, 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ememar.2021.100806>
- Enumah, S. J., & Chang, D. C. (2021). Predictors of Financial Distress Among Private U.S. Hospitals. *Journal of Surgical Research*, 267, 251–259. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jss.2021.05.025>
- Fahmi, I. (2011). *Analisis Kinerja Keuangan* (I). Alfabeta CV.
- Fahmi, I. (2018). *Pengantar Manajemen Keuangan* (M. A. Djalil, Ed.). Alfabeta CV.
- Fasya, N. S., & Rikumahu, B. (2021). Analisis Prediksi Finansial Distress Menggunakan Artificial Neural Network Pada Perusahaan Perdagangan Eceran (Retail) Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 4–7.
- Fredrick, I., & Osazemen C., E. (2018). Capital structure and corporate financial distress of manufacturing firms in Nigeria. *Journal of Accounting and Taxation*, 10(7), 78–84. <https://doi.org/10.5897/jat2018.0309>
- Hery. (2015). *Analisis Kinerja Manajemen*. PT Grasindo.
- Hidayat, W. W. (2018). *Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Keown, A. J., Martin, J. D., Pretty, J. W., & JR, D. F. S. (2008). *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan* (10th ed.). PT Indeks.
- Kristanti, F. T. (2019). *Financial Distress - Teori dan Perkembangannya dalam Konteks Indonesia* (I). Intelligentsia Media.
- Kristianto, H., & Rikumahu, B. (2019). A Cross Model Telco Industry Financial Distress Prediction in Indonesia: Multiple Discriminant Analysis, Logit, and Artificial Neural Network. *7th International Conference on Information and Communication Technology*, 1–5.
- Muparuri, L., & Gumbo, V. (2022). On logit and artificial neural networks in corporate distress modeling for Zimbabwe listed corporates. *Sustainability Analytics and Modeling*, 2, 2–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.samod.2022.100006>
- Nasir, M. L., John, R. I., Bennett, S. C., Russell, D. M., & Patel, A. (2000). Predicting corporate bankruptcy using artificial neural networks. *Journal of Applied Accounting Research*, 5(3), 30–52. <https://doi.org/10.1108/96754260080001017>
- Nur, T., & Panggabean, R. R. (2020). Accuracy of Financial Distress Model Prediction: The Implementation of Artificial Neural Network, Logistic Regression, and Discriminant Analysis. *Advances in Social Science, Education, and Humanities Research*, 436, 402–406. <https://ssrn.com/abstract=3597666>
- Ozkan-Gunay, E. N., & Ozkan, M. (2007). Prediction of bank failures in emerging financial markets: an ANN approach. *Journal of Risk Finance*, 8(5), 465–480. <https://doi.org/10.1108/15265940710834753>

- Paule-Vianez, J., Gutiérrez-Fernández, M., & Coca-Pérez, J. L. (2020). Prediction of financial distress in the Spanish banking system: An application using artificial neural networks. *Applied Economic Analysis*, 28(82), 69–87. <https://doi.org/10.1108/AEA-10-2019-0039>
- Pranita, K. R., & Kristanti, F. T. (2020). Analisis Financial Distress menggunakan Analisis Survival. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 9(2), 240–255. www.kemenperin.go.id
- Prasetyo, E. (2012). *Data Mining Konsep dan Aplikasi Menggunakan Matlab*. Andi.
- Salehi, M., Mousavi Shiri, M., & Bolandraftar Pasikhani, M. (2016). Predicting Corporate Financial Distress Using Data Mining Techniques: An Application in Tehran Stock Exchange. *International Journal of Law and Management*, 58(2), 216–230.
- Sidhu, A. V., Jain, P., Singh, S. P., Kanoujiya, J., Rawal, A., Rastogi, S., & Bhimavarapu, V. M. (2023). Impact of Financial Distress on the Dividend Policy of Banks in India. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(107), 2–13. <https://doi.org/10.3390/jrfm16020107>
- Suardi. (2015). *Hukum Dagang Suatu Pengantar*. Deepublish.
- Wu, D., Ma, X., & Olson, D. L. (2022). Financial distress prediction using integrated Z-score and multilayer perceptron neural networks. *Decision Support Systems*, 159, 2–7. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2022.113814>
- Zhou, F., Fu, L., Li, Z., & Xu, J. (2022). The recurrence of financial distress: A survival analysis. *International Journal of Forecasting*, 38(3), 1100–1115. <https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2021.12.005>

PEMODELAN PROBABILITY OF DEFAULT PORTOFOLIO PEMBIAYAAN BERSAMA FINTECH LENDING DAN MULTI FINANCE: STUDI KASUS BANK ABC

Putri Metasari Pangaribuan

putri.metasari@alumni.ui.ac.id

Adi Vithara Purba

adi.vithara@hotmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Indonesia

ABSTRACT

This research is to find the appropriate credit scoring model technique to build the default model based on the joint financing schemes product between bank and fintech lending and multi finances that conducted by bank ABC. The credit scoring model to be compared using traditional approach, logistic regression against machine learning technique. This research is case study in Bank ABC's portfolio starting April 2019 up to December 2022 and will be classified into default or non-default so the model can predict the possibility of customer default during the period. The analysis conducted based on variables from application and transaction data that not breaching the confidentiality of personal data in Bank ABC. Furthermore, the analysis only applicable for joint financing schemes product to fintech lending and multi finances that already have operated in Indonesia only. The significant variable to model the probability of default for joint financing schemes between bank and fintech lending or multi finances are tenure, loan purpose, interest amount, job description, home city, age and declared income. Furthermore, the analysis showed that the traditional technique logistic regression had higher accuracy compared to machine learning using decision tree in the case study.

ABSTRAK

Dalam melakukan pembiayaan bersama antara bank dengan lembaga keuangan non-bank, bank terpapar salah satu risiko yaitu risiko kredit yang terjadi apabila penerima pinjaman gagal memenuhi kewajibannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik pemodelan risiko kredit yang sesuai dengan cara membandingkan antara teknik tradisional regresi logistik dan machine learning pada produk pembiayaan bersama antara bank dan fintech lending/multi finance. Analisis dilakukan menggunakan kombinasi variabel aplikasi dan transaksi pada Bank ABC yang telah memiliki portfolio dengan beberapa fintech lending dan multi finance di Indonesia. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan periode pengamatan sejak April 2019 hingga Desember 2022 pada data panel yang diamati sejak aplikasi dibuka hingga menjadi default atau periode terakhir observasi pada Desember 2022. Validasi model dilakukan menggunakan metode in-sample dan out-sample untuk mengetahui keandalan kedua model yang digunakan. Variabel yang signifikan dalam memodelkan probability of default pada pembiayaan Bersama antara bank dan fintech lending atau multi finance adalah durasi pinjaman, tujuan pinjaman, nominal suku bunga, deskripsi pekerjaan, kota domisili, umur dan pendapatan yang dideklarasikan. Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa menggunakan kombinasi variabel data aplikasi dan transaksi dengan teknik regresi logistik lebih baik dalam memodelkan default dibandingkan dengan teknik machine learning.

Kata kunci: pembiayaan bersama; regresi logistik; *machine learning*; risiko kredit; default; *fintech lending*; *multi finance*

PENDAHULUAN

Institusi keuangan memerlukan teknik pemodelan yang andal untuk mengetahui karakter nasabah dalam kemampuan bayar sehingga mengetahui apakah fasilitas pinjaman yang diberikan akan *default* atau tidak. Teknik *credit scoring* membantu dalam proses klasifikasi berdasarkan karakteristik masing-masing dan diterjemahkan ke dalam

bentuk skor atau nilai. Model *credit scoring* yang baik mampu dalam membedakan 'penerima pinjaman yang baik' dan 'penerima pinjaman yang buruk'. Biasanya model ini menggunakan data demografi dan data historis transaksi dengan data suplemen sehingga memungkinkan model menghasilkan informasi dengan tingkat akurasi yang baik.

Berdasarkan data OJK per Oktober 2022, kontribusi pembiayaan terbesar berasal dari industri perbankan untuk *fintech lending* maupun *multi finance* berasal dari pendanaan yang diterima dari bank dalam negeri. Lebih lanjut, pada studi kasus bank ABC, bank tidak memiliki kontrol atas pemberian limit kepada pengguna *fintech lending* maupun *multi finance* sehingga penelitian ini penting dilakukan karena adanya risiko kredit yang harus diantisipasi oleh bank akibat pemberian pinjaman dari bank kepada *fintech lending* maupun *multi finance*. OJK juga membuat aturan terkait mitigasi risiko gagal bayar akibat pemberian kredit ritel yang mempengaruhi industri keuangan khususnya perbankan dan *fintech lending* atau *multi finance* dengan pendekatan masing - masing.

Berdasarkan POJK 35/POJK.05/2018 tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Pembiayaan, terdapat skema pembiayaan yang dilakukan dalam proses pembiayaan antara bank dan perusahaan pembiayaan yaitu *joint financing* (pembiayaan bersama) dan *channeling* (pembiayaan penerusan). Risiko sepenuhnya berada pada pemilik dana yaitu bank pada skema pembiayaan *channeling*, sementara *joint financing* - pertanggungjawaban risiko yang timbul dari pembiayaan sesuai dengan proporsi dana yang dikeluarkan. Dalam melakukan kerjasama melalui *joint financing* atau *channeling*, perusahaan pembiayaan wajib memiliki sistem informasi dan teknologi yang memadai untuk memastikan kesesuaian data debitur yang dimiliki oleh perusahaan pembiayaan.

Persamaan dari kedua entitas penerima pembiayaan baik *fintech lending* atau perusahaan *multi finance* adalah kemampuan untuk menyalurkan pembiayaan kembali kepada Penerima Pinjaman berupa dana tunai tanpa agunan kepada segmen *underserved* atau *unbankable* sehingga produk pembiayaan diatur berdasarkan pilihan tenor dan pemberian limit tiap individu untuk pembelian barang dan dana tunai. Dari sisi perhitungan risiko kredit juga memiliki pendekatan yang berbeda dengan bank. Bank sebagai Pemberi Pinjaman atau pihak yang menyalurkan dana pembiayaan dengan skema *joint financing*, bank perlu memperhatikan dalam pengambilan keputusan investasi berdasarkan historis data pinjaman dalam rangka pengukuran risiko kredit sebagai kewajiban membentuk pencadangan modal untuk menutupi kerugian yang dibebankan dalam bentuk suku bunga apabila terjadi gagal bayar kepada Penerima Pinjaman.

Sementara pendekatan risiko kredit yang dilakukan *fintech lending* atau perusahaan *multifinance* menggunakan historis transaksi yang dilakukan pada platform atau aplikasi yang digunakan sebagai alat bayar non tunai untuk melihat kemampuan pembayaran dan karakter Penerima Pinjaman. Hal ini mendorong pentingnya menghitung besar kerugian gagal bayar yang mungkin terjadi terhadap dana yang diberikan oleh *fintech lending* maupun perusahaan *multi finance* sebagai penyelenggara. Informasi ini perlu terus diperhatikan sepanjang jangka waktu pinjaman berlangsung sehingga pengukuran risiko menggambarkan kondisi profil Penerima Pinjaman dengan tingkat akurasi yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dikatakan *default* apabila Penerima Pinjaman tidak mampu memenuhi kewajiban untuk membayar sesuai dengan ketentuan yang berlaku sehingga *probability of default* (PD) adalah peluang terjadinya Penerima Pinjaman gagal memenuhi kewajiban sesuai dengan waktu yang ditentukan. Penelitian terkait PD terhadap portofolio *joint financing* pada *fintech lending* maupun perusahaan pembiayaan bersama dilakukan menggunakan pendekatan teknik tradisional regresi logistik dikarenakan baik bank dan *fintech lending* atau *multi finance* sejenis memiliki pendekatan masing – masing dalam menghitung PD untuk produk pinjaman dana tunai tanpa agunan.

Untuk pemodelan klasik yang biasanya digunakan dalam mengukur risiko kredit gagal bayar adalah regresi logistik. Dengan menggunakan teknik tradisional diharapkan mampu memodelkan PD dengan akurasi yang layak terhadap perilaku Penerima Pinjaman melalui *fintech lending* maupun *multifinance* yang dibiayai oleh bank sesuai dengan

proporsi pembiayaan masing – masing bila dibandingkan dengan memodelkan teknik lain seperti *machine learning*. Selain teknik regresi logistik, teknik *machine learning* digunakan penerapannya pada pemodelan risiko kredit dengan berbagai pendekatan. Hal ini mendorong perbandingan keandalan model sehingga dapat ditentukan teknik pemodelan yang sesuai dengan karakteristik data.

Penelitian ini bertujuan untuk memodelkan *probability of default* pada portofolio bank yang memiliki skema *joint financing* (pembiayaan Bersama) dengan *fintech lending* dan *multi finance* di salah satu bank di Indonesia menggunakan kombinasi variabel pada aplikasi dan transaksi antara teknik tradisional regresi logistik dan *machine learning*.

KAJIAN LITERATUR

Industri Fintech Lending & Multi Finance

Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi (LPBBTI) atau yang umumnya dikenal dengan istilah *fintech lending* atau *peer-to-peer lending*, merupakan usaha yang menyediakan wadah bagi pemberi dana bertemu penerima dana untuk memberikan pendanaan konvensional atau berdasarkan prinsip syariah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan internet. Dalam layanan ini, Pemberi Dana atau Penerima Dana dapat berupa perorangan, Lembaga yang berbadan hukum, dan/atau badan usaha yang memberikan pendanaan. Untuk memberikan layanan ini kepada masyarakat, LPBBTI harus memiliki izin usaha dari Otoritas Jasa Keuangan.

Hadirnya *fintech lending* dan *multi finance* membuka kesempatan bagi segment *underbank* atau *unbanked* di Indonesia untuk memperoleh akses kredit instan sehingga memudahkan proses pembayaran melalui layanan digital. Hal ini menciptakan wadah inovasi untuk mempertemukan Pemberi Pinjaman dan Penerima Pinjaman dengan *fintech lending* dan *multi finance* sebagai Perantara di antaranya. Menurut POJK 35/POJK.05/2018 tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Pembiayaan, terdapat dua skema pembiayaan yang diatur oleh OJK yaitu *joint financing* dan *channeling*.

Beberapa contoh *fintech lending* yang terdaftar di OJK antara lain adalah Danamas (PT Pasar Dana Pinjaman), investree (PT Investree Radhika Jaya), amarnya (PT Amarnya Mikro Fintek), Kredit Pintar (PT Kredit Pintar Indonesia), Lentera Dana Nusantara (PT Lentera Dana Nusantara), KrediFazz (PT FinAccel Digital Indonesia). Perusahaan menawarkan limit fasilitas *Buy Now Pay Later* (BNPL) kepada nasabah untuk digunakan pada pembayaran transaksi e-commerce atau transaksi digital lainnya (Bisnis.com, 2022).

Risiko Kredit

Risiko kredit diartikan sebagai potensi yang ditimbulkan penerima pinjaman bank atau rekanan akan gagal memenuhi tanggungjawab berdasarkan ketentuan yang disepakati. Tujuan dari manajemen risiko kredit adalah untuk memaksimalkan tingkat pengembalian yang disesuaikan dengan risiko dengan melakukan penjagaan eksposur risiko kredit berada dalam parameter yang dapat diterima. Secara umum, pinjaman merupakan kontribusi terbesar yang mendatangkan risiko kredit di dalam industri perbankan, sehingga bank diharapkan memiliki kewaspadaan untuk mengidentifikasi, mengukur, memonitor hingga mengawasi risiko kredit maupun menentukan apakah bank memiliki kecukupan modal terhadap risiko tersebut. Salah satu prinsip dari proses monitoring risiko adalah bank memiliki kemampuan untuk mengukur risiko kredit yang terjadi berdasarkan informasi yang memadai termasuk komposisi portofolio kredit yang bisa memicu adanya konsentrasi risiko (BCBS, Bank for International Settlements, 2000).

Komite Basel mengatur parameter yang dapat digunakan untuk mengukur eksposur risiko kredit antara lain adalah

- Probability of Default* (PD): persentase rata – rata penerima pinjaman yang gagal bayar dalam bentuk rating dalam satu tahun.
- Loss Given Default* (LGD): estimasi dari jumlah pinjaman yang merupakan dampak gagal bayar dari penerima pinjaman.
- Exposure at Default* (EAD): persentase eksposur yang mungkin dialami bank jika penerima pinjaman gagal bayar.

$$EL = EAD * PD * LGD$$

dengan menggunakan PD, LGD, dan EAD dapat dihitung *expected loss* bank dan dapat diketahui kebutuhan modal yang diperlukan oleh bank dalam menutup risiko kredit (BCBS, Bank for International Settlement, 2010). Dalam menghitung komponen risiko seperti *Probability of Default*, bank diharapkan dapat melakukan estimasi dengan memodelkan berdasarkan dua pendekatan yaitu IRB (*Internal Rating Based*) atau SA (*Standardized Approach*) sehingga diketahui besar kecukupan modal yang dibutuhkan (BIS, 2006).

Risiko Kredit pada Fintech Lending/Multi Finance

Menurut Tang (2019), Pemberi Pinjaman kepada *fintech lending* bersifat substitusi terhadap peran bank dalam memberikan pinjaman. Dengan hadirnya teknologi, kemampuan operasional *fintech lending* dapat dipenuhi sehingga mampu berfokus pada pinjaman yang berukuran lebih kecil daripada pinjaman yang ditawarkan oleh bank. Selain itu, pinjaman pada *fintech lending* lebih berisiko dibandingkan dengan pinjaman yang diberikan oleh bank karena kecenderungan memberikan pinjam kepada Penerima Pinjaman yang dikategorikan *underserved segment*.

Pemberi Pinjaman pada *fintech lending* cenderung memberi pinjaman kepada individu yang *less creditworthy*, tetapi seiring waktu kualitas dari portofolio Penerima Pinjaman akan mengalami perbaikan dan syarat yang diberikan oleh Pemberi Pinjaman akan berbeda. Secara spesifik, besarnya pinjaman yang ditawarkan akan berbeda dan dikenakan suku bunga yang lebih tinggi. Pinjaman *fintech lending* memiliki kecenderungan untuk gagal bayar. Lebih lanjut, kurangnya informasi yang diterima mengenai Penerima Pinjaman akan mengakibatkan Pemberi Pinjaman memberikan pinjaman dengan historis penolakan dari perusahaan pembiayaan tradisional (Maggio & Yao, 2020). Oleh karena itu, bank sebagai Pemberi Pinjaman perlu menghitung risiko kredit yang terjadi akibat pinjaman yang diberikan melalui *fintech lending* atau *multi finance*.

Regresi Logistik

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kemampuan memodelkan skor kredit dapat mengurangi kerugian secara signifikan. Metode tradisional yang telah banyak digunakan untuk memprediksi skor kredit adalah regresi logistik atau linier. Dalam penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa umur, tingkat pendidikan, alamat, dan status perkawinan dapat dijadikan fitur secara perilaku kredit untuk aktivitas kredit yang dimiliki. Untuk mengetahui apakah model statistik tradisional yang digunakan dapat memprediksi dengan baik, dilakukan uji hipotesis (Machado & Karray, 2022).

Machine Learning

Machine learning berdasarkan tipe data dapat dikategorikan menjadi lima bagian antara lain adalah *supervised learning*, *unsupervised learning*, *semi-supervised learning*, *reinforcement learning* dan *deep learning*. Pendekatan dengan tujuan memberi label berdasarkan informasi input yang sudah diformulasikan sebelumnya adalah termasuk tipe pendekatan *supervised learning* sehingga tujuan algoritma ini adalah memodelkan fungsi klasifikasi. Salah satu penerapan *supervised learning* adalah mengenali gambar dan huruf. Beberapa algoritma yang biasa digunakan dalam *supervised learning* adalah *Decision Tree* (DT), *Naïve Baiyes Classifier*, *Logistic Regression*, *K-Nearest Neighbour* (KNN), *Artificial Neural Network* dan *Support Vector Machines* (Dulhare, 2020).

Model Risiko Menggunakan Supervised Learning

Menurut Khandani et al. (2010), ketika menilai kemungkinan Penerima Pinjaman gagal bayar, hal ini dinilai sebagai masalah klasifikasi biner. Algoritma *machine learning* dapat digunakan untuk menentukan analisis risiko kredit daripada menggunakan model logistik tradisional karena *machine learning* dapat mengolah ukuran sampel yang lebih besar dan dengan tingkat kompleksitas yang lebih tinggi di dalam data transaksi dan karakteristik. Dengan menggunakan *machine learning*, bank sebagai Pemberi Pinjaman dapat menilai risiko gagal bayar berdasarkan kredit yang diberikan oleh *fintech lending*. Hal ini juga akan menjadi nilai tambah bagi bank sebagai Pemberi Pinjaman untuk dapat menentukan fungsi profit sehingga memudahkan dalam evaluasi performa model untuk melakukan prediksi (Liu et al., 2022).

Lebih lanjut mengenai *machine learning* khususnya *supervised learning* dalam memodelkan PD, teknik ini menjadi populer digunakan karena implementasi mudah dan hal penting yang perlu diperhatikan terkait asumsi yang digunakan dalam memodelkan. Salah satu teknik *supervised learning* adalah *decision tree*, teknik ini digunakan untuk membentuk node baru terus menerus hingga kriteria terpenuhi untuk berhenti yaitu kelompok – kelompok kecil yang bersifat homogen. Teknik ini dapat digunakan pada variable kontinu maupun diskrit atau kategorik.

Penelitian Terkait Sebelumnya

Penilaian kredit merupakan teknik yang digunakan secara umum untuk menolong bank dalam menentukan apakah calon debitur layak untuk diberikan pinjaman. Beberapa penelitian sebelumnya yang telah biasa digunakan untuk melakukan klasifikasi default: teknik tradisional regresi logistik (LR). Teknik machine learning yang umum telah digunakan untuk melakukan penilaian risiko sebelumnya antara lain adalah Support Vector Machine (SVM), Genetic Programming (GP), Artificial Neural Network (ANN) dan Decision Tree.

Penggunaan data mining untuk meningkatkan penilaian kelayakan kredit dengan menggunakan perbandingan antara model *credit scoring*, model regresi logistik dan model decision tree . Regresi logistik memiliki tingkat sensitivitas yang tertinggi dan *decision tree* yang terendah. Sementara tingkat kesalahan model untuk melakukan klasifikasi antara *credit scorecard*, regresi logistik dan *decision tree* adalah 27,9%, 28,8% dan 28,1%, masing-masing (Yap, et al, 2011). Teknik Random Forest (RF) unggul dibandingkan model regresi logistik standar dan bahkan menggunakan regresi logistik yang disesuaikan, di mana variabel dikodekan ulang dan dipilih menggunakan pengetahuan ahli tentang penilaian kredit (Kruppa, et.al, 2013). Besaran nilai pinjaman, tingkat pendidikan, dan tingkat penghasilan mempengaruhi dalam pinjaman kecil hingga menengah.

Dengan menggunakan in-sample dan out-sample ditunjukkan bahwa semakin lengkap informasi yang berkualitas dimiliki dalam memodelkan maka tingkat akurasi semakin tinggi dan membuktikan bahwa risiko kredit dari pinjaman p2p lending dapat diprediksi (Liu et al., 2018). Teknik pemodelan menggunakan decision tree-based heterogeneous ensemble menggunakan gabungan BGD, XGBoost dan Light GBM sebagai classifier menghasilkan model optimal dalam memprediksi probability of default nasabah P2P Lending (Zho, et. Al, 2019).

Risiko gagal bayar meningkat terkait variabel spread pinjaman, jangka waktu pinjaman dan usia pelanggan, tetapi menurun jika pelanggan memiliki lebih banyak kartu kredit. Nasabah yang menerima gaji dan pinjaman di lembaga perbankan yang sama memiliki lebih sedikit peluang gagal bayar daripada nasabah yang menerima gaji mereka di institusi lain. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik (Costa E Silva et al., 2020).

METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini adalah data aplikasi dan data transaksi dari Penerima Pinjaman yang mendapatkan pembiayaan yang berasal dari portofolio salah satu bank di Indonesia. Sejak April 2019, bank ABC sudah bekerja sama dengan *fintech lending* dan perusahaan pembiayaan *multi finance* dengan kriteria yang telah ditetapkan sesuai dengan *risk appetite* bank dan ketentuan OJK atau BI yang berlaku untuk produk pembiayaan. Dikarenakan kriteria yang diterapkan oleh bank sebagai Pemberi Pinjaman telah disesuaikan dengan *risk appetite* bank ABC sehingga tidak seluruh informasi dan transaksi yang dilaksanakan *fintech lending* atau *multi finance* dimasukkan ke dalam portofolio bank. Selanjutnya *fintech lending* dan perusahaan *multi finance* akan disebut dengan Penyelenggara dan nasabah pada Penyelenggara akan disebut Penerima Pinjaman serta dalam hal ini Bank ABC disebut sebagai Pemberi Pinjaman.

Untuk menghindari pelanggaran kerahasiaan data konsumen, data hanya disajikan setelah tidak mengandung informasi sensitif yang bersifat rahasia konsumen sesuai aturan regulator sehingga informasi yang bersifat data public dan tetap menjamin struktur data tidak berubah sehingga mencegah pelanggaran informasi yang sensitif milik bank ABC.

Aplikasi memiliki *average ticket size* berkisar hingga 1 juta rupiah baik transaksi *fintech lending* maupun perusahaan *multifinance* dengan bentuk produk berupa dana tunai tanpa agunan atau pembiayaan transaksi *commerce* baik *online* atau *offline*.

Periode pengamatan yang akan dipakai dalam penelitian adalah aplikasi Penerima Pinjaman pada *fintech lending* atau *multi finance* yang memiliki satu fasilitas pembiayaan bersama dengan bank ABC maksimum sebanyak satu kali hingga Desember 2022. Status aplikasi tersebut diamati hingga menjadi *default* atau periode pengamatan berakhir. Terdapat variabel independen yang berasal dari data aplikasi merupakan data demografi yang dimiliki oleh Penerima Pinjaman pada saat melakukan pengajuan aplikasi melalui perusahaan pembiayaan maupun *fintech lending*. Data aplikasi yang digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- Usia, merupakan umur Penerima Pinjaman saat mengajukan transaksi.
- Pendapatan, merupakan deklarasi penghasilan Penerima Pinjaman per bulan yang telah disetahunkan.
- Pekerjaan, merupakan tipe pekerjaan Penerima Pinjaman dan berdasarkan informasi yang dideklarasikan oleh Penerima Pinjaman.
- Lama bekerja, merupakan jangka waktu Penerima Pinjaman bekerja di posisi pekerjaan yang sekarang.
- Kota Domisili, merupakan kota dimana rumah Penerima Pinjaman tinggal berdasarkan informasi yang dideklarasikan.
- Status Pendidikan, merupakan pendidikan terakhir yang ditempuh Penerima Pinjaman berdasarkan informasi yang dideklarasikan
- Deskripsi Pekerjaan, merupakan deskripsi pekerjaan mengacu pada klasifikasi internal yang bank.
- Jumlah Pihak Tertanggung, merupakan jumlah pihak yang ditanggung oleh Penerima Pinjaman saat aplikasi diajukan.
- Status Pernikahan, merupakan status pernikahan Penerima Pinjaman.
- Industri Bidang Pekerjaan, merupakan industri dimana Penerima Pinjaman diklasifikasikan secara internal oleh bank.

Variabel independen lainnya dibentuk dari data transaksi merupakan data transaksi yang dilakukan oleh Penerima Pinjaman pada saat melakukan pengajuan aplikasi melalui perusahaan pembiayaan maupun *fintech lending*. Data transaksi yang digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- Kredit Limit Partner, merupakan nominal plafon yang diberikan oleh *fintech lending* dan bersifat revolving seperti kartu kredit. Adapun Penerima Pinjaman pada perusahaan pembiayaan menggunakan layanan dalam bentuk pembiayaan barang sehingga limit yang diberikan yang diberikan tidak bersifat revolving dan akan disesuaikan dengan harga barang yang dibeli.
- Jenis aplikasi, merupakan tipe transaksi yang dilakukan Penerima Pinjaman dan dapat dikategorikan menjadi dua hal yaitu pinjaman tanpa agunan (pencairan limit untuk memperoleh dana tunai) dan pembiayaan barang (pencairan limit guna melunasi barang/produk).
- Tenor, merupakan jangka waktu pinjaman atau pembiayaan yang diberikan kepada Penerima Pinjaman.
- Nominal transaksi, merupakan nominal transaksi yang dicairkan kepada Penerima Pinjaman.
- Nominal suku bunga, merupakan nominal suku bunga yang dibebankan kepada Penerima Pinjaman untuk menanggung kemungkinan risiko kredit dari pembiayaan yang diberikan.
- Nominal cicilan, merupakan besaran cicilan yang dibebankan kepada Penerima Pinjaman untuk dibayarkan setiap bulan sepanjang tenor pinjaman berlaku.
- Status Pinjaman, merupakan variabel dependen yang menjadi acuan dikatakan *default* atau tidaknya suatu pinjaman.

- Tanggal Aplikasi, merupakan tanggal dimana aplikasi disetujui untuk diberikan pinjaman oleh bank melalui fintech lending atau multi finance.
- Tujuan Pinjaman, merupakan tujuan penggunaan dana pinjaman pada fintech lending atau multi finance sebagai media bayar atau aplikasi commerce.
- Jumlah Hari Tunggakan, merupakan jumlah hari sejak cicilan pinjaman tidak dibayarkan oleh Penerima Pinjaman pada tanggal jatuh tempo.

Untuk melakukan pengelompokkan dan memilih variabel secara otomatis dan interaktif digunakan *The Weight of Evidence* (WOE) dan pengukuran *Information Value* (IV). WOE memiliki definisi yaitu logaritma dari rasio dari proporsi 'baik' atas proporsi 'buruk' dalam atribut data. Apabila hasil logaritma bernilai negatif tinggi maka menandakan risiko tinggi, sebaliknya apabila bernilai positif tinggi bersesuaian dengan risiko rendah. Perhitungan WOE dapat ditulis sebagai berikut:

$$WOE_{attribute} = \log\left(\frac{p_{goodattribute}}{p_{badattribute}}\right)$$

$$\text{dimana } p_{goodattribute} = \frac{\#goodsattribute}{\#goods} \text{ dan } p_{badattribute} = \frac{\#badsattribute}{\#bads} \quad (1)$$

Setelah dilakukan perhitungan WOE, untuk penentuan variabel prediktif diperlukan pengukuran menggunakan IV dengan memberikan bobot pada variabel atribut. Bobot tersebut merupakan selisih antara proporsi 'baik' dan proporsi 'buruk' dalam atribut tertentu. Perhitungan IV dapat ditulis sebagai berikut:

$$Information\ Value = \sum p_{goodattribute} - p_{badattribute} * WeightofEvidence \quad (2)$$

Regresi logistik akan membentuk variabel ($\log(p/(1-p))$) yang merupakan hubungan linier antar variabel independen. Nilai variabel ini ditransformasikan menjadi probabilitas dengan fungsi logit. Model regresi logistik dapat ditulis dengan formula sebagai berikut :

$$\log\left[\frac{P(Y=1)}{1-P(Y=1)}\right] = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k \quad (3)$$

dimana $P(Y = 1)$ merupakan peluang terjadinya hal yang ingin diketahui.

Selanjutnya persamaan (1) dapat ditulis sebagai berikut :

$$P(Y = 1) = \frac{1}{1+e^{-z}} \text{ dimana } z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k \quad (4)$$

Dengan menggunakan regresi logistik dalam *credit scoring* adalah untuk menentukan peluang dari nasabah menjadi *default* atau *non-default* dimana ($Y = 1$) merupakan tujuan pemodelan (*default*).

Pada penelitian ini, *probability of default* (PD) untuk setiap aplikasi dimodelkan sebagai berikut :

$$\log\left(\frac{1-P(Y=1)}{1-P(Y=1|x_i)}\right) = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_i x_i, i = 1, 2, \dots, 16 \quad (5)$$

$$\Leftrightarrow \log\left(\frac{1-P(Y=1)}{1-P(Y=1|x_i)}\right) = e^{-(\alpha + \sum_{i=1}^{16} \beta_i x_i)} \quad (6)$$

dimana x_1 adalah usia, x_2 adalah pendapatan, x_3 adalah pekerjaan, x_4 adalah lama bekerja, x_5 adalah limit, x_6 adalah outstanding, x_7 adalah jumlah hari tunggakan, x_8 adalah jenis transaksi, x_9 adalah nominal tunggakan, x_{10} adalah jumlah frekuensi transaksi, x_{11} adalah nominal transaksi, x_{12} adalah tingkat utilisasi limit, x_{13} adalah tenor, x_{14} adalah suku bunga.

Metode kedua adalah menggunakan *machine learning* yang tergolong dalam *supervised learning* yaitu *decision tree* (DT). Model ini bertujuan membagi sekumpulan data observasi menjadi kelompok data homogen yang lebih kecil dengan variabel target tertentu. Umumnya variabel target bersifat kategorik sehingga model *decision tree* digunakan untuk menghitung probabilitas untuk setiap target kategori dan juga dapat diterapkan pada data numerik. Terdapat dua node di dalam model DT yaitu *Decision node* dan *Leaf node*. *Decision node* digunakan untuk membuat keputusan dan memiliki satu cabang atau lebih, sementara *Leaf node* merupakan output dari *decision node* dan tidak memiliki cabang. Diperoleh keputusan *node* diperoleh berdasarkan atribut dataset yang ada.

Aturan klasifikasi yang akan digunakan dalam *decision tree* menggunakan dua puluh (20) variabel yang telah disebutkan sebelumnya menggunakan algoritma Classification and Regression Tree algorithm (CART).

Dengan menggunakan algoritma CART, dipilih *tree* yang terbaik berdasarkan *cross-validation* dan *minimum error rule* dimulai dari *root node (default)*, kemudian mencari atribut terbaik dari variabel yang tersedia pada. Selanjutnya membagi atribut menjadi sub-set yang bersifat homogen dan dilakukan secara rekursif sampai node tidak memiliki *leaf node*. Algoritma C4.5 merupakan salah satu metode yang umumnya dipakai untuk membangun model DT. Algoritma memulai *tree* dan mengevaluasi atribut yang menghasilkan partisi bersifat informatif.

Algoritma C4.5 bertujuan menghasilkan *decision tree* dengan menghitung dan membandingkan Gain Ratio, kemudian pada node yang terbentuk di level berikutnya, dan hal yang sama dilakukan secara rekursif. Tahapan dalam membuat DT menggunakan algoritma C4.5 yaitu :

1. Mempersiapkan data training dari data historis Bank ABC
2. Menentukan *root node* dengan menghitung nilai gain tertinggi dari masing-masing atribut atau berdasarkan nilai indeks entropy terendah. Terlebih dahulu index entropy harus dihitung dengan rumus:

$$Entropy(S) = \sum_{i=1}^n -p_i \log_2 p_i$$

dimana

S = himpunan kasus

n = jumlah partisi S

p_i = proporsi s_i terhadap S

3. Setelah itu dihitung nilai *gain* dengan Gain Information melalui persamaan berikut :

$$Gain(S, A) = Entropy(S) - \sum_{i=1}^n \frac{|s_i|}{|S|} * Entropy(s_i)$$

dimana

S = himpunan kasus

A = Atribut

n = jumlah partisi Atribut A

$|s_i|$ = proporsi s_i terhadap S

$|S|$ = Jumlah kasus dalam S

4. Lakukan perhitungan yang sama secara rekursif pada entropy dan gain di setiap atribut yang ada hingga seluruh atribut terpartisi atau tidak memiliki *leaf node* (Dash, 2022).

Untuk memastikan model regresi logistik yang dihasilkan telah menggambarkan data dengan baik dan variabel prediktor yang sesuai diperlukan uji keandalan. Salah satu uji yang dapat dilakukan adalah likelihood ratio test, dengan tujuan membandingkan likelihood data antara model seluruhnya terhadap likelihood menggunakan model dengan variabel prediktor lebih sedikit. Kedua model tersebut divalidasi menggunakan uji *sensitivity*, *precision*, dan *f1-score* (Yap, et al, 2011).

Confusion Matrix

	+	-
+	TP	FP
-	FN	TN

$$Sensitivity = \left(\frac{TP}{TP + FN} \right)$$

$$Precision = \left(\frac{TP}{TP + FP} \right)$$

$$f1 - score = \left(\frac{2}{\frac{1}{Precision} + \frac{1}{Sensitivity}} \right)$$

Selain itu, validasi model dalam rangka perbandingan antara kedua model dapat dilihat menggunakan kurva Receiver Operating Characteristic (ROC). Hal ini bertujuan untuk melihat hasil klasifikasi model menggunakan dua parameter yaitu True Positive Rate (Recall) dan False Positive Rate (Yap et al., 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan berbagai variabel yang digunakan dalam penelitian, model dibangun menggunakan data sebanyak 1.496.251 yang terdiri dari aplikasi yang dibuka pada periode April 2019 hingga Desember 2022. Data tersebut diamati secara bulanan hingga menjadi default atau hingga periode pengamatan berakhir. data merupakan hasil kombinasi variabel aplikasi dan variabel transaksi pada pembiayaan bersama bank ABC.

Statistik Deskriptif

Variabel	count	mean	std	min	25%	50%	75%	max
Pendapatan	1,496,252	66,520,090	123,869,100	0	30,000,000	50,400,000	72,000,000	28,164,000,000
Lama_Bekerja	1,496,252	7	7	0	2	5	10	99
Status_Pendidikan	1,496,252	4	2	1	1	4	5	7
Jumlah_Pihak_Tertanggung	1,496,252	2	5	0	0	0	1	99
Status_Pernikahan	1,496,252	2	1	1	1	1	3	3
Industri_Bidang_Pekerjaan	1,496,252	2	1	0	1	3	3	8
Kredit_Limit_Partner	1,496,252	6,465,806	5,027,605	225,000	2,555,100	4,884,300	9,321,840	30,000,000
Tenor	1,496,252	6	3	1	3	6	7	18
Nominal_Transaksi	1,496,252	2,299,000	2,090,321	200,007	679,023	1,800,000	3,144,600	27,000,000
Nominal_Suku_Bunga	1,496,252	237,880	291,231	0	33,510	158,332	321,198	6,198,849
Nominal_Cicilan	1,496,252	415,129	379,937	19,131	169,969	321,798	524,045	9,164,970
Jumlah_Hari_Tunggakan	1,496,252	12	41	0	0	0	0	804

Tabel 1 Statistik Deskriptif Data 2019 - 2022

Berdasarkan matriks korelasi terhadap seluruh variabel independen dapat dilihat terdapat beberapa variabel yang memiliki korelasi mendekati 1 dimana x1 adalah Pendapatan, x2 adalah Lama_Bekerja, x3 adalah Status_Pendidikan, x4 adalah Jumlah_Pihak_Tertanggung, x5 adalah Status_Pernikahan, x6 adalah Industri_Bidang_Pekerjaan, x7 adalah Kredit_Limit_Partner, x8 adalah Tenor, x9 adalah Nominal_Transaksi, x10 adalah Nominal_Suku_Bunga, x11 adalah Nominal_Cicilan, x12 adalah Jumlah_Hari_Tunggakan, x13 adalah Status_Pinjaman yaitu Nominal Transaksi, Nominal Suku Bunga, Nominal Cicilan.

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13
x1	1.00	0.10	-0.11	0.08	0.15	0.00	0.11	0.06	0.23	0.18	0.18	-0.02	0.02
x2	0.10	1.00	0.01	-0.05	0.16	-0.04	-0.13	0.00	-0.03	0.00	-0.03	-0.06	0.06
x3	-0.11	0.01	1.00	-0.06	-0.07	0.20	-0.11	-0.07	-0.17	-0.13	-0.13	0.04	-0.04
x4	0.08	-0.05	-0.06	1.00	0.41	-0.02	0.31	0.08	0.14	0.08	0.11	0.04	-0.05
x5	0.15	0.16	-0.07	0.41	1.00	-0.15	-0.08	0.46	0.33	0.36	0.11	0.05	-0.04
x6	0.00	-0.04	0.20	-0.02	-0.15	1.00	0.07	-0.17	-0.13	-0.14	-0.04	0.00	0.00
x7	0.11	-0.13	-0.11	0.31	-0.08	0.07	1.00	-0.15	0.26	0.12	0.36	-0.04	0.03
x8	0.06	0.00	-0.07	0.08	0.46	-0.17	-0.15	1.00	0.47	0.69	-0.04	0.19	-0.19
x9	0.23	-0.03	-0.17	0.14	0.33	-0.13	0.26	0.47	1.00	0.88	0.71	0.08	-0.07
x10	0.18	0.00	-0.13	0.08	0.36	-0.14	0.12	0.69	0.88	1.00	0.43	0.12	-0.12
x11	0.18	-0.03	-0.13	0.11	0.11	-0.04	0.36	-0.04	0.71	0.43	1.00	-0.01	0.02
x12	-0.02	-0.06	0.04	0.04	0.05	0.00	-0.04	0.19	0.08	0.12	-0.01	1.00	-0.98
x13	0.02	0.06	-0.04	-0.05	-0.04	0.00	0.03	-0.19	-0.07	-0.12	0.02	-0.98	1.00

Tabel 2 Matriks Korelasi Variabel Numerik Data 2019 - 2022

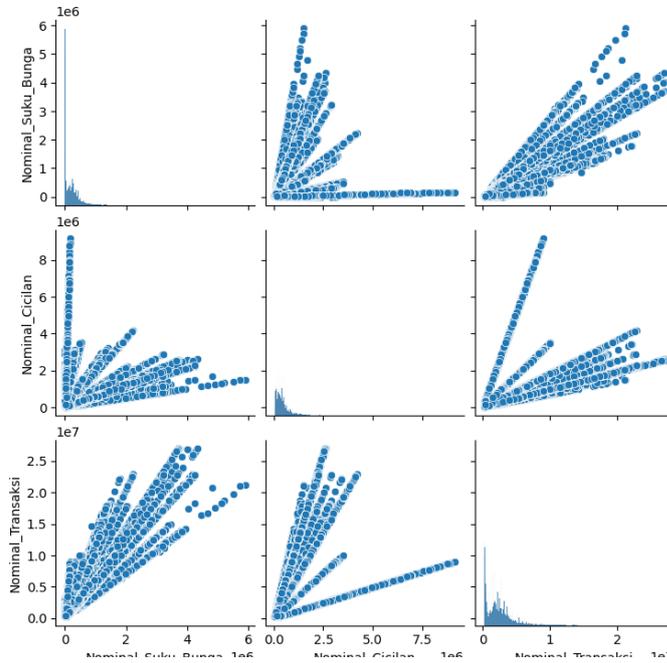
Perhitungan WOE dan IV

Dengan menggunakan formula VIF untuk memastikan kehadiran multikolinearitas diperoleh nilai VIF sebagai berikut:

Variabel	Nilai VIF
Nominal_Suku_Bunga	-1.52E-07
Nominal_Cicilan	-2.48E-08
Nominal_Transaksi	-4.42E-09

Tabel 3 Nilai VIF pada Tes Multikolinearitas

Berdasarkan nilai VIF tidak ditemukan multikolinearitas. Lebih lanjut dilakukan visual secara grafik untuk menggambarkan relasi antara ketiga variable dalam rangka memastikan hadirnya multikolinearitas. Gambar 1 menunjukkan variabel Nominal_Suku_Bunga memiliki hubungan linier dengan variabel Nominal_Transaksi sehingga salah satu variabel tidak



Gambar 1 Grafik Regresi Linier - Tes Lanjutan Multikolinearitas

diikutsertakan dalam memodelkan probability of default. Pada tahapan perhitungan WOE dan IV dilakukan untuk memilih variable signifikan. Sebelumnya dilakukan perubahan tipe data pada variabel Status Pinjaman yang sebelumnya merupakan variabel kategorik menjadi variabel biner (1 atau 0). Lebih lanjut,

Variabel	iv	iv_interpretation
Tujuan_Pinjaman	0.26	medium
Nominal_Suku_Bunga	0.23	medium
Deskripsi_Pekerjaan	0.15	medium
Status_Pendidikan	0.13	medium
Tenor	0.13	medium
Nominal_Transaksi	0.10	medium
Lama_Bekerja	0.05	weak
Kota_Domisili	0.03	weak
Jumlah_Pihak_Tertanggung	0.02	weak
Flag_Declared_Income	0.02	useless
Jenis_Aplikasi	0.02	useless
Pekerjaan	0.02	useless
Flag_Age	0.01	useless
Kredit_Limit_Partner	0.01	useless
Pendapatan	0.00	useless
Nominal_Cicilan	0.00	useless
Industri_Bidang_Pekerjaan	0.00	useless
Jumlah_Hari_Tunggakan	0.00	useless
Status_Pinjaman	0.00	useless
Status_Pernikahan	0.00	useless

Tabel 4 Nilai IV dan Interpretasi Nilai IV Periode 2019-2022

Variabel dengan nilai IV di antara 0.1 hingga 0.5 menjadikan variabel berikut sebagai atribut yang dapat digunakan untuk membangun model antara lain adalah Tenor, Tujuan Pinjaman, Nominal Suku Bunga, Deskripsi Pekerjaan, Status Pendidikan, Lama Bekerja, Kota Domisili, dan Jumlah Pihak Tertanggung.

Data In-Sample dan Out-Sample

Pada tahapan ini, menggunakan variabel yang telah dipilih sebelumnya, dilakukan pemisahan data menjadi in-sample (*data training*) dan out-sample (*data testing*) dengan komposisi masing – masing sebesar 70% dan 30%. Ukuran *data training* (*y train*) dan *data testing* (*y test*) dengan komposisi *default* masing – masing 74.152 nasabah dan 31.990 nasabah. Untuk melakukan pengecekan keandalan model terhadap data *in-sample* dan *out-sample* maka dilakukan perhitungan menggunakan *confusion matrix* adalah sebagai berikut:

		Predicted	
		Default	Paid
Actual	Default	170	31.820
	Paid	548	284.567

Tabel 5 Confusion Matrix - Regresi Logistik Periode 2019 – 2022

Koefisien untuk setiap variabel dapat dilihat pada Tabel 6.

Variabel	Koefisien
Deskripsi_Pekerjaan_n	0.074488
Lama_Bekerja	0.043653
Status_Pendidikan	0.012157
Tenor	0.010633
Jumlah_Pihak_Tertanggung	0.003199
Kota_Domisili_n	0.001008
Tujuan_Pinjaman_n	0.000243
Nominal_Suku_Bunga	-0.000001

Tabel 6 Koefisien Variabel pada Model Regresi Logistik (Data Training)

Variabel	Koefisien
Kota_Domisili_n	0.0031089
Tujuan_Pinjaman_n	0.0009304
Deskripsi_Pekerjaan_n	0.0001663
Lama_Bekerja	0.0000895
Tenor	0.0000331
Status_Pendidikan	0.0000316
Jumlah_Pihak_Tertanggung	0.0000115
Nominal_Suku_Bunga	0.0000003

Tabel 7 Koefisien Variabel pada Model Regresi Logistik (Data Testing)

Selanjutnya dilakukan perhitungan menggunakan indikator *sensitivity*, *precision* dan *f-1 score* dalam menentukan *default* dapat dilihat pada Tabel 7. Hal ini menunjukkan bahwa dengan akurasi 89.8% dalam memodelkan pembiayaan bersama secara umum tetapi memiliki tingkat *precision* dan *recall* yang rendah pada data training.

Sensitivity	1.00%
Precision	24.0%
F1-score	1.00%

Tabel 8 Nilai Sensitivity, Precision, F1-Score – Default – Regresi Logistik Periode 2019 – 2022 (Data Training)

Selanjutnya menggunakan model yang telah dibangun pada data training kemudian diterapkan pada data *testing* dan diperoleh hasil yang sama. Nilai indikator *sensitivity*, *precision* dan *f-1 score* dalam menentukan *default* dapat dilihat pada Tabel 7.

Sensitivity	1.00%
Precision	24.0%
F1-score	1.00%

Tabel 9 Nilai Sensitivity, Precision, F1-Score – Default – Regresi Logistik Periode 2019 – 2022 (Data Testing)

Selanjutnya, analisis model prediksi *default* yang digunakan untuk membangun model *probability of default* berdasarkan variabel aplikasi dan transaksi yaitu *decision tree* CART. *Confusion matrix* pada model *decision tree* dapat dilihat pada Tabel 9.

	Predicted		
	Default	Paid	
Actual	Default	6.050	25.940
	Paid	36.733	284.75

Tabel 10 Confusion Matrix – Decision Tree Periode 2019 – 2022

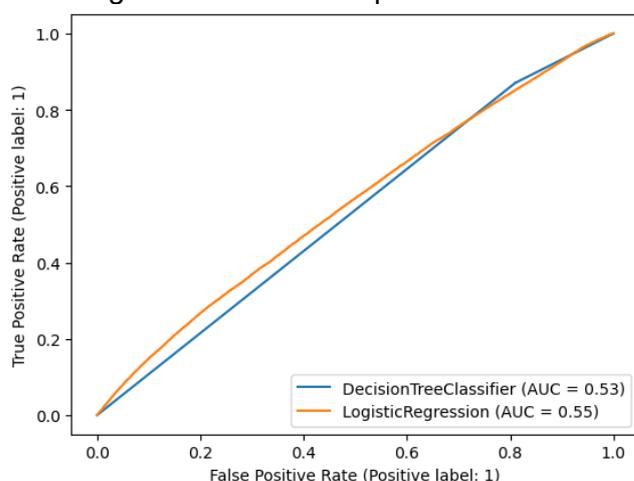
Selanjutnya menggunakan model yang telah dibangun pada data training kemudian diterapkan pada data *testing* dan diperoleh hasil yang sama. Berdasarkan nilai indikator *sensitivity*, *precision* dan *f-1 score* dalam menentukan *default* dapat dilihat pada Tabel 10, hasil akurasi model *decision tree* memiliki nilai *precision* lebih rendah dibandingkan dengan regresi logistik meskipun nilai *sensitivity* dan *f1-score* lebih tinggi.

Sensitivity	14.0%
Precision	0.19%
F1-score	16.0%

Tabel 11 Nilai Sensitivity, Precision, F1-Score – Default – Decision Tree Periode 2019 – 2022 (Data Training)

Nilai akurasi pada mode *decision tree* sebesar 80.2%, maka dapat disimpulkan akurasi model *probability of default* menggunakan *decision tree* dapat memodelkan data sebesar 80.2% dengan benar.

Selanjutnya, digunakan kurva ROC dengan dua indikator yaitu *True Positive* dan *True Negative* untuk menampilkan keandalan antara kedua model tersebut (Gambar).



Tabel 12 Kurva ROC Regresi Logistik vs Decision Tree Periode 2019 - 2022

Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan teknik tradisional regresi logistik dapat memodelkan lebih baik menggunakan variabel Tenor, Tujuan Pinjaman, Nominal Suku Bunga, Deskripsi Pekerjaan, Status Pendidikan, Lama Bekerja, Kota Domisili, Flag Age dan Kredit Limit Partner pada periode data 2019 hingga 2022 untuk aplikasi pembiayaan bersama antara bank dan *fintech lending/multi-finances*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Model regresi logistik dapat digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik dari aplikasi pembiayaan bersama pada *fintech lending/multi finance*. Penelitian dilakukan menggunakan data aplikasi berisi informasi yang dideklarasikan oleh Penerima Pinjaman berikut transaksi yang mendapatkan pembiayaan bersama untuk dapat menunjukkan pola transaksi yang berisiko bagi bank jika menjadi *default*. Identifikasi karakteristik pemodelan

risiko dilakukan untuk mengantisipasi peningkatan risiko pencadangan dan NPL yang signifikan seiring dengan pertumbuhan *fintech lending/multi finance* di Indonesia.

Penelitian ini menerapkan metode regresi logistik dalam memprediksi Penerima Pinjaman yang mendapat pembiayaan bersama antara bank dan *fintech lending/multi finance* dan dibandingkan hasil pemodelan tersebut dengan metode *machine learning* yaitu *decision tree* dalam memprediksi besarnya peluang *default* pada salah satu bank dengan portofolio pembiayaan bersama di Indonesia.

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel aplikasi yang signifikan memengaruhi *probability of default* pada pembiayaan bersama antara bank dan *fintech lending/multi finance* adalah Deskripsi Pekerjaan, Status Pendidikan, Lama Bekerja, Kota Domisili dan Jumlah Pihak Tertanggung.
2. Sementara Variabel aplikasi yang signifikan memengaruhi *probability of default* pada pembiayaan bersama antara bank dan *fintech lending/multi finance* adalah durasi pinjaman (tenor), tujuan pinjaman, dan nominal suku bunga yang dibebankan kepada Penerima Pinjaman.
3. Hasil validasi dengan metode in-sample dan out-sample pada periode 2019 hingga 2022 menunjukkan bahwa model yang dibangun tidak berlaku secara umum atau tidak mampu memprediksi *probability of default* pada waktu pengamatan yang berbeda menggunakan teknik tradisional regresi logistik. Hal tersebut dipengaruhi oleh adanya pergeseran jumlah observasi untuk beberapa variabel pada data yang digunakan untuk pembangunan model dan data yang digunakan untuk validasi model.

Hasil validasi dengan metode in sample dan out sample pada periode 2019 hingga 2022 menunjukkan bahwa model yang dibangun tidak berlaku secara umum atau tidak mampu memprediksi *probability of default* pada waktu pengamatan yang berbeda menggunakan *machine learning decision tree*. Hal tersebut dipengaruhi oleh adanya pergeseran jumlah observasi untuk beberapa variabel pada data yang digunakan untuk pembangunan model dan data yang digunakan untuk validasi model.

Berdasarkan hasil, analisis dan kesimpulan penelitian tersebut, maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi bank
 - a. Database yang berisi informasi terkait data aplikasi serta data transaksi debitur dapat diolah untuk membantu proses pengambilan keputusan atau membuat peraturan bahkan pertimbangan strategi bisnis bagi manajemen bank. Oleh karena itu, kualitas data sangat penting untuk ditingkatkan dengan cara melakukan verifikasi data calon demografi Penerima Pinjaman pada saat proses onboarding sebelum menerima pembiayaan bersama untuk menghindari terjadinya kesalahan data. Peningkatan kualitas data transaksi dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan setiap variabel demografi mandatori untuk pembuatan model secara reguler sehingga proses pengolahan data dapat lebih cepat dan menghasilkan hasil yang lebih optimal.
 - b. Teknik regresi logistik dapat digunakan untuk melakukan profiling karakteristik Penerima Pinjaman dari pembiayaan bersama antara bank dan *fintech lending/multifinance*. Profiling tersebut dapat digunakan untuk mencegah risiko yang dapat terjadi di waktu mendatang serta dapat diteliti lebih lanjut untuk peningkatan portfolio melalui cross-selling dengan produk bank yang lain
3. Bagi akademisi dan penelitian berikutnya:
 - a. Pembangunan model risiko kredit pembiayaan bersama antara bank dan *fintech lending/multi finance* dapat diperluas dengan menggunakan data dari beberapa bank di Indonesia sehingga hasil penelitian dapat berlaku secara umum.
 - b. Pembangunan model risiko kredit pembiayaan bersama antara bank dan *fintech lending/multi finance* dapat dilakukan dengan menambahkan berbagai variabel aplikasi agar pola transaksi Penerima Pinjaman dapat diketahui dengan lebih seksama.

c. Baik teknik regresi logistik dan decision tree dapat digunakan untuk memodelkan risiko kredit pembiayaan bersama antara bank dan fintech lending/multi finance yang selanjutnya dapat digunakan untuk mengestimasi LGD.

DAFTAR PUSTAKA

- APPI. (2021). Retrieved from https://www.appi.id/download/statistic/Buku_Statistik_Lembaga_Pembiayaan_2021.pdf
- BCBS. (2000, September). Bank for International Settlements. Retrieved from Basel Committee Publication: <https://www.bis.org/publ/bcbs75.pdf>
- BCBS. (2010, September). Bank for International Settlement. Retrieved from <https://www.bis.org/fsi/awp2010.pdf>
- Bl. (2012). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/Files/box/keuangan-berkelanjutan/pbi-nomor-14-15-pbi-2012.pdf>
- BIS. (2006). International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards . Retrieved from <https://www.bis.org/publ/bcbs128.pdf>
- Bisnis.com. (2022, November 24). Ini Rencana OJK Setelah Kredit Macet Paylater Mendekati 8 Persen. Retrieved from <https://bisnis.tempo.co/read/1660763/ini-rencana-ojk-setelah-kredit-macet-paylater-mendekati-8-persen>
- Costa E Silva, E., Lopes, I. C., Correia, A., & Faria, S. (2020). A logistic regression model for consumer default risk. *Journal of Applied Statistics*, 47(13–15), 2879–2894. <https://doi.org/10.1080/02664763.2020.1759030>
- Dash, S. (2022, November 02). Decision Trees Explained — Entropy, Information Gain, Gini Index, CCP Pruning. Retrieved from Medium: <https://towardsdatascience.com/decision-trees-explained-entropy-information-gain-gini-index-ccp-pruning-4d78070db36c>
- Datacamp. (2022). Retrieved from <https://app.datacamp.com/learn/courses/ensemble-methods-in-python>
- Dulhare, U. N. (2020). *Machine learning and big data : Concepts, algorithms, tools and applications*. John Wiley & Sons, Incorporated.
- EY. (2017). Retrieved from https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/banking-and-capital-markets/ey-unleashing-the-potential-of-fintech-in-banking.pdf
- GitHub. (2020). Retrieved from <https://github.com/klaudia-nazarko/iv-and-woe-python>
- Khandani, A. E., Kim, A. J., & Lo, A. W. (2010). Consumer credit-risk models via machine-learning algorithms. *Journal of Banking & Finance*, 34(11), 2767–2787. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2010.06.001>
- Kyriakides, G., & Margaritis, K. G. (2019). *Hands-on ensemble learning with python : Build highly optimized ensemble machine learning models using scikit-learn and keras*. Packt Publishing, Limited.
- Liu, Y., Yang, M., Wang, Y., Li, Y., Xiong, T., & Li, A. (2022). Applying machine learning algorithms to predict default probability in the online credit market: Evidence from China. *International Review of Financial Analysis*, 79, 101971. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2021.101971>
- Liu, Y., Zhou, Q., Zhao, X., & Wang, Y. (2018). Can Listing Information Indicate Borrower Credit Risk in Online Peer-to-Peer Lending? *Emerging Markets Finance and Trade*, 54(13), 2982–2994. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2018.1427061>
- Machado, M. R., & Karray, S. (2022). Assessing credit risk of commercial customers using hybrid machine learning algorithms. *Expert Systems with Applications*, 200, 116889. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.116889>
- Maggio, M. D., & Yao, V. (2020). Fintech Borrowers: Lax Screening or Cream-Skimming? *Review of Financial Studies*, 4565–4618.
- Mathew. (2015). Retrieved from <https://www.r-bloggers.com/2015/08/evaluating-logistic-regression-models/>

- OJK. (2016). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/POJK-tentang-Layanan-Pinjam-Meminjam-Uang-Berbasis-Teknologi-Informasi/SAL%20-%20PENJELASAN%20POJK%20Fintech.pdf>
- OJK. (2016). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL%20-%20POJK%20Fintech.pdf>
- OJK. (2016). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Pages/POJK-tentang-Penerapan-Manajemen-Resiko-bagi-Bank-Umum.aspx>
- OJK. (2017). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/pages/lembaga-pembiayaan.aspx>
- OJK. (2017). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/pages/Bank-Umum.aspx>
- OJK. (2018). Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Pembiayaan. Retrieved from <https://ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Penyelenggaraan-Usaha-Perusahaan-Pembiayaan/pojk%2035-2018.pdf>
- OJK. (2019). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Penilaian-Kualitas-Aset-Bank-Umum/pojk%2040-2019.pdf>
- OJK. (2022, June 7). Retrieved from Statistik Fintech: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-April-2022.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022, May 18). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/default.aspx>
- Scikit Learn. (2022). Retrieved from [https://scikit-learn.org/stable/modules/tree.html#:~:text=Decision%20Trees%20\(DTs\)%20are%20a,as%20a%20piecewise%20constant%20approximation.](https://scikit-learn.org/stable/modules/tree.html#:~:text=Decision%20Trees%20(DTs)%20are%20a,as%20a%20piecewise%20constant%20approximation.)
- Tang, H. (2019). Peer-to-Peer Lenders Versus Banks: Substitutes or Complements? The Review of Financial Studies, 1900–1938.
- Velayudhan, A. (2020). Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/type-i-ii-errors-credit-scoring-need-clear-velayudhan-frm-dipifr/>
- Yap, B. W., Ong, S. H., & Husain, N. H. M. (2011). Using data mining to improve assessment of credit worthiness via credit scoring models. *Expert Systems with Applications*, 38(10), 13274–13283. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2011.04.147>
- Zhang, C., & Ma, Y. (2012). *Ensemble Machine Learning*. Springer.
- Zhou, L., Fujita, H., & Ding, H. (2021). Credit risk modeling on data with two timestamps in peer-to-peer lending by gradient boosting. *Applied Soft Computing*, 107672.

PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP *FINANCIAL DISTRESS* DENGAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI

¹Rafqah Annisa Kusumaningrum, ²Farida Titik Kristanti

^{1,2}Telkom University, Indonesia

Rafqahannisa@student.telkomuniversity.ac.id, Faridatk@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

In facing competition with other business units, a company must maintain its business stability. Individuals who have an interest in an organization trust that this security will keep going quite a while so the organization can keep on running its tasks and can give development to keep up with its business. It is possible for a business to find itself in financial trouble if it is unable to compete with its rivals. This study plans to decide the impact of monetary execution which incorporates the proportion of liquidity, influence, action, and income to monetary misery with administrative proprietorship as a directing variable. Secondary data from the 2017-2021 annual financial reports of companies in the energy sector listed on the Indonesia Stock Exchange were used. MRA and logistic regression are the models that were used in this study. The findings demonstrated that the ratio of liquidity to cash flow can have a significant impact on financial distress, whereas the ratio of leverage to activity cannot have a significant impact on financial distress. Meanwhile, managerial ownership is able to significantly moderate the relationship between the liquidity ratio and financial distress, but not the relationship between the leverage ratio and activity to financial distress.

Keywords: Activity; Cash flow; financial distress; leverage, liquidity, managerial ownership.

ABSTRAK

Sebuah bisnis harus menjaga stabilitasnya ketika bersaing dengan unit bisnis lainnya. Orang-orang yang tertarik dengan suatu bisnis berharap stabilitas ini akan bertahan lama sehingga bisnis bisa terus menjalankan operasinya serta menawarkan ide-ide baru guna mempertahankan bisnisnya. *Financial distress* mungkin terjadi pada bisnis yang tidak mampu bersaing dengan saingannya serta tidak bisa bertahan. Penelitian ini berencana guna menentukan dampak eksekusi moneter yang memasukkan proporsi likuiditas, pengaruh, pergerakan, serta pendapatan atas masalah moneter dengan kepemilikan administratif selaku variabel pengarah. Informasi yang dipakai yakni informasi tambahan yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan asosiasi bidang energi yang tercatat di BEI periode 2017-2021. Model yang dipakai dalam penelitian ini yakni relaps terhitung serta MRA. Hasilnya menegaskan kalau proporsi likuiditas serta pendapatan secara bersama-sama bisa berdampak atas penderitaan moneter, serta proporsi pengaruh serta tindakan tidak bisa berdampak atas kesengsaraan moneter secara mendasar. Sedangkan kepemilikan manajerial mampu memoderasi hubungan antara rasio likuiditas serta *financial distress* secara signifikan, namun tidak memoderasi hubungan rasio leverage serta aktivitas atas financial distress.

Kata Kunci: Aktivitas; Arus kas; financial distress; leverage, likuiditas, kepemilikan manajerial.

PENDAHULUAN

Financial distress yakni apa yang terjadi di mana asosiasi mengalami masalah dalam memenuhi komitmennya, suatu keadaan di mana gaji asosiasi tidak bisa menutupi semua pengeluaran serta menanggung kemalangan (Hery, 2016). *Financial distress* adalah awal dimana penurunan keadaan perusahaan akan mengalami kebangkrutan atau likuiditas (Jannah et al., 2021). Beberapa variabel bisa menyebabkan *financial distress*, termasuk faktor dari dalam (inward) serta dari luar (outer) asosiasi. Faktor internal asosiasi antara lain sumber daya manusia yang kurang memadai dari segi kuantitas serta kualitas, anggaran yang tidak mencerminkan keadaan asosiasi, pemasaran serta distribusi produk

yang kurang baik, serta sejumlah faktor internal lainnya. Mengenai faktor eksternal yang berkontribusi atas kegagalan asosiasi selaku bisnis, (Kristanti, 2019:13) menyebutkan lingkungan sosiokultural, kondisi ekonomi makro berupa pertumbuhan ekonomi serta inflasi, serta bencana alam

Financial distress dapat diukur menggunakan laba per saham atau *earning per share* (EPS) yang dihasilkan perusahaan. EPS bisa menegaskan seberapa besar suatu asosiasi mampu menghasilkan keuntungan per saham selama periode waktu yang ditentukan, serta bagaimana kinerja asosiasi di masa lalu serta prospeknya di masa depan terkait satu sama lain (Fahmi, 2014:288) . Jika perusahaan memiliki EPS negatif maka dapat diartikan kondisi perusahaan bisa terjadi *financial distress* (Kristanti et al., 2016) Penurunan kesejahteraan pemegang saham asosiasi dipengaruhi oleh peningkatan jumlah bisnis dengan EPS negatif.

Sektor pertambangan (Energi) adalah salah satu sektor ekonomi memainkan peran penting karena Indonesia memiliki potensi energi serta mineral yang cukup besar. Batubara, minyak serta gas, logam, serta mineral lainnya yakni bagian dari subsektor sektor pertambangan itu sendiri. berbagai macam sub sektor tersebut bekerja langsung dalam mengolah sumber daya alam yang tentunya berdampak terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar. Peningkatan total asosiasi yang memegang EPS negatif atas sektor energi rata-rata merupakan dari perusahaan sub-sektor produksi batu bara hal ini dikarenakan komoditas mineral batu bara yang mengalami penurunan. harga batubara yang menurun berkepanjangan akan berdampak negatif terhadap aktivitas asosiasi. Bila perihal ini terjadi berkelanjutan akan mengarahkan asosiasi pada kondisi *financial distress* bahkan kebangkrutan, namun hal ini juga bisa dijadikan '*early warning*' bagi perusahaan untuk memperbaiki pengelolaan perusahaannya.

Dilansir dari CNBC Indonesia, kawasan pertambangan (energi) memiliki target usaha berdasarkan rencana kerja serta rencana belanja tahun 2020 yakni US\$ 7,75 miliar, namun pengakuan hingga Oktober baru mencapai US\$ 2,89 miliar. Artinya, pengakuan usaha di bidang pertambangan (energi) hingga Oktober 2020 baru mencapai 37,3% dari target. Pertambangan termasuk sektor yang mengalami penurunan terbesar pada BEI yaitu sebesar 18,42%, dua diantaranya sektor *consumer* turun sebesar 14,92% dan sektor perdagangan jasa turun 20,88%. (www.cnbcindonesia.com).

Mengukur kinerja keuangan secara akurat yang tercermin dalam laporan keuangan yang dimiliki serta disusun yakni salah satu metode guna memprediksi terjadinya *financial distress* (Noviandri, 2015). Proporsi moneter selaku investigasi dipakai guna mengetahui keadaan moneter asosiasi melalui informasi laporan moneter dengan melihat data moneter yang terkandung di dalamnya. Asosiasi diharuskan memberi informasi tersebut kepada pemangku kepentingan perusahaan, hal ini untuk meyakinkan para investor bahwa perusahaan hendak memberikan keuntungan guna dana yang sudah diinvestasikan. Penelitian ini memakai likuiditas, leverage, aktivitas, serta arus kas selaku rasio keuangan.

Rasio likuiditas merupakan rasio keuangan yang dapat memprediksi kondisi keuangan asosiasi. likuiditas mengacu pada kapasitas asosiasi guna menggantikan sumber daya asosiasi dalam menjaga komitmen dananya . Jika asosiasi bermasalah dengan likuiditas, asosiasi besar kemungkinan besar akan bermasalah dengan pembiayaan. Dengan memakai rasio lancar, likuiditas bisa dihitung. Semakin kecil kemungkinan sebuah asosiasi akan mengalami kesulitan keuangan, semakin likuidlah asosiasi tersebut. Kristanti et al., (2019) menegaskan kalau ketika terjadi masalah likuiditas banyak hal yang mungkin terjadi, seperti munculnya kesulitan dalam mengakses pendanaan eksternal yang pada akhirnya akan menurunkan profitabilitas perusahaan dan meningkatkan risiko kegagalan. Sebaliknya, bila asosiasi memegang utang yang tinggi, sehingga risiko terjadinya *financial distress* hendak meningkat dan dapat mengganggu kinerja perusahaan yang berakibat pada *financial distress*. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan Syuhada et al., (2020) mengatakan rasio likuiditas berdampak positif atas *financial distress*. Di sisi lain pengkajian yang di lakukan atas Sanyasa & Kristanti, (2020)

serta Zhafirah & Majidah, (2019) yang mengatakan rasio likuiditas tidak berdampak atas *financial distress*.

Leverage yakni rasio yang menegaskan seberapa baik asosiasi bisa memenuhi semua kewajibannya. *leverage* itu sendiri menyatakan kalau bisnis memakai utang selaku struktur modal guna membiayai aktivitasnya. sebuah perusahaan berada dalam kesulitan jika asetnya tidak sebanding dengan kewajibannya, *leverage* dikaji melalui *debt to asset ratio*. nilai *leverage* yang meningkat memungkinkan terjadinya *financial distress* lebih tinggi. Dari penelitian Dianova dan Nahumury (2019) mengatakan rasio *leverage* tidak berdampak atas *financial distress*, di sisi lain menurut Giarto dan Fachrurrozie (2020) mengatakan *leverage* berdampak positif atas *financial distress*.

Proporsi tindakan juga yakni proporsi guna meramalkan kesulitan keuangan pada asosiasi. Rasio aktivitas yakni rasio yang menegaskan seberapa baik suatu asosiasi mengelola asetnya. Menurut Setiawan & Amboningtyas (2018), rasio ini dipakai guna memperkirakan kepemilikan asosiasi atas aset tertentu. Menurut Anwar (2019), rasio aktivitas yakni rasio yang menegaskan nilai operasional asosiasi yang meliputi pendapatan prestasi atau total aset yang dipakai. Menurut Restianti & Agustina (2017), asosiasi dengan rasio aktivitas yang tinggi lebih kecil kemungkinannya mengalami kesulitan keuangan karena bisa memanfaatkan pendanaan yang diterimanya dengan baik. Memanfaatkan perputaran total aset, rasio aktivitas diukur. Berkonsentrasi Pada Yang Dilakukan Setiawan et al. (2018) Pergerakan Proporsi Negara Konsekuensi Buruk pada Kesulitan Moneter. Penelitian Syuhada et al. juga memberikan hasil (2020) yang menyatakan kalau rasio aktivitas tidak berpengaruh atas kemungkinan terjadinya *financial distress*.

Menurut Purwaningsih & Safitri (2002), rasio arus kas yakni rasio keuangan yang memanfaatkan komponen-komponen dari laporan arus kas asosiasi. bisa dipakai guna membandingkan kinerja asosiasi pembiayaan dari waktu ke waktu atau membandingkannya dengan asosiasi lain dalam industri yang sama. Proporsi pendapatan terdiri dari pendapatan gerakan kerja, pendapatan tindakan menyisihkan, serta pendapatan pendanaan tindakan. Rasio arus kas operasi atas total kewajiban yakni rasio yang dipakai guna memprediksi kesulitan keuangan asosiasi, menurut penelitian ini. Proporsi pendapatan kerja dipakai guna merinci apakah rencana asosiasi dalam masalah spekulasi serta dukungan telah berjalan selakumana mestinya (Fahmi, 2018). Asosiasi yang memiliki arus kas operasi yang tinggi dapat dikatakan memiliki potensi dalam melunasi kewajiban, membayar dividen, serta melaksanakan operasionalnya dengan baik sehingga terbebas atas keadaan *financial distress*. Penelitian diarahkan oleh Syuhada et al. (2020) menyatakan kalau proporsi pendapatan berdampak negatif pada kesulitan moneter. Sebaliknya, Febriyan & Prasetyo (2019) menyatakan kalau *cash flow ratio* tidak berpengaruh signifikan atas *financial distress*.

Masalah moneter yakni jenis masalah asosiasi di dalam asosiasi. Ketika asosiasi dalam kesulitan keuangan, manajemen memiliki lebih banyak informasi daripada pemegang saham tentang keadaan bisnis yang sebenarnya. Ketika asosiasi manajemen memiliki saham, masalah keagenan bisa dikurangi (Jensen & Meckling, 1976). Manajemen yang memegang saham dalam bisnis disebut selaku kepemilikan manajerial. Di dalam asosiasi, kepemilikan manajerial mendorong keselarasan kepentingan serta tujuan bersama. Dampak utang asosiasi yang tinggi mungkin lebih kecil kemungkinannya menyebabkan kesulitan keuangan jika ada kepemilikan manajerial. Larasati serta Wahyudin, (2019) Semakin tinggi nilai kepemilikan administrasi maka semakin besar pula tanda pelaksanaan asosiasi keuangan. Studi yang dilakukan oleh Octaviani et al., (2021) Selaku contoh, kepemilikan manajerial mungkin bisa memoderasi hubungan antara *financial distress* serta rasio *leverage* secara signifikan, tetapi tidak akan bisa memoderasi hubungan antara *financial distress* serta likuiditas secara signifikan. serta rasio aktivitas. Sebaliknya, penelitian Prayogi et al. (2022) menyatakan kalau kepemilikan manajerial bisa mengendalikan likuiditas serta aktivitas dalam menghadapi *financial distress*.

Penelitian ini bertujuan guna menguji pengaruh rasio keuangan (likuiditas, *leverage*, aktivitas, arus kas) atas *financial distress* pada asosiasi sektor energi yang terdaftar di BEI

periode 2017-2021 dengan kepemilikan manajerial selaku moderator, berdasarkan latar belakang serta inkonsistensi dari penelitian sebelumnya.

LANDASAN TEORI

Teori Sinyal

Seperti yang ditunjukkan oleh Brigham And Houston (2014) mengatakan sinyal hipotesis yakni sesuatu yang diprakarsai oleh eksekutif asosiasi guna memberikan garis besar kepada pendukung keuangan sehubungan dengan kemungkinan asosiasi. Premis teori sinyal yakni kalau tidak semua pihak akan menerima informasi yang sama. Hipotesis Hal ini berkaitan dengan penyimpangan data yang menegaskan ketidakmerataan data antara pengurus asosiasi serta individu yang terlibat erat dengan data. guna itu, pengawas perlu memberikan data kepada pihak-pihak yang terkait erat dengan individu melalui penerbitan laporan keuangan.

Rasio keuangan berkaitan dengan teori sinyal karena merupakan salah satu informasi yang nampak atas laporan moneter. Asosiasi diharuskan memberi informasi tersebut kepada pemangku kepentingan perusahaan, hal ini untuk meyakinkan para investor kalau asosiasi akan memberi Anda cadangan tanah tinggi yang telah berkontribusi. Dengan menganalisis rasio moneter yang nampak atas laporan moneter akan memberikan early warning bagi perusahaan untuk mengelola perusahaannya dengan baik dan menjadi pertimbangan untuk investor dalam mengambil keputusan.

Rasio Keuangan

Selakumana dikemukakan oleh Fahmi (2014: 49) proporsi moneter yakni kajian yang melihat korelasi antara jumlah yang terdapat dalam rangkuman anggaran dengan memakai persamaan yang dipandang selaku delegasi guna diterapkan. Proporsi keuangan penting dalam melakukan pemeriksaan atas kondisi asosiasi keuangan.

Hery (2015) mengatakan kalau ada lima jenis rasio keuangan yang dipakai guna mengevaluasi kesehatan serta kinerja keuangan asosiasi. Lima rasio keuangan: likuiditas, solvabilitas atau leverage, aktivitas, profitabilitas, evaluasi, serta ukuran pasar Fahmi, selakumana dilaporkan pada tahun 2014:49) Rasio keuangan yakni suatu kajian yang memakai rumus-rumus yang dianggap representatif guna diterapkan guna membandingkan jumlah-jumlah di laporan keuangan. guna mengkondisikan asosiasi pembiayaan, rasio keuangan memainkan peran penting dalam analisis. Penulis penelitian ini memakai current ratio guna mengukur likuiditas, debt to asset ratio guna mengukur leverage, total asset turnover ratio guna mengukur aktivitas, serta operating cash flow ratio guna mengukur arus kas dalam penelitian tersebut.

Likuiditas

Tingkat likuiditas suatu asosiasi yakni cerminan dari kemampuannya guna membayar hutangnya secara tepat waktu. Pada penelitian ini likuiditas diukur menggunakan *current ratio*. Menurut Fahmi (2018:66) *current ratio* merupakan kemampuan asosiasi guna memenuhi kebutuhan utang selama perlambatan.

Leverage

Leverage yakni rasio, yang mengukur seberapa besar kemampuan asosiasi besar guna melunasi hutangnya. *Leverage* pada pengkajian ini dikaji melalui *debt to asset ratio*. Rasio ini membandingkan total utang dan total asset yang dimiliki perusahaan yang dapat menunjukkan bagaimana perusahaan menggunakan dana yang dipinjam untuk digunakan dengan baik dalam operasional perusahaan (Fahmi,2018:72).

Aktivitas

Rasio aktivitas biasa pula disebut selaku rasio pengelolaan aset. Proporsi ini menggambarkan sejauh mana asosiasi memakai sumber daya yang dimilikinya guna meningkatkan kegiatan operasional asosiasi. pada penelitian ini kegiatan diukur dengan menggunakan *Total Asset Turnover* (TATO). Rasio ini melihat sejauh mana total aset yang dimiliki perusahaan digunakan secara efektif (Fahmi, 2018:80).

Arus Kas

Arus kas operasi yakni komponen yang terurgent dalam laporan arus kas sebab

pendapatan utama perusahaan diperoleh dari kegiatan operasional perusahaan (Hery, 2018: 311). Rasio arus kas yang diwakili melalui *cash flow from operation to total debt* menggambarkan jangka waktu pembayaran utang perusahaan dengan asumsi seluruh arus kas operasi perusahaan digunakan.

Kepemilikan Manajerial

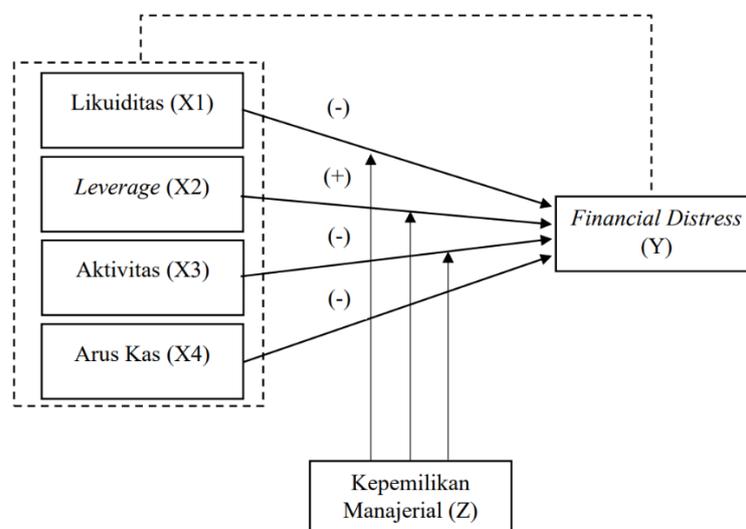
Manajemen dengan kepemilikan kepemilikan manajerial memiliki saham di asosiasi. kepemilikan dorongan manajerial guna menyatukan kepentingan serta tujuan asosiasi (Jensen & Meckling, 1976). administrasi kepemilikan yakni jumlah penawaran yang diklaim oleh administrasi asosiasi mengikuti serta penawaran dalam melakukan pengambilan pilihan di asosiasi (Khairudin., et al, 2019). Kepemilikan manajerial menciptakan banyak peran bagi seorang manajer, termasuk status pemegang saham. Selaku direktur sekaligus investor tidak membutuhkan asosiasi dalam kondisi kesulitan keuangan bahkan mengalami kebangkrutan (Hadi And Andayani, 2014). Kepemilikan administratif juga bisa membuat asosiasi eksekutif menjadi sangat baik karena dengan adanya kepemilikan administratif bisa membatasi risiko kesulitan keuangan dari pengaruh asosiasi kewajiban yang tinggi (Larasati & Wahyudin, 2019).

Menurut Hanifah, (2013) diasumsikan kepemilikan administratif siap guna mengurangi masalah kantor yang muncul dalam suatu asosiasi yang jika terjadi Terus menerus bisa berdampak atas kesulitan keuangan pada asosiasi. Perihal ini disebabkan dengan adanya penguasaan secara administratif, dinamika yang berkorelasi atas asosiasi hendak dilangsungkan melalui penuh tanggung jawab sebab sama atas kepentingan investor guna perihal ini termasuk kepentingan pengurus selaku bagian dari asosiasi pemilik. Kepemilikan manajemen juga akan memberikan manajemen kontrol yang lebih besar atas asosiasi itu sendiri (Triwahyuningtias, 2012).

Financial Distress

Financial distress yakni tingkat penurunan keadaan moneter yang berkembang sebelum likuidasi terjadi. Kendala awal terjadi karena perusahaan tidak mampu menyelesaikan kewajibannya seperti kewajiban jangka pendek dan kewajiban solvabilitas (Islamy, 2021). *Financial distress* yakni arus kas operasi pada asosiasi yang tidak meraih guna meraih kewajiban saat ini, misalnya hutang dan bunga, maka perusahaan yang melakukan perbaikan membuat perusahaan mengantisipasi untuk tidak melakukan pembiayaan dari hutang (Christine, 2019). Ini berubah menjadi pertaruhan bagi asosiasi di masa depan karena hutang lebih dari sekadar sumber daya, jika keadaan saat ini tidak ditangani seperti yang diharapkan, potensi kesulitan keuangan akan jauh lebih besar (Wulandari, 2022).

Kerangka Teori



METODOLOGI

Metode yang dipakai atas penelitian ini yakni deskriptif kuantitatif, Penelitian deskriptif yakni studi sederhana yang mengandung pertanyaan maupun hipotesis univariat tentang ukuran, bentuk, distribusi, maupun keberadaan variabel (Blumberg et al., 2014). Penelitian ini memakai data sekunder yang ada pada laporan keuangan asosiasi sektor energi yang mencangkup di BEI periode 2017-2021.

Populasi yang dipakai atas pengkajian ini yakni asosiasi bidang energi yang tercatat di BEI tahun 2017-2021. Memakai kriteria: Purposive sampling dipakai guna memilih sampel guna penelitian ini. 1) pelaku usaha di bidang energi yang terdaftar di BEI, serta 2) pelaku usaha di bidang energi yang tidak memiliki data lengkap guna tahun 2017 hingga 2021. Total data yang dikumpulkan selama lima tahun sebanyak 45 pelaku usaha dari 225 pelaku usaha. periode. Studi ini memakai perangkat lunak Eviews12 guna regresi logistik serta analisis regresi moderat (MRA).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Analisis Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3	X4
Mean	0.302222	1.760870	0.577813	0.542677	0.278498
Median	0.000000	1.421740	0.515602	0.413226	0.118041
Maximum	1.000000	9.222406	2.139985	1.913030	2.773524
Minimum	0.000000	0.020108	0.001578	-0.164814	-0.408788
Std. Dev.	0.460245	1.481419	0.368128	0.431551	0.476135
Skewness	0.861362	1.938370	1.638071	0.772505	2.862264
Kurtosis	1.741945	8.313159	7.126019	2.686717	12.83680
Jarque-Bera	42.66077	405.5510	260.2232	23.29875	1214.370
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.000009	0.000000
Sum	68.00000	396.1957	130.0080	122.1024	62.66195
Sum Sq. Dev.	47.44889	491.5908	30.35611	41.71689	50.78191
Observations	225	225	225	225	225

Sesuai tabel diatas, bisa dipahami kalau *Financial Distress* (Y) melalui jumlah keseluruhan data 225 memiliki rata – rata (*mean*) yakni 0.302222, median yakni 0.000000, dengan nilai maksimum yakni 1.000000 serta skor bawah yakni 0.000000. Serta nilai standar deviasinya yakni 0.460245. Perusahaan pertambangan (energi) yang memegang skor *financial distress* tertinggi yakni PT. Apexindo Pratama Duta Tbk yakni 1.000000. Di sisi lain, asosiasi pertambangan (energi) yang memegang nilai *financial distress* terendah yaitu PT. AKR Corporindo Tbk yakni 0.000000.

Variabel *Likuiditas* (X_1) memiliki rata – rata (*mean*) 1.760870, median yakni 1.421740, dengan nilai maksimum yakni 9.222406 serta skor bawah yakni 0.020108. Serta nilai standar deviasinya yakni 1.481419 Perusahaan pertambangan (energi) yang memegang skor *financial distress* tertinggi yakni PT. MNC Energy Investment Tbk yakni 9.222406. Sedangkan perusahaan pertambangan (energi) yang memegang nilai *financial distress* terendah yakni PT. Atlas Resources Tbk yakni 0.020108.

Variabel *Leverage* (X_2) memiliki rata – rata (*mean*) yakni 0.577813, median yakni 0.515602, melalui skor maksimum yakni 2.139985 serta skor bawah yakni 0.001578. Serta nilai standar deviasinya yakni 0.368128. Perusahaan pertambangan (energi) yang memegang skor *financial distress* tertinggi yakni PT. Eksploitasi Energi Indonesia Tbk yakni 2.139985. Sedangkan asosiasi pertambangan (energi) yang memegang nilai *financial distress* terendah yakni PT. Indo Tambangraya Megah Tbk yakni 0.001578.

Variabel *Aktivitas* (X_3) memiliki rata – rata (*mean*) yakni 0.542677, median yakni 0.413226, melalui skor maksimum yakni 1.913030 serta skor bawah yakni -0.164814. serta nilai standar deviasinya yakni 0.431551. Perusahaan pertambangan (energi) yang memegang skor *financial distress* tertinggi yakni PT. Humpuss Intermoda Transportasi Tbk

yakni 1.913030. Sedangkan asosiasi pertambahan (energi) yang memegang nilai *financial distress* terendah yakni PT. Apexindo Pratama Duta Tbk yakni 0.164814.

Variabel Arus Kas (X_4) memiliki rata – rata (*mean*) yakni 0.278498, median yakni 0.118041 melalui skor maksimum yakni 2.773524 serta skor bawah yakni -0.408788. Serta nilai standar deviasinya yakni 0.476135. Perusahaan pertambahan (energi) yang memegang skor *financial distress* tertinggi yakni PT. Bayan Resources Tbk yakni 2.773524. Di sisi lain asosiasi pertambahan (energi) yang memegang nilai *financial distress* terendah yakni PT. Indo Tambangraya Megah Tbk yakni -0.408788.

Tabel 2 Uji Hosmer and Lameshow

H-L Statistic	4.3474	Prob. Chi-Sq(8)	0.8245
Andrews Statistic	4.9535	Prob. Chi-Sq(10)	0.8943

Uji Hosmer and Lameshow dipakai guna mengkaji kelayakan model regresi. berdasarkan tabel diatas menegaskan bahwa hasil uji Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test didapat nilai prob. chi-square yakni 0.8245. Hasil uji menegaskan kalau nilai prob. chi-square > 0.05 yaitu $0.8245 > 0.05$, maka H_0 diterima. Hal ini menegaskan kalau tidak terdapat kontras yang signifikan antara model dengan data, yang berarti kalau model regresi yang dipakai dalam penelitian ini bisa dipakai guna memprediksi nilai yang diamati.

Tabel 3 Uji Overall Model Fit

McFadden R-squared	0.165618	Mean dependent var	0.302222
S.D. dependent var	0.460245	S.E. of regression	0.462619
Akaike info criterion	1.262357	Sum squared resid	47.08349
Schwarz criterion	1.338270	Log likelihood	-137.0151
Hannan-Quinn criter.	1.292996	Deviance	274.0303
Restr. deviance	275.7310	Restr. log likelihood	-137.8655
LR statistic	1.700688	Avg. log likelihood	-0.608956
Prob(LR statistic)	0.000593		
Obs with Dep=0	157	Total obs	225
Obs with Dep=1	68		

Sesuai tabel diatas diperoleh nilai prob.(LR statistic) yakni 0.000593 yang mana hasil di bawah 0.05. Hal ini mengindikasikan kalau variabel bebas secara bebarengan berdampak atas variabel tidak bebas.

Tabel 4 Uji Koefisien Determinasi R^2 McFadden

McFadden R-squared	0.165618	Mean dependent var	0.302222
S.D. dependent var	0.460245	S.E. of regression	0.462619
Akaike info criterion	1.262357	Sum squared resid	47.08349
Schwarz criterion	1.338270	Log likelihood	-137.0151
Hannan-Quinn criter.	1.292996	Deviance	274.0303
Restr. deviance	275.7310	Restr. log likelihood	-137.8655
LR statistic	1.700688	Avg. log likelihood	-0.608956
Prob(LR statistic)	0.000593		
Obs with Dep=0	157	Total obs	225
Obs with Dep=1	68		

Sesuai tabel diatas diperoleh nilai *McFadden R-Squared* yakni 0.165618. Hal ini menegaskan variabilitas variabel dependen yang bisa ditegaskan variabilitas varibel independen yakni 16.56% serta lainnya 83.44% ditegaskan varibel lain diluar model.

Tabel 5 Uji Simultan

McFadden R-squared	0.165618	Mean dependent var	0.302222
S.D. dependent var	0.460245	S.E. of regression	0.462619
Akaike info criterion	1.262357	Sum squared resid	47.08349
Schwarz criterion	1.338270	Log likelihood	-137.0151
Hannan-Quinn criter.	1.292996	Deviance	274.0303
Restr. deviance	275.7310	Restr. log likelihood	-137.8655
LR statistic	1.700688	Avg. log likelihood	-0.608956
Prob(LR statistic)	0.000593		
Obs with Dep=0	157	Total obs	225
Obs with Dep=1	68		

Sesuai tabel diatas untuk pengkajian hipotesis secara simultan kalau nilai prob.(LR statistic) yakni $0.000593 < 0.05$, sehingga H_{a1} diterima, yang artinya keempat variabel yaitu Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas, serta Arus Kas, secara silmutan berdampak kuat atas *Financial Distress*.

Tabel 6 Uji Parsial (Uji t)

Dependent Variable: Y
Method: ML - Binary Logit (Newton-Raphson / Marquardt steps)
Date: 03/08/23 Time: 17:17
Sample: 1 225
Included observations: 225
Convergence achieved after 4 iterations
Coefficient covariance computed using observed Hessian

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-0.626762	0.484193	-1.294447	0.1955
X1	-0.124888	0.128874	-0.969071	0.0325
X2	-0.246249	0.483010	-0.509822	0.6102
X3	0.127107	0.376946	0.337202	0.7360
X4	0.272264	0.377781	0.720693	0.0411

Berdasarkan tabel diatas, dampak variabel independen atas variabel dependen yakni :

1. Pengaruh Likuiditas terhadap *Financial Distress*
Sesuai hasil uji statistik t ditegaskan kalau nilai signifikan variabel Likuiditas yakni $0.0325 < 0.05$, maka H_{a1} diterima dan dapat dinyatakan kalau likuiditas berdampak atas *financial distress*. perihal ini menunjukkan kalau kapasitas asosiasi guna membayar komitmen sementara pada pengembangan dapat mencerminkan kondisi asosiasi. Ada sedikit kemungkinan masalah keuangan guna bisnis jika memiliki aset lancar yang dapat membayar kewajiban jangka pendeknya.
2. Pengaruh *Leverage* terhadap *Financial Distress*
Sesuai hasil uji statistik t ditegaskan kalau nilai signifikan variabel *Leverage* yakni $0.6102 > 0.05$, maka disimpulkan H_{02} ditolak yang berarti X_2 *Leverage* tidak berdampak atas *Financial Distress*. perihal ini menegaskan kalau asosiasi belum mampu membiayai dirinya sendiri dengan baik karena belum mampu menghasilkan output sesuai dengan target yang telah ditetapkan dengan menggunakan utang sebagai pembiayaan. Akibatnya, asosiasi mungkin akan mengalami kesulitan keuangan.
3. Pengaruh Aktivitas terhadap *Financial Distress*
Sesuai hasil uji statistik t ditegaskan kalau nilai signifikan variabel Aktivitas yakni $0.7360 > 0.05$, maka disimpulkan H_{03} ditolak yang berarti X_3 Aktivitas tidak berdampak atas *Financial Distress*. perihal ini menegaskan kalau bisnis belum mampu menghasilkan penjualan secara konsisten, juga belum mampu mengelola asetnya secara efektif. Akibatnya, asosiasi mungkin akan mengalami kesulitan keuangan.

4. Pengaruh Arus Kas terhadap *Financial Distress*
Sesuai hasil uji statistik t dipahami kalau nilai signifikan variabel Arus Kas yakni $0.0411 < 0.05$, maka disimpulkan H_{a4} diterima yang berarti X_4 Arus Kas berdampak atas *Financial Distress*. Sebab fakta bahwa laporan laba rugi mencakup pendapatan dari pekerjaan, pengelolaan uang, serta pelatihan pendukung, arus kas dinilai sebagai informasi laporan keuangan yang kompleks. Meningkatnya pendapatan akan diikuti oleh menurunnya kesengsaraan keuangan, karena nilai pendapatan yang tinggi menegaskan bahwa afiliasi yang bersangkutan dapat memenuhi kewajibannya.

PEMBAHASAN

Pengaruh Likuiditas atas *Financial Distress* dengan Kepemilikan Manajerial selaku variabel moderasi

Tabel 7 Uji Likuiditas terhadap financial distress dengan kepemilikan manajerial sebagai moderasi

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 03/08/23 Time: 17:01
Sample: 1 225
Included observations: 225

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.277399	0.050145	5.531888	0.0000
X1	0.000995	0.021346	0.046636	0.9628
Z	1.230260	0.549218	2.240021	0.0261
X1Z	-0.385236	0.255555	-1.507448	0.1331
R-squared	0.026333	Mean dependent var		0.302222
Adjusted R-squared	0.013116	S.D. dependent var		0.460245
S.E. of regression	0.457217	Akaike info criterion		1.290300
Sum squared resid	46.19943	Schwarz criterion		1.351030
Log likelihood	-141.1587	Hannan-Quinn criter.		1.314811
F-statistic	1.992310	Durbin-Watson stat		1.307031
Prob(F-statistic)	0.116030			

Berdasarkan tabel diatas nilai *probability* interaksi Likuiditas dengan Kepemilikan Manajerial (X_1Z) yakni 0.1331 nampak di atas α , melalui nilai t-Statistic yakni -1.507448. Maknanya Kepemilikan Manajerial tidak mampu memoderasi korelasi atas Likuiditas atas *Financial Distress*. Ini karena manajer gagal mengelola bisnis secara efektif, sehingga tidak bisa meraih kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo, karena manajer tidak mampu menghasilkan aset lancar yang cukup guna mencukupi kewajibannya. Maka bisa menyebabkan besar kemungkinan asosiasi menjalani *financial distress*.

Pengaruh *Leverage* atas *Financial Distress* dengan Kepemilikan Manajerial selaku Variabel Moderasi

Tabel 8 Uji Leverage terhadap financial distress dengan kepemilikan manajerial sebagai moderasi

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 03/08/23 Time: 16:58
Sample: 1 225
Included observations: 225

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.324471	0.058584	5.538601	0.0000
X2	-0.079683	0.084042	-0.948126	0.3441
Z	-1.604855	0.777806	-2.063311	0.0403
X2Z	4.523254	1.566294	2.887871	0.0043
R-squared	0.052070	Mean dependent var		0.302222
Adjusted R-squared	0.039203	S.D. dependent var		0.460245
S.E. of regression	0.451133	Akaike info criterion		1.263510
Sum squared resid	44.97820	Schwarz criterion		1.324241
Log likelihood	-138.1449	Hannan-Quinn criter.		1.288021
F-statistic	4.046567	Durbin-Watson stat		1.308795
Prob(F-statistic)	0.007935			

Berdasarkan tabel diatas nilai *probability* interaksi *Leverage* dengan Kepemilikan Manjaerial (X_2Z) yakni 0.0043 nampak di bawah α 0.05, melalui nilai t-Statistic yakni 2.887871. maknanya Kepemilikan Manajerial bisa memoderasi korelasi atas *Levergae* terhadap *Financial Distress*. Hal ini karena pengawas telah menangani asosiasi dengan baik sehingga asosiasi sebenarnya memiliki tingkat kewajiban yang rendah dan perusahaan mampu melunasi kewajiban yang dimilikinya. Rendahnya hutang yang dimiliki perusahaan bisa rendah peluang asosiasi mengalami *financial distress*.

Pengaruh Aktivitas atas *Financial Distress* dengan Kepemilikan Manajerial selaku Variabel Moderasi

Tabel 9 Uji Aktivitas terhadap financial distress dengan kepemilikan manajerial sebagai moderasi

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 03/08/23 Time: 17:00
Sample: 1 225
Included observations: 225

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.201877	0.050487	3.998605	0.0001
X3	0.114948	0.072580	1.583739	0.1147
Z	2.850845	0.641471	4.444229	0.0000
X3Z	-2.620673	0.650046	-4.031519	0.0001
R-squared	0.083871	Mean dependent var		0.302222
Adjusted R-squared	0.071435	S.D. dependent var		0.460245
S.E. of regression	0.443502	Akaike info criterion		1.229387
Sum squared resid	43.46929	Schwarz criterion		1.290118
Log likelihood	-134.3060	Hannan-Quinn criter.		1.253898
F-statistic	6.744151	Durbin-Watson stat		1.334785
Prob(F-statistic)	0.000226			

Berdasarkan tabel diatas nilai *probability* interaksi Aktivitas dengan Kepemilikan Manajerial (X_3Z) yakni 0.0001 nampak di bawah α 0.05, melalui nilai t-Statistic yakni -4.031519. Artinya Kepemilikan Manajerial bisa memoderasi korelasi atas Aktivitas terhadap *Financial Distress*. Asosiasi mampu menghasilkan penjualan berkelanjutan yang baik karena manajer mampu mengelola aset secara efektif. Oleh karena itu, kemungkinan besar asosiasi tidak akan menghadapi kesulitan keuangan.

PENUTUP

Dari hasil penelitian yang dipaparkan menegaskan kalau secara simultan *keempat variabel yaitu likuiditas, leverage, aktivitas, arus kas* berdampak atas *financial distress*. Secara parsial, *leverage* serta aktivitas tidak memiliki dampak atas *financial distress*, sedangkan untuk variabel likuiditas dan arus kas memiliki pengaruh positif atas *financial distress*. Dan untuk variabel kepemilikan manajerial hanya bisa memoderasi korelasi atas *leverage* atas *financial distress* dan juga aktivitas atas *financial distress*. Saran untuk peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut menggunakan variabel yang telah digunakan dikarenakan masih terdapat inkonsistensi dengan penelitian-penelitian sebelumnya serta menambah variabel, sampel penelitian, dan menggunakan periode penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Blumberg, B., Cooper, D., & Schindler, P. (2014). *EBOOK: Business Research Methods*. McGraw Hill.
- Christine Debby, Wijaya Jessica, Chandra Kevin, Pratiwi Mia, Lubis Syah Mahmuddin, & Nasution Asdiani Isna. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Esya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 340–350.
- Dianova, A., & Nahumury, J. (2019). Investigating the Effect of Liquidity, Leverage, Sales Growth and Good Corporate Governance on Financial Distress. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 2(2), 143–156. <https://doi.org/10.33005/jasf.v2i2.49>
- Fahmi Irham. (2014). *Pengantar Manajemen Keuangan* (Djalil A. Muslim, Ed.). ALFABETA cv.
- Febriyan, & Prasetyo, H. A. (2019). Pengaruh Arus Kas Operasi, Likuiditas, Leverage, Diversifikasi, dan ukuran perusahaan terhadap Financial Distress. *Akuntansi Keuangan*, 8(1), 103–116.
- Giarto, R. V. D., & Fachrurrozie, F. (2020). The Effect of Leverage, Sales Growth, Cash Flow on Financial Distress with Corporate Governance as a Moderating Variable. *Accounting Analysis Journal*, 9(1), 15–21. <https://doi.org/10.15294/aaaj.v9i1.31022>
- Hanifah Oktita. (2013). *Pengaruh Struktur Corporate Governance dan Financial Indicators terhadap Kondisi Financial Distress*.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Center for academic publishing service.
- Islamy Zulfa Aurellie, Purwohedi Unggul, & Prihatni Rida. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Financial Distress Perusahaan Terdampak COVID-19 di ASEAN. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan, Dan Auditing-JAPA*, 2(3), 710–734.
- Jannah Miftahul Ayu, Dhiba Farah Zairina, & Safrida Eli. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Likuiditas dan Leverage Terhadap Financial Distress. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan*, 4(1), 14–23.
- Kristanti, F. T. (2019). *FINANCIAL DISTRESS Teori dan perkembangannya dalam konteks indonesia* (Vol. 1). Inteligencia Media.
- Kristanti, F. T., Rahayu, S., & Huda, A. N. (2016). The Determinant of Financial Distress on Indonesian Family Firm. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 440–447. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.018>
- Kristanti, F. T., Rahayu, S., & Isyuardhana, D. (2019). The survival of small and medium business. *Polish Journal of Management Studies*, 20(2), 311–321. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.20.2.26>
- Larasati, H., & Wahyudin, A. (2019). Accounting Analysis Journal The Effect of Liquidity, Leverage, and Operating Capacity on Financial Distress with Managerial Ownership as a Moderating Variable ARTICLE INFO ABSTRACT. *Accounting Analysis Journal*, 8(3), 214–220. <https://doi.org/10.15294/aaaj.v8i3.30176>

- Noviandri, T. (2015). Peranan Analisis Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Kondisi Financial Distress Perusahaan Sektor Perdagangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4).
- Octaviani, E. E., Ratnawati, D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2021). *Pengaruh Leverage, likuiditas, dan profitabilitas terhadap financial distress dimoderasi oleh managerial ownership*. 1(1), 246–258.
- Prayogi, A., Murdianingsih, D., Handayani, T., Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban, P., Studi Akuntansi STIE Assholeh, P., & Studi Manajemen STIE Assholeh, P. (2022). Peran Kepemilikan Manajerial sebagai Moderasi dalam Hubungan Rasio Keuangan dengan Financial Distress. *Jurnal Pro Bisnis*, 15(01), 67–81.
- Purwaningsih, E., & Safitri, I. (2022). pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, rasio arus kas dan ukuran perusahaan terhadap financial distress. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 7(2), 148–156.
- Sanyasa Tyaga, M., & Kristanti, F. T. (2020). analisis survival dalam memprediksi kondisi financial distress. *Buletin Studi Ekonomi*, 25(1), 112–132. www.kemenperin.go.id
- Setiawan, H., & Amboningtyas, D. (2018). financial ratio analysis for predicting financial distress conditions (Study on Telecommunication Companies Listed In Indonesia Stock Exchange Period 2010-2016). *Journal of Management*, 4(4), 1–18.
- Syuhada, P., Muda, I., Akuntansi, M., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 319–336. <https://doi.org/10.17509/jrak.v8i2.22684>
- Wulandari P. (2022). Pengaruh Indikator Kesehatan Bank, Pertumbuhan Laba, Terhadap Return Saham Perbankan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 244–253.
- Zhafirah, A., & Majidah, &. (2019). Analisis Determinan Financial Distress (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen Periode 2013-2017). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 195–202. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15497>

The affect of Word of Mouth, Service Quality, and Location on Decision to be a Customer at BMT Babussalam Mojoagung Jombang

¹ Nur Ainul Mutmainnah ² Nihayatu Aslamatis Solekah

Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

¹ inulmutmainnah@gmail.com ² aslamatis_1@pbs.uin-malang.ac.id

ABSTRACT

This research is a type of quantitative research. The population in this study were all customers who had savings accounts at BMT Babuussalam Mojoagung Jombang. The sampling technique uses accidental sampling method. The sample in this study amounted to 100 people who were calculated using the Rao formula. Using multiple linear regression tests with the aim of knowing the effect of variable x, namely word of mouth, service quality and location on the decision to be a customer. Based on the tests that have been carried out, this study has the result that partially word of mouth has no effect on the decision to be a customer at BMT Babussalam Mojoagung Jombang. This study also has the result that service quality and location partially have an effect on the decision to be a customer at BMT Babussalam Mojoagung Jombang. In addition to partial influence, there is also a simultaneous effect, namely together the word of mouth variables, service quality and location affect the decision to be a customer at BMT Babussalam Mojoagung Jombang.

Keywords: Word of Mouth, Service Quality, Location, Purchase Decision

ABSTRAK

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memiliki rekening tabungan di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang dihitung dengan menggunakan rumus Rao. Menggunakan uji regresi linier berganda dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel x yakni *word of mouth*, kualitas pelayanan serta lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan uji yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki hasil bahwa secara parsial *word of mouth* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Penelitian ini juga memiliki hasil bahwa kualitas pelayanan serta lokasi secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Selain pengaruh secara parsial juga terdapat pengaruh secara simultan yakni secara bersama-sama variabel *word of mouth*, kualitas pelayanan serta lokasi mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang.

Kata Kunci : *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi Islam saat ini cukup pesat. Hal ini ditandai dengan berkembangnya lembaga keuangan syariah baik dalam bentuk perbankan maupun non perbankan. Salah satu lembaga keuangan non perbankan yang berkembang pesat yakni adalah BMT atau Baitul Mal Wat Tamwil. Salah satu lembaga keuangan non perbankan yang memiliki perkembangan cukup baik yakni adalah BMT Babussalam Mojoagung Jombang yang berdasarkan studi lapangan memiliki peningkatan nasabah setiap tahunnya.

Peningkatan nasabah atau keputusan menjadi nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah *word of mouth*, kualitas pelayanan, dan lokasi. Menurut Hasan, (2010) *word of mouth* adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam memberikan informasi secara pribadi kepada sesama konsumen lain berkaitan dengan suatu produk ataupun jasa. *Word of mouth* dapat dikategorikan sebagai suatu metode yang sangat efektif dalam meyakinkan calon konsumen karena calon konsumen cenderung lebih mempercayai orang-orang disekitarnya yang telah terlebih dahulu menggunakan produk atau jasa tertentu dibandingkan dengan iklan ataupun sarana pemasaran lain yang

digunakan oleh para produsen. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Yasri *et al.*, (2017) membuktikan bahwa *word of mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. Putri *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* secara parsial mempengaruhi proses keputusan nasabah. Hal serupa juga dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Karimah (2018) yang menyimpulkan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Demikian pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra & Ardani, (2020) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti penggunaan *word of mouth* dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Selain *word of mouth* sebuah perusahaan jasa perlu mempertahankan kualitas pelayanannya sehingga konsumen tetap nyaman dalam menggunakan jasa tersebut terutama lembaga keuangan. Menurut Kotler & Keller, (2012) kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurutnya jika kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan baik, akan tetapi jika kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka kualitas pelayanan tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan keputusan pembelannya cenderung lambat. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rohmah, (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Tyas & Setiawan, (2012) yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* terhadap keputusan nasabah untuk menabung adalah signifikansi positif, artinya bahwa kualitas pelayanan tersebut lebih ditingkatkan akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan nasabah untuk menabung. Handida & Sholeh, (2019) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap pengambilan keputusan. Diana, (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung. Mubarokah *et al*, (2022) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Beberapa penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor lokasi di mana menurut Tjiptono & Chandra, (2005) faktor lokasi merupakan salah satu faktor yang paling krusial berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa karena lokasi berkaitan erat dengan pasar potensial penyedia jasa untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Lokasi yang dimiliki oleh BMT Babussalam Mojoagung Jombang sendiri cukup strategis yakni berada pada tengah kota dan mudah dijangkau oleh masyarakat serta berada pada pusat keramaian seperti pemukiman warga serta institusi pendidikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Utomo, (2021) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Nopitasari, (2017) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan. Putri, (2019) menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan. Mubarokah *et al*, (2022) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap variabel keputusan nasabah. Putri *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa lokasi secara parsial mempengaruhi proses keputusan nasabah secara signifikan. Dari beberapa perhentian tersebut memperkuat bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari Beberapa fenomena serta beberapa penuturan di atas maka peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, kualitas pelayanan, serta lokasi terhadap keputusan pembelian secara parsial dan juga secara simultan.

LANDASAN TEORI

Word of Mouth

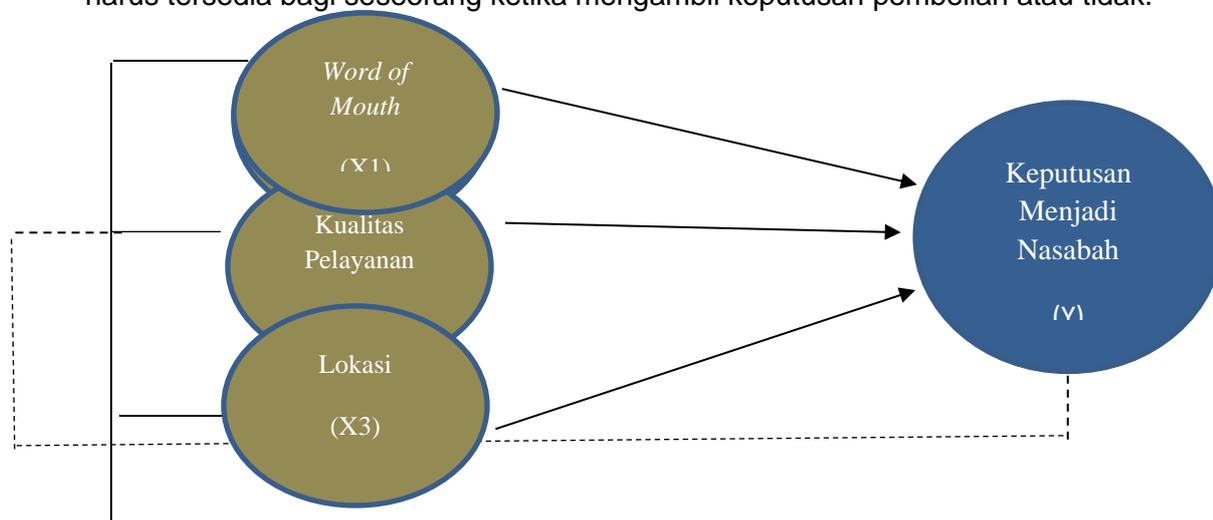
Word of mouth adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam memberikan informasi secara pribadi kepada sesama konsumen lain berkaitan dengan suatu produk ataupun jasa (Hasan, 2010). Terdapat dua manfaat dari *word of mouth*; yakni bersifat meyakinkan dan tidak memerlukan biaya yang mahal. *Word of mouth* dapat dikategorikan sebagai suatu metode yang sangat efektif dalam meyakinkan calon konsumen karena calon konsumen cenderung lebih mempercayai orang-orang disekitarnya yang telah terlebih dahulu menggunakan produk atau jasa tertentu dibandingkan dengan iklan ataupun sarana pemasaran lain yang digunakan oleh para produsen.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tho'in (2011) bahwa kualitas pelayanan lebih menitikberatkan pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja karyawan baik internal maupun eksternal. Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliannya atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Konsumen akan menilai kualitas sebuah pelayanan yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Konsumen akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik konsumen dan memberikan layanan yang lebih baik jika mereka tidak terpuaskan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2005) faktor lokasi merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Pemilihan lokasi yang tepat akan meminimumkan beban biaya jangka pendek maupun jangka panjang, dan ini akan meningkatkan daya saing perusahaan (Handoko, 2012). Lokasi yang strategis perusahaan juga akan lebih menarik konsumen.

Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yakni: terdapat pilihan atas dasar pertimbangan; terdapat tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini semakin mendekatkan pada tujuan tersebut; terdapat beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik (Maski, 2010). Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk, (2008) dialih bahasakan oleh Zoelffli Kasip, keputusan pembelian ialah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih dengan kata lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan pembelian atau tidak.



METODOLOGI

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dimana siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila yang ditemui sesuai dengan kriteria yang telah dilakukan oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah seluruh nasabah yang memiliki rekening tabungan di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Dari sini diketahui bahwa populasi penelitian berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti maka dalam penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Rao (1996), sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

n : Jumlah Sampel
Z : Tingkat Keyakinan yang Dibutuhkan, 95%
moe : *margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa di toleransi

Angka diatas dimasukkan ke dalam rumus dengan margin of error sebesar 10%. Angka ini merupakan angka yang biasa digunakan pada rumus ini

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = 96$$

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak minimum 96 orang. Untuk memudahkan penelitian maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan uji validitas pada semua variabel dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa semua item memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari pada r_{tabel} (0,197).

Uji Reliabilitas

Hasil dari semua variabel menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 dan bernilai positif dengan menggunakan SPSS 25.

Uji Asumsi Klasik:

Uji Normalitas

Tabel 1 Uji Kolmogrov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95619725
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.066
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.153 ^c

Sumber: Data primer diolah, SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 1, nilai yang dihasilkan dari uji *Kolmogorov Smirnov* pada Asymp.Sig sebesar 0,153 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam data penelitian pada model regresi ini normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

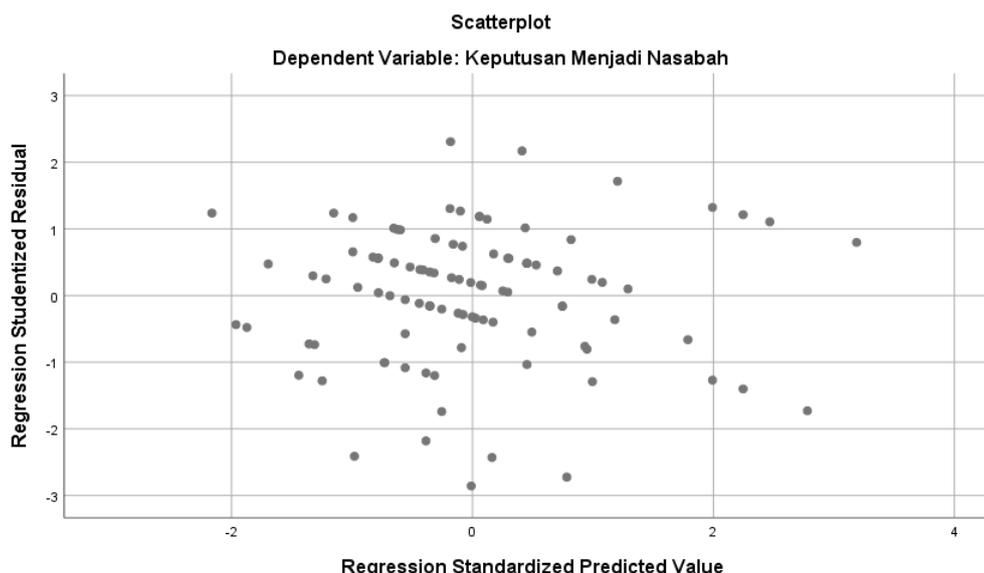
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Word of Mouth (X1)	0,900	1,111	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,861	1,162	Tidak terjadi multikolinieritas
Lokasi (X3)	0,951	1,051	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 2, semua variabel memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,01 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 1 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data rimer diolah, SPSS 25, 2023

Berdasarkan gambar 1, menunjukkan bahwa grafik scatterplot memiliki pola acak atau tidak berpola dengan titik-titik penyebaran berada di bawah atau di atas angka nol (0). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	8.632	2.724		3.169	.002
Word of Mouth	.037	.084	.043	.446	.657
Kualitas Pelayanan	.339	.116	.291	2.918	.004
Lokasi	.157	.062	.236	2.490	.014

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 3, maka dapat dibuat model persamaan regresi berganda yang dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 3,122 + 0,031 X_1 + 0,374 X_2 + 0,488 X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 8,632 yang menyatakan bahwa *word of mouth* (X1), kualitas pelayanan (X2), lokasi (X3) bernilai sama dengan nol, maka keputusan menjadi nasabah (Y) mengalami peningkatan sebesar 8,632 atau sebesar 86,32 %. Variabel *word of mouth* memiliki nilai sebesar 0,037 dan bernilai positif, maka dapat diartikan terdapat hubungan antara *word of mouth* dengan keputusan menjadi nasabah yang mana semakin tinggi *word of mouth* maka keputusan menjadi nasabah akan meningkat. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 0,339 dan bernilai positif, sehingga semakin baik kualitas pelayanan

maka keputusan menjadi nasabah akan semakin tinggi. Variabel lokasi memiliki nilai sebesar 0,157 dan bernilai positif.

Uji t

Tabel 4 Hasil Uji t

Model	T	Sig
Word of Mouth	1,322	0,189
Kualitas Pelayanan	3,744	0,000
Lokasi	3,078	0,003

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *sig* untuk variabel *word of mouth* sebesar 0,189 yang termasuk lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa variabel *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *sig* 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05, maka dari itu dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Variabel lokasi memiliki nilai *sig* 0,003 yang berarti lebih kecil dari 0,05, maka dari itu dapat dikatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Uji F

Tabel 5 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	82.466	3	27.489	6.966	.000 ^b
Residual	378.844	96	3.946		
Total	461.310	99			

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa nilai *sig* dari uji F sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa secara bersama-sama variabel *word of mouth*, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Ajusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.423 ^a	.179	.153	1.98653

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 25, 2023

Dari hasil pengujian yang dilakukan dengan SPSS maka dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,153. Artinya koefisien ini adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel *word of mouth*, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan anggota menjadi nasabah di BMT Babussalam sebesar 15,3%. Sedangkan sisanya dipegaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Pembahasan

Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *word of mouth* (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ yakni sebesar $1,322 < 1,984$. Hal ini dapat di artikan H_0 diterima dan H_a ditolak dalam arti lain tidak terdapat pengaruh antara *word of mouth* terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam

Mojoagung Jombang. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rachman & Abadi, (2017) yang menyatakan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta penelitian yang dilakukan oleh Ena *et al.*, (2020) yang menunjukkan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Word of mouth merupakan kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk maupun jasa (Kotler & Keller, 2009). Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *word of mouth* berhasil atau tidak menurut Babin *et al.*, (2005) yaitu membicarakan hal yang positif tentang produk, merekomendasikan serta mendorong untuk menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan jawaban dari responden menunjukkan bahwa nilai terendah terletak pada item kuesioner yang menyatakan bahwa nasabah didorong oleh pemberi informasi untuk mencoba sendiri menggunakan produk. Sedangkan nilai tertinggi terletak pada item kuesioner yang menyatakan bahwa nasabah mengetahui produk dari informan yang terlebih dahulu merasakan. Artinya, nasabah BMT Babussalam Mojoagung Jombang hanya sekedar membicarakan dan mempromosikan produk dari BMT Babussalam Mojoagung Jombang, tidak sampai pada tahap membujuk dan mengajak calon nasabah untuk menggunakan produk BMT Babussalam. Hal tersebut membuat hasil yang diperoleh kurang maksimal dan menjadikan variabel *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $3,744 > 1,984$. Hal ini dapat di artikan H_0 ditolak dan H_a diterima dalam arti lain terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rohmah, (2022) tentang pengaruh kualitas pelayanan, literasi keuangan syariah, dan *word of mouth* terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang, yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT Ummat Sejahtera Abadi Rembang, dan penelitian yang dilakukan oleh Mubarokah, (2022) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

Menurut Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan keputusan. Hal ini membuktikan bahwasanya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Jawaban dari pernyataan responden mengenai kualitas pelayanan dapat dijelaskan bahwa suatu pelayanan yang baik akan menciptakan rasa aman kepada nasabah untuk menggunakan produk dan jasa tersebut. Serta menjadi bahan pertimbangan untuk tetap konsisten menggunakan jasa tersebut apabila nasabah puas yang kemudian menciptakan keyakinan yang kuat untuk tetap berinvestasi tanpa ada keraguan.

Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel lokasi (X3) berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni sebesar $3,078 > 1,984$ Hal ini dapat di artikan H_0 ditolak dan H_a diterima dalam arti lain terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utomo (2021) tentang pengaruh lokasi dan citra merek terhadap keputusan nasabah menabung di Bank

Syariah Indonesia Kota Malang, menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah, dan penelitian yang dilakukan oleh Nopitasari (2017) menyatakan lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah IAIN Surakarta.

Lokasi menjadi salah satu pertimbangan penting dalam melakukan keputusan pembelian sebuah produk bagi seorang konsumen terutama dalam produk keuangan. Konsumen produk keuangan atau nasabah biasanya akan mempercayai lembaga keuangan yang dekat dengan pemukiman mereka atau yang dapat mereka jangkau dengan mudah sehingga jika di kemudian hari ada masalah mereka akan dengan mudah untuk memperbaiki masalah tersebut. Bagi masyarakat lokasi tidak hanya mencakup tentang kondisi pada kantor Di mana perusahaan tersebut berdiri akan tetapi Bagaimana cara masyarakat mengakses serta Bagaimana keamanan lingkungan perusahaan keuangan tersebut. Menurut Handoko, (2012) lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Pemilihan lokasi yang tepat akan meminimumkan beban biaya jangka pendek maupun jangka panjang, dan ini akan meningkatkan daya saing perusahaan.

Pengaruh *Word Of mouth*, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Hasil regresi linear pada variabel *word of mouth* (X1), kualitas pelayanan (X2) dan lokasi (X3) menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji f yang mana diketahui f_{hitung} (6,966) dan f_{tabel} (2,70), dari hal tersebut dapat menunjukkan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari uji f memiliki arti bahwa variabel *word of mouth* (X1), kualitas pelayanan (X2), dan lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y).

Pembahasan ini merupakan poin utama dalam penelitian maka (bahas dengan teori dari ahli (buku)

Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauji (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, begitupun dengan lokasi yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian serta variabel *word of mouth* yang juga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Effendi *et al.*, (2016), hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, beberapa faktor yang menjadi penyebab *word of mouth* mampu menaikkan keputusan pembelian yaitu rasanya yang enak dan harga yang terjangkau. Selain itu, lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal tersebut berarti pemilihan lokasi yang tepat dapat meningkatkan keputusan pembelian. Begitupun dengan kualitas pelayanan, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Penelitian-penelitian tersebut memberikan bukti bahwa apabila secara bersama-sama variabel-variabel tersebut diterapkan maka akan memiliki pengaruh yang cukup baik dalam meningkatkan keputusan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis data dan pembahasan tentang pengaruh *word of mouth*, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang.
2. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang.
3. Secara parsial variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang.

4. Secara simultan variabel *word of mouth*, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Babussalam Mojoagung Jombang.

DAFTAR PUSTAKA

- Babin, B. J., Lee, Y., Kim, E., & Griffin, M. (2005). Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth: Restaurant patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*, 19(3), 133–139. <https://doi.org/10.1108/08876040510596803>
- Diana, S. M. (2017). PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MENABUNG DI BMT BINA UMAT SEJAHTERA KALIJAMBE.
- Effendi, R., Rahadhini, M. D., & Suddin, A. (2016). ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. 16(3).
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHEZZ CAFENET. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Fauji, R. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ANUGERAH AL-BAGHDADI MEDEL KARAWANG. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v4i1.376>
- Handida, R. D., & Sholeh, M. (2019). PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS LAYANAN, DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 15(2), 84–90. <https://doi.org/10.21831/jep.v15i2.23743>
- Handoko, H. (2012). *Manajemen Personaliala dan Sumberdaya Manusia* (2nd ed.). BPFE.
- Hasan, A. (2010a). *Marketing*.
- Hasan, A. (2010b). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Medpres.
- Karimah, K. (2018). PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SALATIGA 2018.
- Kotler, Keller, P., Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Keller, P., Kevin Lane. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall Pearson.
- Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang. 4, 43–57.
- Mubarokah, A. I. (2022). The Influence of Location, Promotion and Quality of Service Factors on The Customer's Decision To Choose Murabahah Financing At The Branch Office of BPRS Al Salaam Amal Salman Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 761. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4363>
- Nopitasari, E. (n.d.). *Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*.
- Nopitasari, E. (2017). PENGARUH LOKASI, PRODUK, REPUTASI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA IAIN SURAKARTA MENGGUNAKAN BANK SYARIAH.
- Putri, R. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PERBANKAN SYARIAH, LOKASI STRATEGIS DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH. 63–73.
- Putri, et al. (2019). Analysis on the Effect of Location, Brand Image, And Word of Mouth on The Customers' Decision Process in Choosing Hajj Saving in Sharia-Compliant Banking. *Proceedings of the 2018 International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2018)*. Proceedings of the 2018 International Conference on

- Islamic Economics and Business (ICONIES 2018), Kota Malang, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/iconies-18.2019.77>
- Rachman, Abadi, R., Totok Wahyu. (2017). *KOMUNIKASI WORD OF MOUTH DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK Bangkalan*. 3 nomer 2.
- Rohmah, Z. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BMT UMMAT SEJAHTERA ABADI REMBANG*.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07>
- Schiffman dan Lazar Kanuk, L. dan L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Indeks.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. IKAPI.
- Tho'in, M. (2011). Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(1), 73. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v2i1.73-89>
- Tjiptono, Chandra, F., Gregorius. (2005). *Manajemen Kualitas Jasa*. Andi.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*. Andi.
- Tyas, R. R., & Setiawan, A. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 277. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i2.277-297>
- Utomo, L. C. (2021). *PENGARUH LOKASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA KOTA MALANG*.
- Yasri, Y., Engriani, Y., & Fitri, M. (2017). Pengaruh Word of Mouth dan Periklanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.24036/jkmb.10751000>

ANALISIS AKTIVITAS PEMBELAJARAN ONLINE MAHASISWA FKIP PENDIDIKAN EKONOMI

¹Nasmal Hamda, ²Ade Holisoh
Universitas Pamulang

dosen02178@unpam.ac.id dosen02069@unpam.ac.id

ABSTRACT

This study aims to obtain information about the online learning activities of Economics Education FKIP students which are carried out at Pamulang University every semester. The research method used in this study is a descriptive method in the form of a survey. In addition, the use of Google Forms for data collection using indirect communication is carried out in this study. There were 54 student respondents who were surveyed consisting of Regular A and B Semester Economics Education students at Pamulang University. The results of the study show that online learning provided by students is "good enough" considering various considerations and with all the problems and constraints that exist. It is hoped that in the future online learning can be used as an assessment and online learning experience carried out by both students and lecturers at Pamulang University.

Keywords: Activities, Student Online Learning; FKIP Economic Education

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang aktivitas pembelajaran online mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP yang dilakukan di Universitas Pamulang setiap semester. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif berupa survei. Selain itu, penggunaan Google Forms untuk pengumpulan data dengan menggunakan komunikasi tidak langsung dilakukan dalam penelitian ini. Responden mahasiswa yang disurvei berjumlah 54 orang yang terdiri dari mahasiswa Pendidikan Ekonomi semester IV Reguler A dan B di Universitas Pamulang. Hasil kajian menunjukkan bahwa pembelajaran daring yang diberikan oleh peserta didik "cukup baik" mengingat berbagai pertimbangan dan dengan segala permasalahan dan kendala yang ada. Diharapkan kedepannya pembelajaran daring dapat dijadikan sebagai penilaian dan pengalaman pembelajaran daring yang dilakukan baik oleh mahasiswa maupun dosen di Universitas Pamulang.

Kata kunci : Aktivitas, Belajar Online Mahasiswa;FKIP Pendidikan Ekonomi

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan hal yang paling penting bagi suatu negara agar dapat berkembang pesat (Megawanti, 2015). Salah satunya adalah kecerdasan dan keterampilan yang memungkinkan manusia menghadapi tantangan dan dinamika kehidupan yang semakin hari semakin kompleks. Pendidikan dapat diartikan sebagai upaya untuk mengembangkan sumber daya manusia yang mampu meningkatkan kualitas kehidupan. Untuk itu dunia pendidikan harus senantiasa meningkatkan kualitas melalui pemanfaatan alat teknologi sebagai alat untuk mencapai tujuan dalam proses pembelajaran. Implementasi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam pendidikan salah satunya adalah lingkungan pembelajaran online yang dapat mewujudkan pembelajaran yang efektif. Kemajuan dalam pendidikan menjadi tolok ukur suatu negara untuk bersaing di era Revolusi Industri 4.0, karena melalui pendidikan kita dapat meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, dan pada akhirnya sumber daya manusia yang tercipta akan menentukan maju atau tidaknya negara tersebut. kali ini (Anita, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era Industri 4.0 memberikan dampak yang besar dalam proses belajar mengajar. Kemudahan akses teknologi dimanfaatkan oleh pendidik untuk meningkatkan mutu pendidikan. Seperti yang dinyatakan Kengwe dan Georgina dalam penelitiannya, telah diklaim bahwa perkembangan teknologi membawa perubahan pada pelaksanaan belajar mengajar (Kengwe dan Georgina, 2012).

Teknologi informasi dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan proses seperti belajar dan mengajar, yang juga mencakup pencarian tautan dan catatan informasi (Wekke & Hamid, 2013).

Di Era Industri 4.0, teknologi digital dapat memberikan dampak negatif bagi dunia pendidikan jika penggunaannya tidak tepat. Karena itu, memahami prinsip dan aturan yang berdampak pada efektivitas teknologi digital dalam pendidikan menjadi penting bagi pendidik (Putrawangsa & Hasanah, 2018). Selain itu, Harto (2018) menekankan bahwa seorang pendidik harus memiliki empat kompetensi agar dapat menggunakan teknologi digital secara efektif. Pertama, guru harus memahami dan mampu menggunakan teknologi digital dan penerapannya. Kedua, memiliki kualitas kepemimpinan yang dapat membimbing peserta didik menuju pemahaman teknologi. Ketiga, mampu memprediksi secara akurat arah perubahan dan langkah strategis untuk menghadapinya. Keempat, memiliki kemampuan mengendalikan diri dari segala guncangan perubahan dan mampu mengatasinya dengan memunculkan ide, inovasi dan kreativitas.

Pendidikan berbasis web adalah pendidikan yang memanfaatkan internet dengan kemampuan untuk mengaksesnya dengan mudah, terhubung dengannya, berjalan dengan lancar, dan menggunakan berbagai jenis kompetensi pendidikan (Setiawan et al., 2019). Pembelajaran daring adalah proses di mana akses Internet digunakan untuk menyediakan akses ke materi pendidikan dan untuk mendorong interaksi antara guru dan siswa (Bakia et al., 2012). Pembelajaran online sangat berbeda dengan pembelajaran tatap muka yang biasanya dilakukan di dalam kelas. Adanya kelas-kelas yang terbuat dari berbagai macam material fisik, digantikan oleh kelas-kelas virtual yang bukan material. Namun, kelas virtual ini dapat digunakan sebagai tempat interaksi antara pendidik dan siswa, baik secara langsung maupun tidak langsung. Karena tingkat kelas yang tidak biasa ini, siswa berjuang keras dan efisien saat memproses berbagai informasi online (Riyana, 2019). Pembelajaran daring didefinisikan sebagai lingkungan belajar di mana akses Internet digunakan, bersama dengan kemampuan untuk menggunakan berbagai jenis kompetensi pendidikan (Setiawan et al., 2019). Menurut Kurniawan dkk. (2017), bukti menunjukkan dua jenis yang mendasari keberhasilan belajar adalah faktor dalam diri dan luar diri seseorang yang mendasari kedua jenis bukti tersebut dapat berfungsi sebagai penghambat atau pendukung pembelajaran bagi mereka yang sedang belajar. Karena kedua faktor tersebut sangat besar pengaruhnya terhadap keberhasilan belajar yang dapat dicapai.

Kurikulum Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang menyediakan pembelajaran secara daring selama beberapa semester. Hal ini merupakan kebijakan yang diterapkan oleh universitas dalam proses pembelajaran yang dilakukan selain pembelajaran offline juga dilakukan dengan pembelajaran online dengan menggunakan learning management system (LMS). Pada tataran praktis, instruktur menggunakan berbagai alat berteknologi canggih untuk mengelola informasi digital, antara lain Zoom Meeting, What's App Group, Telegram Group, online training, dan g.mail.com. Alat peraga yang digunakan belum tentu sesuai dengan apa yang ingin dipelajari peserta didik. Pelatihan juga tidak sepenuhnya dilakukan secara daring, juga diselingi dengan pertemuan tatap muka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon mahasiswa terhadap implementasi pembelajaran daring yang disampaikan melalui Kurikulum Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pamulang.

A. Pembelajaran Online (*E learning*)

Pembelajaran adalah suatu proses yang berlangsung antara siswa dan instruktur di dalam atau di luar kelas untuk mencapai tujuan, yang dilengkapi dengan banyak unsur, antara lain bahan, perlengkapan, alat atau fasilitas yang harus berorientasi pada siswa. Rusman (2012:93) berpendapat bahwa pembelajaran adalah proses interaksi antara siswa dengan guru dan sumber belajar dalam suatu lingkungan belajar. Proses pendidikan harus disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik, artinya peserta didik harus menerapkan pengetahuannya dan mengambil peran yang sesuai dalam mencari dan memperoleh pengetahuan untuk dirinya sendiri (Eveline, 2010: 76). Pandangan lain berpendapat bahwa pendidikan merupakan suatu sistem yang tersusun dari beberapa komponen yang saling berinteraksi (Hosnan, 2014: 18).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diartikan bahwa pembelajaran adalah suatu proses dimana orang memperoleh pengetahuan, keterampilan, sikap atau pemahaman baru melalui interaksi dengan lingkungan atau melalui pengalaman. Proses pembelajaran dapat berlangsung dalam berbagai konteks, antara lain di sekolah, di tempat kerja, dalam kehidupan sehari-hari, atau melalui teknologi.

Adapun beberapa poin penting yang terkait dengan pembelajaran adalah aktif dan proses: pembelajaran melibatkan partisipasi aktif orang dalam perolehan pengetahuan atau keterampilan baru. Ini termasuk pengolahan informasi, refleksi, organisasi dan aplikasi dalam konteks yang sesuai Perubahan perilaku: Belajar melibatkan perubahan perilaku, baik dalam bentuk perubahan dalam tindakan tertentu dan dalam pemahaman individu, sikap atau keyakinan, Interaksi dengan lingkungan: Lingkungan memiliki peran penting dalam proses pembelajaran. Interaksi dengan orang lain, benda fisik, alat belajar dan sumber daya lainnya membantu dalam perolehan pengetahuan baru, serta poin penting terakhir adalah Motivasi: Motivasi individu memainkan peran penting dalam belajar. Minat, mengejar tujuan, kebutuhan berprestasi, dan penguatan positif dapat mempengaruhi motivasi dan keefektifan belajar.

Belajar adalah proses yang berkesinambungan sepanjang hidup dan dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui pendidikan formal, pelatihan, pengalaman praktis, penelitian dan pengetahuan diri. Penting untuk dipahami bahwa pembelajaran dapat terjadi dalam berbagai konteks dan dapat ditingkatkan melalui pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu.

Perkembangan e-learning dimulai dengan penggunaan sistem pembelajaran berbasis komputer pada PC atau CD yang berdiri sendiri pada tahun 1990. Kemudian, pada tahun 1994, e-learning mulai diproduksi dalam jumlah banyak dan dikemas dengan lebih menarik. Pada tahun 1997, Learning Management System (LMS) diperkenalkan untuk memenuhi kebutuhan informasi secara cepat. Aplikasi web untuk e-learning muncul pada tahun 1999, penggunaan LMS mulai dipadukan dengan situs informasi. E-learning yang semakin berkembang mulai diisi dengan konten-konten yang lebih menarik dikemas dalam bentuk konten multimedia, video streaming.

E-learning adalah semua kegiatan pendidikan dengan menggunakan teknologi elektronik yang dapat diterapkan dalam pendidikan reguler dan pembelajaran jarak jauh (Rusman 2012:293). E-learning merupakan kegiatan pendidikan atau pembelajaran dengan menggunakan sarana elektronik (Wena, 2009:202). Pendapat lain berpendapat bahwa pembelajaran daring adalah metode pengajaran baru yang mengintegrasikan teknologi monemonik dan telekomunikasi dengan teori sosiologis dan psikologis (Sutopo 2012: 143). E-learning adalah pembelajaran yang menggunakan dukungan teknologi internet. Dalam lingkungan pembelajaran elektronik, guru tidak hanya mengunggah materi pendidikan yang dapat diakses siswa secara online, tetapi juga mengamati, membina hubungan, berkolaborasi, dan mendukung tujuan pembelajaran lainnya (Surjono: 2013).

Berdasarkan pemahaman yang dipahami sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pendidikan online (juga dikenal sebagai "E-Learning") adalah sejenis pengajaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk mempertemukan siswa dan peserta didik dalam komunitas virtual. Ini melibatkan penggunaan perangkat keras seperti komputer, laptop, tablet atau smartphone, serta perangkat lunak khusus atau platform pembelajaran. Pembelajaran daring menawarkan fleksibilitas dalam waktu dan tempat, memungkinkan siswa mengakses materi pembelajaran, berpartisipasi dalam aktivitas, dan berinteraksi dengan guru dan teman sekelas melalui Internet. Pembelajaran online dapat menggunakan berbagai jenis bahan pembelajaran seperti video, modul interaktif, presentasi, tes online, dan forum diskusi. Beberapa fitur utama pembelajaran daring antara lain aksesibilitas: siswa dapat mengakses materi pembelajaran dari mana saja selama ada koneksi internet, memungkinkan pembelajaran jarak jauh tanpa terikat lokasi fisik, fleksibilitas waktu: Siswa dapat memilih waktu yang tepat untuk belajar, yang memungkinkan mereka untuk belajar sesuai dengan jadwal yang lebih fleksibel. Interaksi dan Kolaborasi: Pembelajaran online seringkali melibatkan interaksi antara siswa dan guru melalui forum diskusi, obrolan langsung, atau panggilan video. Selain itu, kerjasama dengan sesama mahasiswa juga dapat terjadi melalui proyek kelompok atau tugas bersama.

Fungsi e-learning sebagai pengganti (*replacement*) Pembelajaran ini tidak sepenuhnya menghilangkan atau menggantikan pembelajaran tradisional, tetapi memberikan tiga alternatif pembelajaran yaitu traditional, part-traditional, part-online, dan all-online. Siswa dapat memilih sesuai dengan keinginan siswa dalam proses pembelajaran. Fungsi pengganti memberikan beberapa alternatif model kegiatan pembelajaran yaitu tatap muka saja, tatap muka sebagian online, full online, yang dirancang untuk memudahkan siswa dalam mengelola kegiatan belajarnya sehingga dapat menyesuaikan waktu dan aktivitas siswa lainnya (Munir, 2009: 101).

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) terhadap mahasiswa S1 Reguler A dan B tahun akademik 2022/2023. Pemilihan lokasi penelitian didasari karena disinilah peneliti bekerja, peneliti juga mengambil mata kuliah Bank dan Lembaga Keuangan di kelas ini, dan proses pembelajaran di kelas ini dilakukan tidak hanya secara offline/tatap muka, tetapi juga online sebagai pengganti kuliah tatap muka yang masih berlaku. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif untuk memberikan berbagai deskripsi atau gambaran tentang proses pembelajaran online. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proyek dalam situasi tertentu sesuai dengan standar keunggulan peneliti (Huzaimah et al., 2021). Artinya, penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan, menganalisis dan mengklarifikasi suatu peristiwa pada waktu tertentu, penelitian berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan objek sebagaimana adanya. Tujuan penelitian deskriptif adalah menafsirkan situasi sosial, mempunyai tujuan agar penelitian ini menggali dan menjelaskan peristiwa-peristiwa yang terjadi di lingkungan sosial yang diteliti, selain itu penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi fakta, keadaan dan fenomena, variabel dan dipelajari sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Data yang terkumpul disajikan dalam bentuk pemaparan dan penjelasan tentang pendidikan online di FKIP Pendidikan Ekonomi, kurikulum pendidikan ekonomi Universitas Pamulang, dan faktor-faktor yang mempengaruhi proses pendidikan online. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan survei online dan teknik pengkodean melalui Google Form. Informan utama yang diwawancarai adalah 2 orang dosen/instruktur yang linier dalam pendidikan ekonomi yang mengajar di semester tersebut.

Ada beberapa tahapan penelitian yaitu persiapan, pelaksanaan dan tahap akhir penelitian. Dalam penelitian ini, metode purposive sampling digunakan. Metode pengumpulan data yaitu: 1) Wawancara, wawancara dilakukan untuk mendapatkan data pembelajaran online, pada saat proses pembelajaran berlangsung dengan menggunakan internet. Wawancara akan dilakukan dengan instruktur (dosen) dan mahasiswa pendidikan ekonomi yang sedang melakukan perkuliahan mata kuliah "Bank dan lembaga keuangan" untuk tahun akademik 2022/2023. 2) Dokumentasi, dokumentasi adalah proses pengumpulan data tertulis untuk dijadikan bukti fisik penelitian dan hasil penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini mengacu pada dokumen kegiatan pembelajaran.

Penelitian kualitatif ini menggunakan sumber data berupa data primer dan data sekunder. Menurut Moleong (2021, p. 157) dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata dan tindakan merupakan sumber data utama, selebihnya merupakan data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Menurut Sugiyono (2009: 137), "data awal" mengacu pada tempat penyimpanan informasi yang segera memberikan data kepada peneliti, pengamat, atau pihak lain yang berkepentingan. Peneliti memilih informan yaitu 2 orang tenaga pendidik/guru yang linier dibidangnya dan perwakilan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Reguler A dan B. Sugiyono (2013, p. 137) menegaskan bahwa arsip data yang "argumentatif" adalah arsip yang tidak memberikan informasi untuk tujuan pertukaran data secara langsung, seperti informasi yang diperoleh dari orang lain atau melalui dokumen. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan pustaka, jadi data diperoleh peneliti dari penelitian kepustakaan terhadap buku-buku yang berkaitan dengan pelaksanaan pendidikan membaca pada umumnya, jurnal, buku pola pembelajaran, dan buku penunjang lainnya. Peneliti dapat segera mulai mengumpulkan bahan-bahan terkait penelitian yang berkaitan dengan penggunaan strategi pembelajaran online menggunakan group chat di WhatsApp.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil belajar dalam proses pembelajaran online dianalisis dengan menelaah tanggapan mahasiswa terhadap angket dan wawancara yang dilakukan. Berikut adalah hasil dari masing-masing penelitian yang diperoleh peneliti.

Kuesioner dibagikan kepada mahasiswa semester 4 reguler A dan B kurikulum pendidikan ekonomi tahun pelajaran 2022/2023. pertanyaan yang dikirim oleh peneliti kepada responden, terdiri dari pertanyaan tertutup yang memerlukan tanggapan segera melalui mesin pencari Google (*Google Form*). Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang proses pembelajaran daring, meliputi tanggapan awal responden atau mahasiswa terhadap kebijakan pembelajaran daring, prosedur pelaksanaan pembelajaran daring, faktor-faktor yang mendukung pembelajaran daring, faktor yang menghambat pembelajaran daring, dan harapan dari lingkungan belajar. proses di masa depan.

Berikut adalah tanggapan beberapa responden atau mahasiswa terhadap kuesioner yang diberikan setelah peneliti menganalisis kuesioner yang terkumpul dan merangkum tanggapan dari berbagai responden secara keseluruhan. Pertanyaan pertama yang diajukan peneliti kepada responden adalah: "Bagaimana tanggapan Bapak/Ibu terhadap kebijakan pembelajaran daring yang ditetapkan oleh Universitas Pamulang, khususnya Kurikulum Pendidikan Ekonomi?". Berikut beberapa jawaban responden atas pertanyaan pertama peneliti.

Mahasiswa Reg A: Awalnya dengan semangat yang besar, karena proses pembelajaran daring lebih modern atau lebih maju menggunakan teknologi yang lebih canggih dibandingkan dengan pembelajaran tatap muka atau tradisional".

Mahasiswa Reg B : "Tanpa banyak semangat, karena siswa dalam program pendidikan ekonomi membutuhkan pengajaran langsung agar siswa memahami materi dengan lebih baik".

Mahasiswa Reg A : "Prihatin karena pembelajaran daring membutuhkan jaringan internet yang memadai."

Mahasiswa Reg B : “Tidak terlalu antusias belajar online untuk mata kuliah perbankan dan lembaga keuangan karena diajarkan langsung yang seringkali tidak mereka pahami.”

Pertanyaan kedua yang peneliti ajukan kepada peserta secara khusus adalah: “Pada tahun Covid-19 ini, bagaimana hakikat proses pendidikan yang dilakukan oleh instruktur sesuai dengan bidang ilmu ekonomi?” Pendidik menjelaskan bahwa pembelajaran disampaikan secara daring menggunakan sejumlah aplikasi, antara lain Zoom, Google Class, Google Meet, dan WA Group. Prosedur pengajaran yang dilakukan oleh dosen: (1) 15 menit sebelum perkuliahan dimulai, dosen mengingatkan mahasiswa untuk mengikuti kuliah daring, (2) dosen menyapa mahasiswa dan melakukan daftar hadir secara daring. (3) Dosen memberikan materi untuk dipelajari, (4) Dosen menjelaskan materi di internet agar mahasiswa dapat memahami materi, (5) Bertanya dan menjawab jika ada mahasiswa yang kurang memahami materi perkuliahan, agar mahasiswa dapat lebih baik memahami materi yang disampaikan, (6) Memberikan tugas kepada mahasiswa untuk dirangkai sesuai arahan dosen, dan (7) Bersama-sama merangkum materi perkuliahan yang telah dipelajari.

Selain dua pertanyaan tersebut, peneliti juga mengajukan pertanyaan ketiga yaitu: “Apakah ada faktor-faktor selama pembelajaran daring yang mendukung mahasiswa dalam proses pembelajaran daring? Jika ya, sebutkan dan jelaskan! Secara umum responden menjawab ada faktor yang mendukung mahasiswa dalam proses pembelajaran daring, seperti sarana dan prasarana seperti handphone, laptop, kuota internet, jaringan internet, dan listrik. Serta berbagai aplikasi yang bisa digunakan secara online seperti zoom, google classroom, google meeting, VA group.

Pertanyaan keempat peneliti: “Apakah ada faktor yang menghambat mahasiswa dalam proses pembelajaran daring? Jika ya, sebutkan dan jelaskan! Secara umum responden menjawab bahwa terdapat faktor-faktor yang menghambat mahasiswa dalam proses pembelajaran daring, seperti beberapa bagian jaringan internet yang tidak stabil dan kuota internet yang tidak mencukupi, serta aplikasi yang tidak tersedia.

Selain itu, hasil wawancara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian adalah wawancara semi terstruktur. Dilakukan dengan partisipasi dua responden yaitu Ketua Program Studi dan instruktur/dosen pendidikan ekonomi. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut dan mengkonfirmasi data yang diperoleh saat penyebaran kuesioner kepada seluruh responden. Berikut adalah tanggapan dua responden terhadap pertanyaan wawancara yang diberikan setelah peneliti menganalisis hasil wawancara dan merangkum tanggapan responden secara keseluruhan, dengan subjek 1 sebagai ketua program studi dan subjek 2 sebagai dosen dengan latar belakang ilmu ekonomi.

Pertanyaan pertama yang diajukan peneliti kepada responden adalah: “Bagaimana tanggapan Bapak/Ibu terhadap kebijakan pembelajaran daring yang ditetapkan Universitas Pamulang?”. Berikut jawaban responden atas pertanyaan pertama peneliti.

Subjek 1 : “Lumayan sih, tapi beberapa mata kuliah seperti ekonomi sulit untuk dipahami secara langsung, apalagi dilakukan secara online. Banyak juga yang harus diperhatikan, seperti kesiapan mahasiswa yang awalnya mengikuti pelatihan secara tatap muka atau offline, namun juga melakukan pelatihan secara online”.

Subjek 2 : “Awalnya saya sangat senang karena pengajarannya semakin modern, namun ternyata setelah lulus banyak hal yang harus diperhatikan terutama kemampuan mahasiswa dalam mengakses informasi atau materi perkuliahan, mengingat stabilitas jaringan internet sangat baik. tidak selalu sama antar daerah”.

Peneliti juga mengajukan pertanyaan kedua kepada responden yaitu: “Bagaimana prosedur proses pendidikan yang dilakukan oleh dosen/instruktur?”. Berikut adalah tanggapan responden terhadap pertanyaan dua peneliti.

Subjek 1 : Pada saat pembelajaran daring dilaksanakan dengan waktu 5 hari dalam satu minggu, dosen akan melakukan upload soal diskusi di LMS yang sudah disediakan oleh Lembaga Pendidikan kampus sesuai dengan pertemuan yang sedang berjalan, setelah itu mahasiswa menanggapi pertanyaan yang diberikan dosen melalui LMS tersebut. Adapun kegiatan ini dilakukan setiap minggu dengan keaktifan diskusi yang maksimal. Aktivitas dalam learning tersebut dilakukan tanya jawab apabila ada materi yang tidak dipahami, dan mengerjakan tugas apabila diberikan oleh dosen”.

Subjek 2 : Kegiatan perkuliahan dengan metoda daring dilakukan dengan waktu yang lumayan Panjang dimana setiap pertemuan dilakukan dengan metode diskusi secara daring melalui LMS yang sudah disediakan. Dosen akan memberikan topik diskusi dan memberitahukan ke mahasiswa melalui pesan Whatshap Group. Kegiatan ini sebenarnya efisien dan menambah wawasan Ilmu pengetahuan namun dampaknya tidak efektif bagi mahasiswa yang memiliki kemampuan yang rendah.

Peneliti juga mengajukan pertanyaan ketiga yaitu: “Apakah ada faktor yang mendukung mahasiswa dalam proses pembelajaran daring? Jika ya, sebutkan dan jelaskan! Berikut adalah tanggapan responden terhadap pertanyaan dari tiga peneliti.

Subjek 1 : Pasti ada. Yang paling berpengaruh adalah gadget dan kuota internet. Gadget yang digunakan harus memiliki aksesibilitas yang memadai terutama pada memori penyimpanan untuk mengakses materi yang diberikan oleh dosen. Kuota internet mempengaruhi hal ini karena tidak semua mahasiswa memiliki akses Wi-Fi di rumah, sehingga siswa juga harus memperhatikan hal ini agar selalu memiliki kuota internet pribadi yang stabil dan mencukupi agar dapat mengikuti proses pembelajaran daring. dari awal sampai akhir. kuliah.

Subjek 2 : Tentu ada. Faktor pendukung yang paling utama adalah kuota internet, karena dosen menggunakan aplikasi online saat menyampaikan materi, maka mahasiswa harus menyediakan kuota pribadi jika tidak menggunakan Wi-Fi untuk menghindari kesalahan sistem aplikasi akibat kurang atau tidak terpakainya kuota internet.

Berdasarkan hasil data setelah proses penelitian, maka peneliti melakukan analisis terhadap hasil penelitian tersebut untuk mengetahui bagaimana proses pembelajaran daring, faktor yang mendukung, dan faktor yang menghambat proses pembelajaran daring dengan penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Semester IV Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang Tahun Akademik 2022/2023. Hasil penelitian menunjukkan proses pembelajaran daring yang selama ini dilakukan oleh dosen tidak jauh berbeda dengan proses pembelajaran tatap muka, yang berbeda adalah pada penggunaan media online meliputi LSM yang disediakan kampus, *zoom*, *google classroom*, *google meet*, *WA group*, dan lain sebagainya.

PENUTUP

Berdasarkan kajian tersebut disimpulkan bahwa proses pembelajaran online terdiri dari berbagai kegiatan yaitu pendahuluan, inti dan akhir. Ada berbagai faktor yang mendukung dan menghambat pembelajaran online. Faktor pendukung utama adalah gadget dan kuota internet yang membantu mahasiswa mengikuti pembelajaran daring dengan baik. Jaringan internet tidak hanya menjadi faktor pendukung, tetapi juga menjadi penghambat utama jika jaringan yang digunakan tidak stabil atau kuota internet tidak mencukupi untuk mengikuti proses pembelajaran daring. Hal ini juga karena faktor ekonomi, karena tidak bisa dipungkiri proses pembelajaran daring lebih banyak memakan kuota internet. Selain itu, kemauan mahasiswa dan instruktur untuk beradaptasi dengan proses pembelajaran daring menjadi faktor penghambat, mengingat sebelumnya perkuliahan selalu dilaksanakan secara tatap muka atau luring. Dengan demikian, diperlukan upaya untuk meningkatkan pembelajaran online, namun dalam melakukannya harus difokuskan pada hasil belajar yang ingin dicapai oleh peserta didik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, S. (2020). *Penerapan Pembelajaran dalam Jaringan (Daring) Pada anak usia dini selama Pandemi Virus Covid-19 di Kelompok A BA Aisyah Timbang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga*. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. IAIN Purwokerto: Purwokerto.
- Bakia, M., Shear, L., Toyama, Y., & Lasseeter, A. (2012). *Understanding the Implications of Online Learning for Educational Productivity Center for Technology in Learning SRI International*. 76.
- Eveline. (2010). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Harto, K. (2018). *Tantangan Dosen Ptki Di Era Industri 4.0*. *Jurnal Tatsqif*, 16(1), 1-15.
- Huzaimah, P. Z., & Risma, A. (2021). *Hambatan yang Dialami Siswa Dalam Pembelajaran Daring Matematika Pada Masa Pandemi COVID-19*. 05(01), 533–541.
- Hosnan, M. (2014). *Pendekatan Saintifik Dan Kontekstual Dalam Pembelajaran Abad 21 Kunci Sukses Implementasi Kurikulum 2013*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Keengwe, J., & Georgina, D. (2012). *The digital course training workshop for online learning and teaching*. *Education and Information Technologies*, 17(4), 365–379.
- Kurniawan, B., Wiharna, O., & Permana, T. (2017). *Studi analisis faktor-faktor yang mempengaruhi hasil belajar pada mata pelajaran teknik listrik dasar otomotif*. *Journal of Mechanical Engineering Education*, 4(2).
- Megawanti, P. (2015). *Meretas Permasalahan Pendidikan Di Indonesia*. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 2(3).
- Muhson, A. (2010). *Pengembangan media pembelajaran berbasis teknologi informasi*. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 8(2).
- Nurrita, T. (2018). *Pengembangan media pembelajaran untuk meningkatkan hasil belajar siswa*. *MISYKAT: Jurnal Ilmu-ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah dan Tarbiyah*, 3(1).
- Putrawangsa, S., & Hasanah, U. (2018). *Integrasi Teknologi Digital Dalam Pembelajaran Di Era Industri 4.0*. *Jurnal Tatsqif*, 16(1), 4254.
- Riyana, C. (2019). *TPEN4401 – Produksi Bahan Pembelajaran Berbasis Online – Perpustakaan UT*. Universitas Terbuka.
- Rusman. *Pembelajaran Berbasis Tekhnologi Informasi Dan Komunikasi*. Jakarta :Rajawali Pers,2012.
- Setiawan, A. R., Puspaningrum, M., & Umam, K. (2019). *Pembelajaran daring di tengah wabah COVID-19*. *TARBAWY Indones. J. Islam. Educ*, 6(2), 187-192.
- Surjono, D. H. (2013). *Membangun Course E-learning Berbasis Moodle*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sutopo, A. H. (2012). *Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanti, S., & Zulfiana, A. (2018). *Jenis–Jenis Media Dalam Pembelajaran*. *Jenis–Jenis Media Dalam Pembelajaran*, 1-16.
- Tafonao, T. (2018). *Peranan media pembelajaran dalam meningkatkan minat belajar mahasiswa*. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(2), 103-114.
- Wekke, I. S., & Hamid, S. (2013). *Technology on Language Teaching and Learning: A Research on Indonesian Pesantren*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 83, 585–589.
- Wena, M. (2009). *Strategi Pembelajaran Inovatif Kontemporer*. Jakarta: Bumi Angkasa.

PENGARUH PENDAPATAN PREMI, KLAIM DAN INVESTASI TERHADAP PERTUMBUHAN ASET PERUSAHAAN ASURANSI JIWA SYARIAH DI INDONESIA

Shalsa Sakila¹ Nurlaila²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : shalsasakila@gmail.com¹ Email : nurlaila@uinsu.ac.id², Email :

rahmi.syariza@uinsu.ac.id³

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pendapatan Premi, Klaim dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Aset Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah di Indonesia. Penelitian ini berjenis asosiatif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan asuransi jiwa syariah dan asuransi umum syariah yang terdaftar BEI sebanyak 42 perusahaan sedangkan sample dalam penelitian ini berjumlah 9 perusahaan, yakni perusahaan asuransi yang sudah mengeluarkan laporan keuangan secara lengkap sampai tahun 2022, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Adapun yang menjadi hasil penelitian ini adalah klaim berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022 karena nilai t hitung $3.465 > 2.002$ dan taraf signifikan $0.001 < 0.05$. Dalam penelitian ini premi berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022 karena nilai t hitung $2.554 > 2.002$ dan taraf signifikan $0.013 < 0.05$. Dalam penelitian ini berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022 karena nilai t hitung $7.791 > 2.002$ dan taraf signifikan $0.000 < 0.05$. Dalam penelitian ini variabel bebas yang terdiri pendapatan premi, klaim, investasi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap aset karena $F_{hitung} (20.448) > F_{tabel} (2.77)$ dan signifikansi $(0,000) < \alpha (0,05)$.

Kata Kunci : *pendapatan premi, klaim, investasi, pertumbuhan aset*

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of premium income, claims and investments on the growth of assets of Islamic life insurance companies in Indonesia. This research is quantitative associative type. The population in this study are sharia life insurance companies and sharia general insurance companies which are listed on the IDX as many as 42 companies while the sample in this study is 9 companies, namely insurance companies that have issued complete financial reports until 2022, the data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. The results of this study are claims that have an effect on the growth of Islamic soul assets for the 2018-2022 period because the t-count is $3.465 > 2.002$ and a significant level is $0.001 < 0.05$. In this study, the premium affects the growth of sharia soul assets for the 2018-2022 period because the t-value is $2.554 > 2.002$ and a significant level is $0.013 < 0.05$. In this study, it affects the growth of Islamic soul assets for the 2018-2022 period because the t-value is $7,791 > 2,002$ and a significant level is $0,000 < 0.05$. In this study the independent variables consisting of premium income, claims, investment simultaneously have a significant effect on assets because $F_count (20.448) > F_table (2.77)$ and significance $(0.000) < \alpha (0.05)$.

Keywords: *premium income, claims, investment, asset growth*

PENDAHULUAN

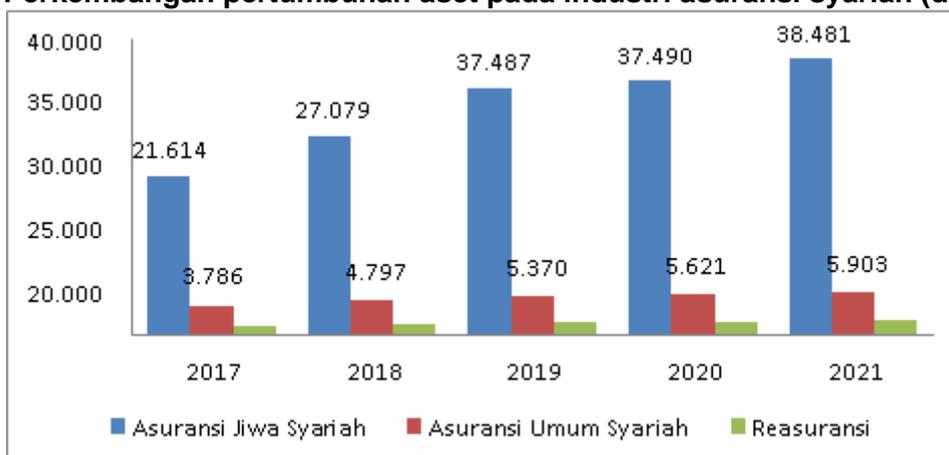
Investasi syariah yang merupakan bagian dari program perekonomian untuk memberikan keuntungan bagi masyarakat dalam pengelolaan dana sehingga sesuai dengan syariah Islam tentu saja semakin diminati. Menurut hukum Islam, asuransi syariah adalah upaya saling melindungi dan menolong antara banyak orang dan pihak melalui penanaman modal atau harta, atau antara banyak orang dan pihak melalui penanaman modal dalam bentuk harta atau tabarru (Imsar et al., 2022). Dana tabarru adalah dana tolong menolong antara semua peserta serta dana tabungan yang nantinya akan di

investasikan oleh pihak penanggung melalui investasi yang sesuai dengan syariah (Rahma & Ussania, 2022). Peranan industri asuransi nasional adalah memberikan perlindungan proteksi terhadap risiko yang dihadapi masyarakat sehingga menunjang stabilitas pembangunan dan sebagai salah satu lembaga penghimpunan dana masyarakat dan penyedia dana untuk pembangunan ekonomi nasional (Saniatusilma & Suprayogi, 2015). Kebutuhan terhadap jaminan-jaminan asuransi timbul sebagai akibat langsung dari pertumbuhan ekonomi. Asuransi syariah membatasi pengelolaannya pada obyek-obyek asuransi halal dan tidak mengandung syubhat. Karena Asuransi jiwa dalam perspektif islam yaitu asuransi yang dikelola mengikuti kaidah syariah dengan konsep yang didasari dengan Al-Quran dan hadist yang menyatakan bahwa manusia diperintahkan untuk saling menolong dalam kebajikan (Syahriza et al., 2022). Oleh karena itu, gedung-gedung yang dijadikan tempat maksiat seperti hotel-hotel yang tidak syariah, pabrik rokok, dan pabrik minuman keras tidak boleh dijadikan obyeknya. Sedangkan asuransi konvensional tidak membedakan obyek itu haram atau halal, yang penting mendapatkan keuntungan (Iqbal, 2017). Adapun tujuannya agar mempermudah arah dalam menatap hidup dimasa depan datang dengan baik (sesuai prinsip perusahaan asuransi terkait). Asuransi sebagai suatu perusahaan atau entitas ekonomi juga membuat laporan keuangan untuk menunjukkan informasi dan posisi keuangan yang disajikan untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Tahun 2004 No 1, tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besarkalangan pengguna laporan keuangan dalam rangka membuat keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggung jawaban manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepada mereka (Ridwan et al., 2017).

Pelambatan pertumbuhan di antaranya di picu menurunnya kepercayaan masyarakat atas gagal bayar dua perusahaan asuransi jiwa yakni Jiwasraya dan Bumi Putera. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh YLKI yang menyebutkan tahun 2018 mencatat 21 keluhan dari indutri asuransi dan hingga paruh waktu 2019. Data yang terungkap oleh YLKI diantaranya kepercayaan masyarakat kepada industri asuransi menurun karena kasus-kasus gagal bayar asuransi besar, seperti Jiwasraya dan Bumi Putera Secara umum keseluruhan juga disebabkan kepercayaan masyarakat kepada industri asuransi menurun karena kasus gagal bayar asuransi besar seperti Jiwasraya dan Bumiputera yang tidak kunjung ada jalan keluar konkrit yang memuaskan nasabah (Rambe, 2021)

Grafik 1

Perkembangan pertumbuhan aset pada industri asuransi syariah (dalam Rp miliar)



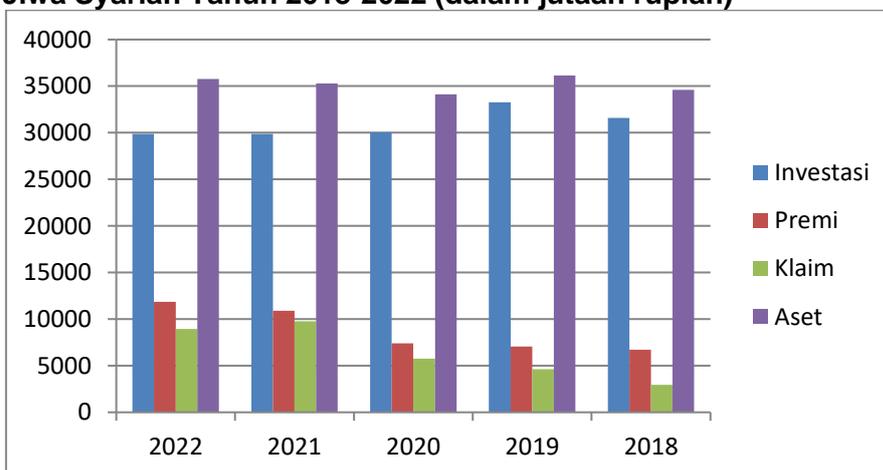
Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memaparkan, asuransi syariah Indonesia hanya menguasai 3% dari pangsa pasar asuransi nasional per Desember 2020. Pada saat yang sama, ada 14 pelaku usaha dengan rincian tujuh perusahaan asuransi jiwa syariah, enam perusahaan asuransi umum syariah, dan satu perusahaan reasuransi syariah. Sedangkan total aset asuransi syariah sampai dengan kuartal III-2021 mencapai Rp 43,68 triliun atau

tumbuh 6,10% secara tahunan (year on year/yoy). Dari sisi bisnis, kontribusi bruto pun melesat 41,32% (yoy) menjadi Rp 16,89 triliun. Namun demikian, klaim bruto turut naik signifikan 64,53% (yoy) menjadi Rp 14,63 triliun (investor.id).

FASB mendefinisikan aset sebagai berikut *Asset are probable future economic benefits obtained or controlled by a particular entity as a result of past transactions or events.* (Aset adalah manfaat ekonomik masa datang yang cukup pasti yang diperoleh atau dikuasai atau dikendalikan oleh suatu entitas sebagai akibat transaksi atau kejadian masa lalu (Setiobekti et al., 2020). Bisa dicermati, perkembangan aset di perusahaan asuransi jiwa syariah lebih unggul dari pada perusahaan lainnya yakni perusahaan asuransi umum syariah dan perusahaan reasuransi. Terbukti pada data selama 2017-2022 yang menunjukkan angka yang jauh lebih tinggi dibandingkan asuransi umum syariah dan reasuransi. Jumlah aset perusahaan asuransi jiwa mengalami kenaikan yang cukup signifikan pada tahun 2019-2020. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan asuransi jiwa syariah cukup diminati masyarakat, tetapi masyarakat dalam mempercayakan perlindungan dan jaminan atas kehidupan maupun kesehatannya tentu akan menentukan perusahaan asuransi yang baik, yaitu perusahaan asuransi yang mempunyai rasio solvabilitas diatas ambang minimum serta bisa memenuhi klaim peserta asuransinya (Siregar, 2019). Tingkat kesehatan perusahaan asuransi dapat dilihat dari tingkat solvabilitas. Tingkat solvabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya. Salah satu kinerja suatu perusahaan bisa diketahui dengan melalui laporan keuangannya. Oleh karena itu, perusahaan asuransi syariah dituntut untuk memperlihatkan serta meningkatkan kinerjanya agar semakin baik. Kondisi keuangan perusahaan dapat dikatakan sehat ialah apabila perusahaan tersebut memiliki pertumbuhan aset yang tinggi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis menggunakan laporan keuangan untuk mengukur pertumbuhan aset dalam perusahaan asuransi syariah yang mungkin dapat dipengaruhi oleh variabel pendapatan premi, klaim dan investasi (Andini et al., 2022).

Grafik 1.2

Perkembangan Aset, Pendapatan Premi, Klaim, dan Investasi Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Tahun 2018-2022 (dalam jutaan rupiah)



Sumber : OJK

Premi adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan peserta asuransi untuk mengikat kewajiban pengelola dalam membayar ganti rugi atas terjadinya resiko. Dalam asuransi syariah premi disebut dengan istilah kontribusi, yaitu merupakan dana peserta secara bersama-sama setelah dikurangi fee pengelola. Umumnya asuransi syariah dibagi tiga, yaitu premi tabungan, premi tabarru", dan premi biaya (Kasim, 2021). Klaim adalah hak peserta untuk memperoleh pertanggunganan atas kerugian yang sesuai dengan kesepakatan diawal. Dalam asuransi syariah, ketika peserta tidak pernah mengajukan klaim selama periode asuransi yang disepakati, baik dengan akad mudharabah atau

wakalah bil ujah peserta dimungkinkan mendapatkan bagi hasil, di samping itu, faktor klaim ini sekali lagi sangat berkaitan dengan underwriting. Data beban klaim diperoleh dari laporan surplus (defisit) underwriting dana tabarru" (Basir, 2018). Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber dayalainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan dimasa dating (Jannah, 2018). Aset merupakan aktiva yang digunakan dalam operasional perusahaan. Semakin besar aset, diharapkan hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan juga semakin besar. Peningkatan aset yang diiringi dengan meningkatnya hasil operasional perusahaan akan menambah kepercayaan dari pihak eksternal perusahaan (Nasution, 2019)

Tercatat pada laporan perkembangan keuangan syariah Indonesia tahun 2018, asuransi jiwa syariah mengalami kenaikan aset sebesar 2,9%, akan tetapi berkebalikan dengan tingkat solvabilitas yang dimiliki oleh asuransi jiwa syariah pada tahun 2017 dan 2018 yang mengalami penurunan sebesar 30%. Maka dari itu tingkat solvabilitas menjadi hal penting dalam suatu perusahaan asuransi jiwa syariah. Menurut deputi komisioner pengawas IKNB syariah Moch ihsanuddin, perkembangan kontribusi perasuransian syariah per maret 2019 sebesar Rp.3,85 triliun dengan menyumbang terbesar adalah asuransi jiwa syariah sebesar Rp.3,16 triliun. Merujuk pada perkembangan total aset pada asuransi syariah di Indonesia belum dapat dikatakan menunjukkan kinerja yang baik meskipun mengalami kenaikan dari tahun ke tahun (CNN Indonesia, 2019).

Grafik 1.2 menunjukkan bahwa jika dibandingkan klaim dan premi yang dikeluarkan oleh perusahaan jiwa asuransi syariah investasi dan aset yang dimiliki perusahaan asuransi syariah memiliki angka yang sangat besar Sesuai grafik 1.2, bisa dicermati premi dan klaim perusahaan asuransi jiwa syariah meningkat tiap tahunnya. sedangkan untuk nilai investasi cenderung turun, karena hal ini banyak perusahaan asuransi jiwa syariah meningkatkan asetnya hal ini terlihat bahwa dari tahun 2018-2022 jumlah aset yang dimiliki perusahaan asuransi fluktuatif. hal ini membuktikan untuk mengatasi jumlah investasi yang terkadang tidak stabil banyak perusahaan yang mengutamakan peningkatan aset untuk mencegah terjadinya kolaps bagi perusahaan. Investasi di dalam perusahaan asuransi dapat dirupakan dalam bentuk portofolio.

Premi asuransi bagi peserta secara umum bermanfaat untuk menentukan besar tabungan peserta asuransi, mendapatkan santunan kebajikan atau dana klaim terhadap suatu kejadian yang mengakibatkan terjadinya klaim, menambah investasi pada masa yang berikutnya. Sedangkan bagi perusahaan premi berguna untuk menambah investasi pada suatu usaha yang dikelola. Premi yang dikumpulkan dari peserta paling tidak harus cukup untuk menutupi tiga hal, risiko yang dijamin, biaya akuisisi, dan biaya pengelolaan operasional perusahaan, dari grafik 1.2 menunjukkan bahwa premi memberika kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan aset asuransi syariah hal ini dikarenakan premi merupakan sumber pendapatan utama dari asuransi syariah sehingga kelancaran premi akan menaikkan aset perusahaan

Klaim adalah pengajuan hak yang dilakukan oleh tertanggung kepada penanggung untuk mendapatkan haknya berupa pertanggung atas kerugian berdasarkan perjanjian atau akad yang telah dibuat. Dengan kata lain, klaim adalah proses pengajuan oleh peserta untuk mendapatkan uang pertanggung nya setelah tertanggung melaksanakan seluruh kewajibannya kepada penanggung, yaitu berupa penyelesaian pembayaran premi sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Pembayaran klaim pada asuransi syariah diambil dari dana tabarru" semua peserta. Perusahaan sebagai mudharib wajib menyelesaikan proses klaim secara cepat, tepat, dan efisien sesuai dengfan amanah yang diterimanya. Kelancaran perusahaan dalam memberikan klaim perusahaan memang akan menurunkan aset perusahaan tapi akan menaikkan citra perusahaan dan akan menaikkan pembayaran premi yang berimbas ke pertumbuhan aset perusahaan

Kegiatan investasi yang dilakukan oleh masyarakat secara terus menerus akan meningkatkan aset asuransi. Peranan ini bersumber dari tiga fungsi penting dari kegiatan investasi, yakni (1) investasi merupakan salah satu komponen dari pengeluaran agregat, sehingga kenaikan investasi akan meningkatkan permintaan agregat, pendapatan nasional

serta kesempatan kerja; (2) penambahan barang modal sebagai akibat investasi akan menambah kapasitas produksi; (3) investasi selalu diikuti oleh perkembangan teknologi sehingga jika perusahaan bisa menarik investasi maka akan menaikkan aset perusahaan, grafik 1.2 menunjukkan bahwa investasi asuransi cenderung naik hal ini menunjukkan bahwa mencari investor merupakan hal yang penting bagi perusahaan

Pertumbuhan aset adalah tingkat perubahan (peningkatan atau penurunan) total aset yang dialami oleh perusahaan pada setiap tahunnya, yang memperlihatkan kondisi aset perusahaan terhadap seluruh kegiatan operasionalnya dalam memperoleh laba atau keuntungan. Aset merupakan aktiva yang digunakan dalam operasional perusahaan. Semakin besar aset, diharapkan hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan juga semakin besar. Peningkatan aset yang diiringi dengan meningkatnya hasil operasional perusahaan akan menambah kepercayaan dari pihak eksternal perusahaan.

Menurut Lawrence dan Michael portofolio adalah kumpulan bentuk investasi terpadu yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan investasi (Jannah, 2018). Tujuan utama portofolio investasi adalah mendapatkan tingkat pengembalian yang tinggi dengan tingkat risiko yang kecil untuk memenuhi kewajiban baik kepada pemegang polis maupun untuk pertumbuhan perusahaan, Pertumbuhan aset yang tinggi dapat meningkatkan rasa percaya diri yang tinggi oleh pihak luar terhadap perusahaan (Muhammad Nafarin, 2017). Pertumbuhan aset yang tinggi diperusahaan tidak lepas dari beberapa variable yang ada dalam perusahaan yang mampu mempengaruhi besar tidaknya pertumbuhan aset yang ada. Hal yang harus diperhatikan dalam dunia asuransi yaitu mengenai tarif premi, sebab banyaknya jumlah premi yang terperoleh ditentukan oleh tarif premi. Penetapan tarif atau premi harus bisa dipakai untuk meng-cover klaim termasuk biaya asuransi lain dan profit yang perusahaan asuransi harapkan (Siregar, 2019). Premi yang terhimpun dari kontribusi peserta asuransi bisa dipakai perusahaan dalam menjalankan investasi di mana dalam pelaksanaannya sesuai dengan aturan syaria (Saniatusilma & Suprayogi, 2015). Di sini, peranan perusahaan asuransi syariah yaitu sebagai mudharibi yang kewajibannya membayar klaim pada peserta bila salah satu dari pesertanya terkena cobaan (Ikhsan, et al, 2015). Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan mengingat aset digunakan oleh perusahaan untuk membiayai kinerja yang ada dalam perusahaan tersebut. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi RBC, RBC yang digunakan sebagai alat ukur solvabilitas perusahaan asuransi memiliki beberapa komponen untuk menentukannya. Aset dan kewajiban merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi. Premi merupakan salah satu hal yang dapat menentukan eksistensi perusahaan asuransi. Tanpa premi yang dibayarkan oleh peserta asuransi, operasional perusahaan asuransi dapat terganggu. Mengingat, grace period (masa tenggang) pada perusahaan asuransi syariah lebih panjang dibandingkan dengan grace period pada perusahaan asuransi konvensional. Sehingga, resiko yang ditanggung oleh perusahaan asuransi jiwa syariah lebih berat dibandingkan dengan perusahaan asuransi jiwa konvensional (Marianti et al., 2023)

Beberapa penelitian mengenai pertumbuhan aset perusahaan, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Nurmaini, 2018) Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara Simultan seluruh Variabel Independen (Tingkat Pendapatan Premi, Klaim, Profitabilitas (ROA), dan Beban Operasional) berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Aset. Penelitian lainnya dilaksanakan oleh (Inderastuti, 2018) mengindikasikan klaim, hasil underwriting dan biaya operasional terhadap berpengaruh terhadap pertumbuhan aset. Penelitian yang dilakukan oleh (Basir, 2018) menyatakan bahwa premi dan investasi mempengaruhi pertumbuhan aset asuransi syariah.

Pertumbuhan aset yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat mengoptimalkan asetnya dengan baik dan hal ini akan dapat menjaga kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan asuransi syariah, sehingga perusahaan asuransi syariah perlu melakukan pengawasan dan analisis terhadap pertumbuhan aset. Dari fenomena dan research gap tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya research gap dalam penelitian-penelitian diatas yang menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari variabel premi,

klaim, investasi, terhadap pertumbuhan aset. Tujuan penelitian ini untuk melakukan analisis pada peranan investasi syariah yang dilakukan sehingga berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat (Andini et al., 2022).

KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Pengaruh Pendapatan Premi Terhadap Pertumbuhan Aset

Premi merupakan pembayaran sejumlah uang yang dilakukan pihak tertanggung kepada penanggung untuk mengganti suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan dari tetanggung kepada penanggung (Transfer of Risk)(Jannah, 2018). Besaran premi ditentukan dari hasil seleksi resiko yang dilakukan setelah perusahaan melakukan seleksi resiko atas permintaan calon tertanggung. Dengan demikian calon tertanggung akan membayar premi asuransi sesuai dengan tingkat risiko atau kondisi masing-masing (Ridwan et al., 2017). Meskipun nilai hasil investasi besar belum tentu akan mendapatkan premi yang besar pula, hal ini disebabkan karena adanya klaim dalam asuransi yang dapat mem-pengaruhi besarnya premi. Premi yang baik dapat meningkatkan efisiensi biaya perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori biaya yang menyatakan bahwa semakin tinggi produksi maka biaya rata-rata perproduk semakin lama semakin rendah sehingga akan makin dapat bersaing di pasar.

H1 : Diduga Terdapat Pengaruh Pendapatan Premi Terhadap Pertumbuhan Aset Pada Asuransi Jiwa Syariah Di Indonesia

2.2 Pengaruh Klaim Terhadap Pertumbuhan Aset

Klaim adalah beban yang harus dibayarkan oleh penanggung kepada pihak tertanggung apabila terjadi risiko yang dipertanggungkan. Umumnya, seseorang atau sistem yang menangani klaim akan menentukan apakah informasi yang diserahkan atas suatu klaim telah sesuai dengan pertanggungangan yang tercantum dalam suatu polis yang berlaku atau tidak, sehingga orang atau sistem tersebut dapat mengambil keputusan untuk menyetujui atau menolak klaim (Marianti et al., 2023). Sehingga klaim merupakan beban yang harus ditanggung oleh perusahaan asuransi. Setiap terjadinya klaim akan mengurangi pertumbuhan asset asuransi. Dengan kata lain setiap ada kenaikan klaim maka akan mengurangi asset pada perusahaan asuransi. Besarnya beban klaim yang diterima maka akan berdampak pula pada asset perusahaan asuransi. Beban mewakili kenaikan kewajiban atau penurunan asset, dengan efek berikutnya pada ekuitas, Jadi dapat disimpulkan terdapat hubungan terbalik antara beban dan pertumbuhan asset, yaitu jika ada kenaikan dari beban maka ada penurunan untuk asset. Oleh karena itu, jika terjadi klaim maka dapat mengurangi pertumbuhan asset (Setiobekti et al., 2020).

H2 : Diduga Terdapat Pengaruh Klaim Terhadap Pertumbuhan Aset Pada Asuransi Jiwa Syariah Di Indonesia

2.3 Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Aset

Investasi yaitu penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan memiliki jangka waktu yang panjang dengan harapan mendapatkan laba di masa yang akan datang. Keputusan penanaman modal tersebut dapat dilakukan oleh individu atau suatu entitas yang mempunyai kelebihan dana (Andini et al., 2022). Sehingga Investasi terdapat hubungan yang searah antara pendapatan dan pertumbuhan aset, dimana semakin besar pendapatan premi yang didapat perusahaan asuransi maka semakin besar pula dana yang dapat diinvestasikan sehingga nantinya akan diperoleh hasil investasi yang besar. Hal ini juga berpengaruh terhadap besar kecilnya pertumbuhan aset (Hadi, 2018).

H3 : Diduga Terdapat Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Aset Pada Asuransi Jiwa Syariah Di Indonesia

METODE PENELITIAN

Pemilihan metode dalam penelitian ini adalah dengan penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang dapat digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk

menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Di dalam penelitian ini populasinya adalah semua perusahaan asuransi syariah baik asuransi jiwa maupun asuransi umum yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki laporan keuangan yang lengkap periode 2016-2020. Perusahaan asuransi jiwa syariah dan asuransi umum syariah yang terdaftar BEI sebanyak 42 perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan mendapatkan 9 perusahaan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode satuan dokumen, berupa data laporan keuangan perusahaan asuransi syariah tahun 2018-2022. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder tersebut diperoleh melalui situs <https://www.ojk.go.id/>

1. Defenisi Operasional Variabel

Tabel 1. Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Pendapatan Premi (X ₁)	Total Pendapatan Premi dari pendapatan Premi (Jamaludin & Syafrizal, 2020).	Rasio
Hasil Investasi (X ₂)	Hasil Investasi yang diterima dalam 1 tahun (Hartoko, 2019)	Rasio
Beban Klaim (X ₃)	Total Beban Klaim dalam 1 tahun (Syarifudin et al., 2020)	Rasio
Pertumbuhan Aset	$\frac{\text{Total Aset } t - \text{Total Aset } t-1}{\text{Total Aset } t-1} \times 100\%$ (Setiobekti et al., 2020)	Rasio

2. Analisis Data dan Uji Analisis

Metode analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan analisis regresi berganda. Sedangkan uji analisis menggunakan analisis Deskriptif, Uji asumsi klasik, Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) dan Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F), serta menyertakan Koefisien diterminasi (R²) (Ghozali, 2016)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

4.1. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil data selama 5 tahun yakni 2018-2022 pada asuransi syariah yang terdaftar di OJK. Dalam penelitian ini sebelum data diolah lebih lanjut penulis akan melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas dan heterokedasitas

1. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini peneliti mengambil data selama 5 tahun yakni 2018-2022 pada asuransi syariah yang terdaftar di OJK. Dalam penelitian ini sebelum data diolah lebih lanjut penulis akan melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas dan heterokedasitas

Uji normalitas

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Uji normalitas residual dengan analisis statistik dilakukan menggunakan uji *kolmogrov smirnov* (K-S). Uji K-S

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.706801392
Most Extreme Differences Absolute		.130
	Positive	.130
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		1.003
Asymp. Sig. (2-tailed)		.266
a. Test distribution is Normal.		

Tabel 1 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini distribusi data bersifat normal dikarenakan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0.266 > 0.05, Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini, multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dalam model Ghozali (2016) multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* ≤ 0,1 dan nilai VIF ≥ 10.

Tabel 2. Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
klaim	.756	1.898
premi	.662	1.086
investasi	.670	1.493

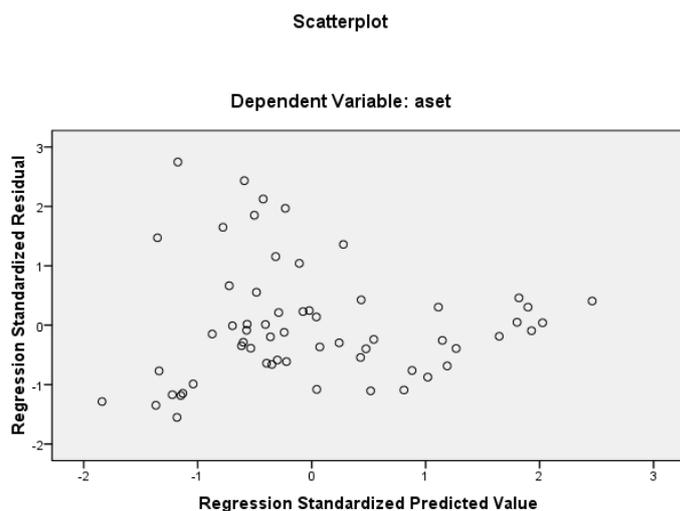
a. Dependent Variable: aset

Berdasarkan Tabel 2. dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi gejala multikolonieritas antar variabel independen. Hal ini dapat dilihat dari nilai Tolerance masing-masing variabel independen ≥ 0,1 dengan nilai VIF < 10. Hasil per hitungan menunjukkan bahwa nilai Tolerance variabel Klaim (X_1) dengan nilai VIF 1.898 dan nilai Tolerance 0.756, dan premi (X_2) dengan nilai VIF 1.086 dan nilai Tolerance 0.662, lalu investasi (X_3) dengan nilai VIF 1.493 dan nilai Tolerance 0.670 multikolonieritas pada penelitian ini digunakan untuk melihat ada tidaknya gejala multikolonieritas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 2. dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan titik-titik yang tersebar tidak memiliki pola yang jelas atau titik-titik menyebar secara acak, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.



Gambar 1. Scatter Plot

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS. Adapun model persamaan yang digunakan yaitu:

Tabel 3. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.961	87.414		6.322	.000
	Klaim	-.322	.093	1.353	-3.465	.001
	Premi	.195	.076	-.946	2.554	.013
	Investasi	.618	.079	.879	7.791	.000

a. Dependent Variable: aset

Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah

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

Dari tabel diatas bisa diambil persamaan

$$Y = 24.961 - 0.322X_1 + 0.195X_2 + 0.618X_3$$

Penjelasan dari tabel di atas adalah :

- Nilai Konstanta (β_0) = 24.961, ini menunjukkan tingkat konstanta, dimana jika variabel klaim (X_1), premi (X_2) dan investasi (X_3) adalah 0, maka nilai variabel aset (Y) akan tetap sebesar 24.961 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Variabel premi (X_2), = 0,195 < 0. Ini menunjukkan bahwa variabel premi (X_2), berpengaruh secara positif terhadap variabel aset (Y) artinya jika dalam satuan premi bisa dinaikkan sebanyak 1% maka akan menaikkan aset perusahaan sebesar 1,95%.
- Variabel klaim (X_1), = -(0.322) > 0. Ini menunjukkan bahwa variabel klaim (X_1) berpengaruh secara negative terhadap variabel aset (Y) artinya jika dalam satuan klaim bisa diturunkan sebanyak 1% maka akan menaikkan aset perusahaan sebesar 3.22%.
- Variabel investasi (X_3) = 0.618 > 0. Ini menunjukkan bahwa variabel investasi (X_3) berpengaruh secara positif terhadap variabel aset (Y) artinya jika dalam satuan investasi bisa dinaikkan sebanyak 1% maka akan menaikkan aset perusahaan sebesar 6.18%.

3. Uji Hipotesis

Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji-F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independent secara serempak terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) sebanyak 60 sampel dan $df = n-3$ dan pada $\alpha = 0,05$ diperoleh $F_{tabel} = 2.77$

Tabel 4. ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.8397	3	1.2807	20.448	.000 ^a
	Residual	3.5047	56	66.513		
	Total	7.3437	59			

a. Predictors: (Constant), pendapatan premi, klaim, investasi

b. Dependent Variable: aset

Berdasarkan Tabel 4. diperoleh $F_{hitung} (20.448) > F_{tabel} (2.77)$ dan signifikansi (0,000) $< \alpha (0,05)$. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel bebas yang terdiri pendapatan premi, klaim dan investasi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap aset.

Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji-t dilakukan untuk menguji secara parsial apakah pendapatan premi, klaim dan investasi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap aset Dengan jumlah sampel (n) = 60, jumlah parameter (k) = 3, (df) = (n-k) = 60 – 3 = 57, sehingga nilai pada taraf signifikansi 0,05 pada t_{tabel} adalah 2.002. Hasil uji parsial dapat dilihat pada Tabel 5 dibawah ini

Tabel 5. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.961	87.414		6.322	.000
	Klaim	-.322	.093	1.353	-3.465	.001
	Premi	.195	.076	-.946	2.554	.013
	Investasi	.618	.079	.879	7.791	.000

a. Dependent Variable: aset

Penjelasan dari tabel di atas adalah :

- Menunjukkan bahwa variabel premi memiliki nilai t hitung sebesar 2.554 dan sig 0.013 dalam penelitian ini secara parsial premi berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022 karena nilai t hitung 2.554 > 2.002 dan taraf signifikan 0.013 < 0.05
- Menunjukkan bahwa variabel klaim memiliki nilai t hitung sebesar (-3.465) dan sig 0.001 dalam penelitian ini secara parsial klaim berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022 karena nilai t hitung (-3.465) > 2.002 dan taraf signifikan 0.001 < 0.05
- Menunjukkan bahwa variabel investasi memiliki nilai t hitung sebesar 7.791 dan sig 0.000 dalam penelitian ini secara parsial investasi berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022 karena nilai t hitung 7.791 > 2.002 dan taraf signifikan 0.000 < 0.05

4. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel bebas terhadap variasi naik turunnya variabel terikat dimana $0 \leq R^2 \leq 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas

Tabel 7. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.497	791.054

a. Predictors: (Constant), investasi, premi, klaim

b. Dependent Variable: aset

Tabel 7 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini bahwa pertumbuhan aset asuransi jiwa syariah bisa dijelaskan oleh pendapatan premi, klaim, investasi sebesar 0.523 atau 52.3% sedangkan sisanya sebesar 47.7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti, dana tabarru, roe dan lainnya.

4.2. Pembahasan

1. Pengaruh Pendapatan Premi Terhadap Pertumbuhan Aset

Premi merupakan pembayaran sejumlah uang yang dilakukan pihak tertanggung kepada penanggung untuk mengganti suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan dari tetanggung kepada penanggung (Transfer of Risk) (Marianti et al., 2023). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel premi berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan premi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan aset asuransi syariah. Hal ini menunjukkan bahwa Premi yang peserta (pihak tertanggung) bayarkan pada perusahaan asuransi akan berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan aset perusahaan. Manfaat premi bagi peserta yaitu untuk menentukan besarnya jumlah tabungan peserta, atau dana klaim terhadap bencana yang memicu munculnya klaim, termasuk menaikkan investasi di masa mendatang. Secara teori premi ialah sumber dana dan pendapatan asuransi perusahaan asuransi syariah yang menjadi aspek penting dalam memelihara ekstensi perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah & Octa Cesara, 2020), (Sastrodiharjo & Utama, 2016) dan (Nataldy & Pardede, 2019) menunjukkan bahwa memperlihatkan premi mempengaruhi positif dan signifikan dengan pertumbuhan aset perusahaan asuransi di Indonesia

2. Pengaruh Klaim Terhadap Pertumbuhan Aset

Klaim adalah beban yang harus dibayarkan oleh penanggung kepada pihak tertanggung apabila terjadi risiko yang dipertanggungkan. Umumnya, seseorang atau sistem yang menangani klaim akan menentukan apakah informasi yang diserahkan atas suatu klaim telah sesuai dengan pertanggungangan yang tercantum dalam suatu polis yang berlaku atau tidak, sehingga orang atau sistem tersebut dapat mengambil keputusan untuk menyetujui atau menolak klaim (Rambe, 2021) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel klaim berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa klaim berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan aset asuransi syariah, hal ini menunjukkan apabila klaim bisa disesuaikan dengan keuangan perusahaan maka akan menaikkan aset perusahaan. Secara teori yang diungkapkan oleh M. Syakir Sula yakni klaim ialah beban yang mesti ditanggung suatu perusahaan asuransi. Sehingga klaim pada perusahaan asuransi sebagai biaya atau beban, maka apabila terjadi klaim akan menurunkan taraf pertumbuhan asetnya. Seperti halnya yang hasil dari peneliti yang memperlihatkan klaim mempengaruhi negative pada pertumbuhan aset yang berarti makin tinggi klaim dalam suatu perusahaan maka pertumbuhan asetnya makin rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh (Yulistasari, 2016), (Inderastuti, 2018), dan (Nasution, 2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh Klaim Terhadap Pertumbuhan Aset.

3. Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Aset

Investasi ialah pengeluaran yang perusahaan lakukan untuk dapat membeli saham atau sekuritas yang tujuannya agar nilai asetnya pada waktu mendatang bisa meningkat. Berdasarkan teori makin tinggi kapabilitas perusahaan dalam manajemen investasinya, maka pertumbuhan aset perusahaannya akan naik (Jannah, 2018). dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel investasi berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan aset asuransi syariah. Investasi yang merupakan pengeluaran yang perusahaan lakukan untuk dapat membeli saham atau sekuritas yang tujuannya agar nilai asetnya pada waktu mendatang bisa meningkat. Investasi yaitu penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan memiliki jangka waktu yang panjang dengan harapan mendapatkan laba di masa yang akan datang. Keputusan penanaman modal tersebut dapat dilakukan oleh individu atau suatu entitas yang mempunyai kelebihan dana (Julita et al., 2014). Berdasarkan teori makin tinggi kapabilitas perusahaan dalam manajemen investasinya, maka pertumbuhan aset perusahaannya akan naik hasil penelitian yang dilakukan oleh (Anggraeni, 2018) dan (Prasetyo, 2010) menunjukkan bahwa pemberian investasi akan menaikkan aset perusahaan

KESIMPULAN

Bedasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan sebelumnya maka dalam penelitian ini diapat hasil

- a. Secara parsial klaim berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022
- b. secara parsial premi berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022
- c. Secara parsial investasi berpengaruh terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022
- d. Dalam penelitian ini variabel bebas yang terdiri investasi, premi dan klaim secara serempak berepengaruh signifikan terhadap pertumbuhan aset jiwa syariah periode 2018-2022.

REFRENSI

- Andini, R. D., Nur, L., Savitri, D., Fadhillah, N., & Nasution, J. (2022). Analisis Peranan Investasi Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(1), 38–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/mri.v1i1.628>
- Anggraeni, K. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Modal, Hasil Investasi, Dan Risk Based Capital Terhadap Premi Neto Dan Laba Bersih Perusahaan Asuransi Kerugian Syariah Di Indonesia (Periode 2013-2016). *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Basir, B. (2018). Penerapan Nilai-Nilai Tabarru Dalam Prinsip Akuntansi Syariah Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi Prudential Syariah Tbk. *Bongaya Journal for Research in Accounting (BJRA)*. <https://doi.org/10.37888/bjra.v1i1.33>
- Firmansyah, A., & Octa Cesara, E. (2020). Evaluasi Penerapan Akuntansi Untuk Kontrak Asuransi Pada PT Asuransi AXA Indonesia. *Jurnal Profita*. <https://doi.org/10.22441/profita.2020.v13i1.002>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, D. A. (2018). Pengembangan Teori Akuntansi Syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. <https://doi.org/10.18202/jamal.2018.04.9007>
- Hartoko, S. (2019). Kajian Kritis Kebijakan Fiskal Dan Moneter Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Th 2014-2019. *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi (Jamdi)*.

- Imsar, I., Nasution, J., & Hafni, L. (2022). Pengaruh Perceived Value dan Trust terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Syariah Prudential. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(3), 226–235. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v2i3.1815>
- Inderastuti, A. (2018). Pengaruh Klaim, Hasil Underwriting, dan Biaya Operasional Terhadap Pertumbuhan Aset Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah di Indonesia Periode 2012 - 2016. *Iainska Repository*.
- Iqbal, M. (2017). PENGELOLAAN DANA TABARRU' ASURANSI JIWA SYARIAH DALAM PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BANK SUMSEL BABEL CABANG SYARIAH BATURAJA. *Medina-Te : Jurnal Studi Islam*. <https://doi.org/10.19109/medinate.v13i1.1540>
- Jamaludin, J., & Syafrizal, R. (2020). Konsep Dasar Ekonomi Menurut Syariat Islam. *MUAMALATUNA*. <https://doi.org/10.37035/mua.v12i1.2859>
- Jannah, M. (2018). Aspek Akuntansi dalam Asuransi Syariah. *Jurnal Syar'Insurance*.
- Julita, J., Oktariyani, A., Atika, Darminto, Handayani, S. R., Harahap, S. S., Ardian, A. V., Andini, R., Raharjo, K., Efendi, A. F. W., Wibowo, S. S. A., Suharsimi, A., Ginting, M. C., Kasmir, Subramanyam, W., John, J., Ardiyanto, F. D., Hapsari, E. I., Widati, L. W., ... Rahar, K. (2014). analisa laporann keuangan. In *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*.
- Kasim, A. (2021). PENERAPAN SISTEM AKUNTANSI SYARIAH DALAM ASURANSI SYARIAH DI INDONESIA. *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*. <https://doi.org/10.30984/ajiel.v1i1.1469>
- Marianti, M., Ramadhan, M., & Nastion, J. (2023). Hubungan Persepsi dan Preferensi Atasbagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Musytarakah terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah. *ManBiz: Journal of Management & Business*, 2(1), 122–133. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v1i2.1793>
- Muhammad Nafarin. (2017). Penganggaran Perusahaan Edisi 3. In *Penganggaran Perusahaan ed (3)*.
- Nasution, Z. (2019). Determinan Pertumbuhan Aset Asuransi Syariah Di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*. <https://doi.org/10.30651/jms.v4i1.2578>
- Nataldy, C., & Pardede, R. P. (2019). Analisis Perlakuan Akuntansi atas Pendapatan Premi dan beban klaim Sesuai PSAK No. 28 pada PT. Asuransi Astra buana. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v7i2.234>
- Nurmaini. (2018). Pengaruh Tingkat Pendapatan Premi, Klaim, Profitabilitas dan Beban Operasional Terhadap Pertumbuhan Aset pada Perusahaan Asuransi Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan. *Repository of Medan Area University*.
- Prasetyo, A. (2010). Pengaruh Set Peluang Investasi Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Ekonomika Bisnis*.
- Rahma, T. I. F., & Ussania, I. (2022). Performance Analysis of Agents in Offering Pru Cinta Insurance Products at PT Prudential Binjai Branch. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 2(1), 141–148. <https://doi.org/10.53697/emba.v2i1.551>
- Rambe, A. Y. F. (2021). Manajemen Keuangan Syariah Q. *Quz-Qazah Journal of Islamic Economics*.
- Ridwan, M., Imsar, I., & Syahbudi, M. (2017). *Ekonomi Mikro Islam II*. UINSU.
- Saniatusilma, H., & Suprayogi, N. (2015). Manajemen Risiko Dana Tabarru' PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*. <https://doi.org/10.20473/vol2iss201512pp1002-1018>
- Sastrodiharjo, I., & Sutarna, I. P. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTUMBUHAN ASET PERUSAHAAN ASURANSI JIWA NON SYARIAH DI INDONESIA. *Akuntabilitas*. <https://doi.org/10.15408/akt.v8i1.2759>
- Setiobekti, E. N., Tabrani, & Subekti. (2020). Pengaruh Hasil Investasi, Pendapatan Premi, dan Beban Klaim Terhadap Pertumbuhan Aset pada Asuransi Jiwa yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Periode Tahun 2014-2017. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.24905/permana.v12i1.92>

- Siregar, L. M. (2019). Akuntansi Untuk Asuransi Syariah Di Indonesia. *Menara Ekonomi*.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methodes)*. Alfabeta.
- Syahriza, R., Ramadhani, D., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). Analisis implementasi strategi pemasaran agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi jiwa syariah pada ajs bumiputera cabang medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 7(3), 1093–1102.
- Syarifudin, S., Nurlailah, N., & Yudha, A. T. R. C. (2020). THE ALLOCATION OF TABARRU' FUND UNDERWRITING SURPLUS OF IPLAN SHARIA PRODUCT IN PT. ASURANSI JIWA GENERALI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20209pp1804-1817>
- Yulistasari. (2016). Mekanisme Pengelolaan Dana Tabarru' pada Asuransi Syariah di PT Asuransi Takaful Umum Cabang Cirebon. *Inklusif*.

**PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGELOLAAN
KEUANGAN PADA PELAKU UMKM (STUDI KASUS UMKM KERAJINAN TANGAN DI
KOTA PEKANBARU)**

¹Siti Nur Fauziah Manurung, ²Henny Indrawati, ³Mujiono

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau

Email: siti.nur3409@student.unri.ac.id, henny.indrawati@lecturer.unri.ac.id,
mujiono@lecturer.unri.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of financial literacy on the management of small and medium enterprises in the city of Pekanbaru. The research sample for handicraft SMEs in Pekanbaru city is 62 SMEs and the sample is taken using a purposive sampling technique. The characteristics of the sample are a minimum of five years of business and recorded financial transactions. Data for this study were collected using questionnaires distributed to respondents. The collected data were then analyzed using descriptive analysis and simple linear regression. Based on the results of the study, it shows that financial literacy has a significant effect on the financial management of handicraft SMEs in the city of Pekanbaru. These results indicate that the higher the level of financial literacy, the better financial management.

Keywords: Financial Management, Financial Literacy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan usaha kecil dan menengah di kota Pekanbaru. Sampel penelitian UKM kerajinan di kota Pekanbaru berjumlah 62 UKM dan pengambilan sampel menggunakan teknik purposeful sampling. Karakteristik sampel adalah usia usaha minimal lima tahun dan transaksi keuangan tercatat. Data untuk penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan UMKM kerajinan di kota Pekanbaru. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka pengelolaan keuangan semakin baik.

Kata kunci: Pengelolaan Keuangan, Literasi Keuangan

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia diharapkan dapat mengalami peningkatan. Peningkatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesempatan kerja. Menurut Masri et al (2022) saat ini terdapat banyak jumlah pengangguran disebabkan tidak tersedianya lapangan kerja. Salah satu upaya yang dapat menjadi solusi adalah UMKM. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah salah satu penggerak ekonomi yang keberadaannya mempengaruhi perekonomian nasional baik di perkotaan maupun pedesaan (Isnawan, 2012).

Dalam hal pertumbuhan ekonomi di Indonesia, UMKM mengalami pertumbuhan lebih cepat dibandingkan industri atau perusahaan besar. Namun pertumbuhan UMKM harus selalu didorong agar dapat mensejahterakan masyarakat dan meningkatkan perekonomian daerah, karena keberhasilan UMKM secara langsung mempengaruhi pembangunan ekonomi terutama di negara berkembang (Indrawati, 2022). Pengalaman dari negara-negara maju menunjukkan bahwa industri kecil merupakan sumber produksi dan inovasi teknologi, mendorong tumbuhnya wirausaha kreatif dan inovatif, menciptakan tenaga kerja terampil dan menciptakan fleksibilitas proses produksi untuk memenuhi permintaan pasar yang berkembang pesat (Yeni et al., 2022).

Seiring dengan keberhasilan UMKM, ternyata masih ada UMKM yang pertumbuhannya lambat dan dalam beberapa UMKM mengalami kebangkrutan. Sama halnya dengan UMKM di Kota Pekanbaru, yang dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1 UMKM yang Gulung Tikar pada Tahun 2016-2018

Tahun	Jumlah UMKM
2016	35
2017	49
2018	26
Total	110

Sumber: *Dinas Koperasi dan UMKM 2018*

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa UMKM yang gulung tikar bervariasi dari tahun ke tahun. Antara tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 terdapat 110 UMKM yang menutup kegiatan usahanya, pada tahun 2017 terdapat 49 UMKM. Dengan banyaknya UMKM yang gulung tikar, hal ini menunjukkan bahwa kinerja UMKM tidak baik. Kinerja merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Kinerja dipahami sebagai tingkat pencapaian dari UMKM selama periode waktu tertentu. Kinerja UMKM sangat menentukan perkembangan usaha tersebut (Sitohang et al., 2022). Dalam hal ini, pengelolaan keuangan diidentifikasi sebagai salah satu faktor yang paling mempengaruhi kinerja UMKM (Sumarwati, 2019). Pengelolaan keuangan yang dilakukan tidak tepat menyebabkan harga pokok penjualan salah perhitungan. Hal ini dapat berimplikasi pada keberlangsungan UMKM, seperti kerugian yang berujung pada kebangkrutan.

Berdasarkan data di lapangan, keadaan UMKM di Kota Pekanbaru masih terdapat beberapa permasalahan yang membatasi mobilitas UMKM yaitu masalah permodalan dan bahan baku. Modal merupakan faktor penting untuk meningkatkan produktivitas usaha. Hal ini berdasarkan pemikiran bahwa modal dapat memaksimalkan sumber dayanya dalam mencapai keuntungan perusahaan, yang dapat menyebabkan pertumbuhan laba yang lebih tinggi (Indrawati, 2015). Selain itu, permasalahan beberapa pelaku UMKM di Kota Pekanbaru adalah belum mengetahui tata cara pengelolaan keuangan yang baik. Keterbatasan pelaku UMKM di Kota Pekanbaru disebabkan keterbatasan sumber daya manusia dengan pengetahuan dan keterampilan keuangan. Oleh karena itu, pelaku UMKM tidak dapat menerapkan akuntansi pada usaha yang dikelolanya.

Berdasarkan survei pendahuluan, pelaku UMKM kerajinan tangan di Kota Pekanbaru saat ini hanya melakukan pembukuan sederhana yaitu berupa catatan pemasukan dan pengeluaran. UMKM menghadapi kesulitan dalam menyusun pembukuan dan laporan keuangan. Dan laporan keuangan UMKM biasanya tidak terbagi menjadi laporan keuangan usaha dan laporan keuangan pribadi. Akibatnya, UMKM tidak mencatat biaya yang dikeluarkan, sehingga laba bersih yang dihasilkan tidak dapat diketahui secara akurat.

Dalam penelitian Anggraeni (2016) ditemukan bahwa rendahnya literasi keuangan pemilik usaha mempengaruhi kemampuannya dalam mengelola keuangannya. Hal ini tercermin dari sikap keuangan para pelaku ekonomi yang membatasi diri untuk mencatat penerimaan dan pengeluaran keuangan perusahaan tanpa menyimpan dokumen pendukung. Namun berbeda dengan penelitian Zahriyan (2016) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan dan sikap terhadap uang tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan keluarga.

Rendahnya tingkat literasi pelaku UMKM mengungkapkan bahwa literasi keuangan pelaku UMKM masih lemah. Hal ini diidentifikasi karena kurangnya pemilik dan karyawan pada UMKM, terutama keterbatasan kemampuan mereka dalam berinovasi (Indrawati et al., 2020). Inovasi semakin berperan penting tidak hanya sebagai sarana dalam menjaga keberlangsungan usaha, akan tetapi sebagai sarana dalam mencapai keberhasilan mempertahankan usaha dari banyaknya saingan (Soleha et al., 2022). Oleh karena itu,

pelaku UMKM membutuhkan pemahaman literasi keuangan dalam mengelola keuangannya dengan baik dan benar. Oleh karena itu, diperlukan tindakan strategis untuk meningkatkan kinerja UMKM. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman keuangan para pelaku UMKM agar tata kelola dan akuntabilitasnya dapat dikelola dengan lebih baik seperti usaha besar (Aribawa, 2016).

Dengan pengetahuan keuangan yang baik, agen UMKM akan membuat keputusan cerdas tentang perencanaan ekonomi masa depan untuk mencapai tujuan bisnis berdasarkan pengetahuan dan pemahaman mereka. Meski OJK juga mengungkapkan, literasi keuangan telah menjadi *life skill* yang memungkinkan setiap individu merencanakan dan mengelola keuangannya dengan baik untuk mencapai tujuan jangka panjang (SNLKI Revisit, 2017). Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM kerajinan di Kota Pekanbaru.

LANDASAN TEORI

Pengelolaan Keuangan

Menurut Brigham mengungkapkan bahwa pengelolaan keuangan merupakan seni (*art*) dan ilmu (*science*) untuk mengelola uang, termasuk proses, institusi/lembaga, pasar, dan instrumen terkait dengan masalah perpindahan uangan antar individu, bisnis, dan pemerintah (Kasmir, 2010). Pengelolaan keuangan biasanya mengacu pada aktivitas mengelola keuangan seperti melakukan perencanaan anggaran, pencatatan dan pelaporan keuangan serta usaha dalam meningkatkan laba. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pengelolaan keuangan antara lain: (1) perencanaan; (2) pencatatan dan pelaporan; dan (3) manajemen risiko (Saputri, 2019) dan (Warsono, 2010).

Literasi Keuangan

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 76/POJK.07/2016 tentang peningkatan literasi keuangan dan mendekatkan layanan keuangan kepada konsumen dan masyarakat, literasi keuangan mengacu pada sikap dan perilaku yang meningkatkan kualitas keputusan berbasis pengetahuan, membuat keterampilan dan keyakinan untuk memiliki dan mengelola keuangan untuk kehidupan yang sejahtera. Literasi keuangan didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan konsumen dan masyarakat umum dalam mengelola keuangan pribadinya (Roestanto, 2017). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel literasi keuangan antara lain: 1) pengetahuan dasar keuangan; 2) literasi keuangan; dan 3) kepercayaan finansial; (Review OJK, 2017).

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada UMKM kerajinan di Kota Pekanbaru pada bulan Februari 2021 - Juni 2023. Subyek penelitian ini adalah UMKM di Kota Pekanbaru dengan jumlah mencapai 162 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah proses pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan subjek mana yang akan dipilih berdasarkan karakteristik tertentu. Secara spesifik, ciri UMKM adalah jenis UMKM kerajinan tangan yang berusia minimal 5 tahun dan telah mencatat transaksi keuangan. Berdasarkan hal tersebut maka sampel penelitian ini terdiri dari 62 unit UMKM kerajinan tangan. Analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana digunakan sebagai teknik analisis data dalam penelitian ini. Dengan analisis regresi linear sederhana diketahui bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan UMKM kerajinan di Kota Pekanbaru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana digunakan untuk hasil penelitian ini.

Analisis Deskriptif

Data penelitian ini didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner penelitian yang berisi sebanyak 9 pernyataan pada variabel X (literasi keuangan) dan 8 pernyataan pada variabel Y (pengelolaan keuangan), yang disebarakan kepada 62 responden.

Literasi Keuangan

Data literasi keuangan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner penelitian yang berjumlah sembilan pernyataan. Tabel 2 menampilkan temuan analisis deskriptif variabel literasi keuangan.

Tabel 2 Distribusi Variabel Literasi Keuangan

No	Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	Rendah	<21	23	37,09
2	Sedang	21 S/D 33	28	45,16
3	Tinggi	>33	11	17,74
Jumlah				100

Sumber: *Data Olahan SPSS 2022*

Pada Tabel 2 tingkat literasi keuangan pelaku UMKM berada pada kategori sedang (45,16%). Berdasarkan tanggapan pelaku UMKM, pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM masih terbatas. Hal ini merujuk pada pelaku UMKM yang belum membuat rencana keuangan ke depan dan belum mengetahui tentang asset yang dimiliki. Selain itu, kemampuan pelaku UMKM dalam menghasilkan keuntungan dan mengelola defisit masih belum baik. Sehingga pelaku UMKM membutuhkan literasi keuangan. Dengan pengetahuan dan keterampilan keuangan membantu pelaku UMKM mengelola perencanaan keuangan dengan membuat rencana bisnis untuk masa depan. Salah satu manfaat membuat rencana bisnis adalah dapat mengurangi risiko kegagalan bisnis. Rencana yang terarah akan membantu menunjukkan gambaran umum tentang kesalahan yang dilakukan. Sama halnya dengan meminimalkan biaya tinggi yang tidak sesuai kebutuhan (Indrawati et al., 2017).

Pengelolaan Keuangan

Data pengelolaan keuangan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner penelitian yang berjumlah delapan pernyataan. Tabel 3 menampilkan temuan analisis deskriptif variabel pengelolaan keuangan.

Tabel 3 Distribusi Variabel Pengelolaan Keuangan

No	Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	Rendah	<19	21	33,87
2	Sedang	19 S/D 29	28	45,16
3	Tinggi	>29	13	20,96
Jumlah				100

Sumber: *Data Olahan SPSS 2022*

Pada Tabel 3 tingkat pengelolaan keuangan pelaku UMKM berada pada kategori sedang (45,16%). Menurut tanggapan responden, pengelolaan keuangan pelaku UMKM belum baik. Pada faktanya sebagian besar UMKM tidak memahami dan mengetahui bagaimana mengelola usahanya. Pelaku UMKM merasa kesulitan untuk menyusun laporan keuangan dan hanya mencatat pemasukan dan pengeluaran. Oleh karena itu, kondisi keuangan usaha tidak dapat diketahui secara pasti. Menurut Indrawati et al (2022) selama pedagang memiliki pembukuan yang jelas, efisien, dan terorganisir yang baik, pedagang dapat memahami aktivitas bisnis, yang dapat membuka peluang dengan memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan yang sah. Untuk itu para pelaku UMKM harus meningkatkan literasi keuangan mereka, karena literasi keuangan penting untuk kehidupan jangka panjang. Dengan pendapatan yang tinggi akan sulit untuk mencapai keamanan keuangan tanpa pengelolaan keuangan yang baik. Oleh karena itu, diharapkan taraf hidup pelaku UMKM akan meningkat jika didukung dengan literasi keuangan dan pengelolaan keuangan yang baik (Yushita, 2017).

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data penelitian yang digunakan terdistribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan dengan menggunakan alat uji *One sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Hasil uji normalitas ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Uji Normalitas
Test Statistic	0,075
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: *Data Olahan SPSS 2022*

Berdasarkan Tabel 4 terlihat nilai kolmogorov smirnov yaitu 0,075 dengan nilai signifikansi sebesar 0,200. Pada penelitian ini, ditemukan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear antar dua variabel. Untuk mengetahuinya dilihat dari nilai sig. *deviation from linearity*. Dalam menentukan model regresi, variabel tersebut memiliki berhubungan secara linear dengan variabel lain jika nilai signifikansi > 0,05. Hasil uji linearitas ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Linieriaritas

Uji Linearitas	Nilai Sig. Deviation from Linearity
Literasi keuangan → Pengelolaan keuangan	0,196

Sumber: *Data Olahan SPSS 2022*

Pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai sig. *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,196. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel literasi keuangan berhubungan secara linear dengan variabel pengelolaan keuangan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam menguji ada terdapat perbedaan varians atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Hasil dari pengujian dilakukan penarikan kesimpulan jika nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.855	1.740		2.215	.031
	Literasi Keuangan	-.021	.059	-.047	-.361	.720

Sumber: *Data Olahan SPSS 2022*

Dari Tabel 6 diketahui bahwa nilai sig. literasi keuangan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,720. Dalam hal ini, diungkapkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tujuan persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan variabel independen untuk memprediksi variabel dependen. Hasil analisis regresi linear sederhana ditunjukkan pada Tabel 7.

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien (B)	Signifikan (F)	Signifikan (t)	R-square
Constanta	17,815	0,008	,000	0,112
Literasi Keuangan	,287		,008	

Sumber: *Data Olahan SPSS 2022*

Persamaan regresi linier langsung dapat diperoleh dari Tabel 7 sebagai berikut:

$$Y = 17,815 + 0,287 X$$

Signifikansi persamaan regresi adalah:

- a. Pengelolaan keuangan (Y) sama dengan 17,815 karena literasi keuangan (X) dianggap sama dengan nol sesuai dengan nilai konstanta (a) yaitu 17,815.
- b. Nilai koefisien regresi literasi keuangan yaitu 0,287. Dimana, jika literasi keuangan (X) meningkat sebesar 1% maka pengelolaan keuangan (Y) meningkat sebesar 0,287. Sehingga dapat disimpulkan adanya hubungan yang positif antara literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan.

Uji F

Uji F dapat digunakan untuk menilai signifikansi hubungan antara variabel terikat (pengelolaan keuangan) dengan variabel bebas (literasi keuangan). Tabel 7 menunjukkan bahwa hasil probabilitas F-statistik adalah 0,008 seperti yang ditunjukkan. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan, dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05.

Uji Determinasi (R^2)

Pada Tabel 7 diketahui bahwa nilai R-square sebesar 0,112. Maka dapat dikatakan bahwa variabel independen atau literasi keuangan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kontribusi 11,2% variasi variabel dependen atau pengelolaan keuangan. Sehingga, sisanya sebesar 88,8% menunjukkan kontribusi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti pendapatan dan sikap terhadap uang (Siasale, 2019), kecerdasan spiritual (Putri, 2017).

PEMBAHASAN

Penelitian ini berhipotesis bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pelaku UMKM kerajinan tangan di Kota Pekanbaru. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan adanya pengaruh antara tingkat literasi keuangan dengan pengelolaan keuangan. Hal ini menerima hipotesis bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan UMKM kerajinan tangan di Kota Pekanbaru.

Dalam hal ini, dampak literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan berarti literasi keuangan menjadi acuan pengambilan keputusan strategis dalam pengelolaan keuangan yang baik, sehingga semakin tinggi literasi keuangan maka dampaknya terhadap pengelolaan keuangan akan semakin besar. Selain itu, literasi keuangan sangat penting agar UMKM dapat menggerakkan roda perekonomian secara optimal sehingga kelangsungan usaha yang dimotori UMKM dapat berkelanjutan. Bisnis yang secara berkelanjutan adalah bisnis yang mampu meningkatkan kualitas produk, mengetahui keinginan konsumen dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Caska dan Indrawati, 2019).

Selain itu, kurangnya keterampilan manajemen dan sumber daya manusia membuat pemilik usaha kecil tidak dapat mengelola usahanya dengan baik (Juliandini et al, 2017). Menurut Wahyuni et al (2019) keberhasilan usaha dapat dilihat dari beberapa aspek. UMKM dianggap berhasil bila pendapatan perusahaan, jumlah produksi dan hasil produksi meningkat setelah jangka waktu tertentu. Sehingga literasi keuangan diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk memaksimalkan pengelolaan keuangan sehingga pendapatan UMKM juga dapat meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Anggraeni (2016) yang menunjukkan bahwa pengusaha memiliki literasi keuangan yang rendah sehingga mempengaruhi kemampuan untuk mengelola keuangan (Anggraeni, 2016). Penelitian Saputri (2019) juga menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan berdampak positif terhadap pengelolaan keuangan usaha. Semakin tinggi literasi keuangan pada UMKM, semakin baik pengelolaan keuangannya.

PENUTUP

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan. Dalam hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka pengelolaan keuangan semakin baik. Sebaliknya, semakin rendah tingkat literasi keuangan, maka akan semakin tidak baik pengelolaan keuangan.

Rekomendasi dari penelitian ini adalah bagi pelaku usaha diharapkan dapat mengoptimalkan pencatatan transaksi keuangan sehingga dapat mengelola keuangannya dengan baik. Dinas Koperasi dan UMKM ditujukan untuk memperkuat literasi keuangan khususnya pengetahuan dalam mengelola keuangan sehingga para pelaku UMKM dapat mengelola usahanya dan proses pengelolaan keuangan dapat dilakukan secara efisien dan baik. Kemudian, untuk peneliti selanjutnya agar mampu memperluas cakupan sampel dan menambahkan variabel lain, seperti sikap terhadap uang, kecerdasan spiritual, asuransi dan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, B. D. (2016). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usaha terhadap Pengelolaan Keuangan. Studi Kasus : UMKM Depok. *Jurnal Program Vokasi Universitas Indonesia*, 4(1), 43-50.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1-13.
- Caska, & Indrawati, H. (2019). *How to Maintain Sustainability of Micro and Small Enterprises of Crispy Oil Palm Mushroom: A Case Study in Riau Province. Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(2), 431-456.
- Ediraras, D. T. (2010). Akuntansi dan Kinerja UKM. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 15(2), 152-158.
- Indrawati, H. (2017). *Micro and Small Enterprises (MSEs): What are the Best Indicators of Their Performance? Proceedings of the 3rd International Conference on Economic Education and Entrepreneurship (ICEE)*, 309-314.
- Indrawati, H. (2015). *Financing Models for Sago Cake Makers in Supporting the Acceleration of Family Economic Improvement. Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(6), 310.
- Indrawati, H., Caska, C., Setiaries, V., & Gimin, G. (2022). *The Empowerment the producers of crispy oil palm mushrooms through a training on processing the home-based industry of food production permit and digital bookkeeping, Riau Journal of Empowerment*, 5(3), 137-147. <https://doi.org/10.31258/raje.5.3.137-147>.
- Indrawati, H., Caska., & Suarman. (2020). *Barriers to Technological Innovations of SMEs: How to Solve Them?. International Journal of Innovation Science*, 12(5), 545-564.
- Indrawati, H. (2022). *Creating Competitive Advantage in the Riau Crispy Palm Oil Mushroom SMEs. In ICON 2021: Proceedings of the 1st International Conference on Economic and Education, ICON 2021, 14-15 Desember 2021, Padang-West Sumatra, Indonesia (p.296) European Alliance for Innovation*.
- Isnawan, G. (2012). *Akuntansi Praktis untuk UMKM*. Jakarta: Laskar Aksara.
- Juliandini, A., Syahza., A., & Indrawati, H. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Kue Kering pada UMKM Berkah Kota Pekanbaru. *Jom*, 4(2), 1-12.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Masri, F., Indrawati, H., & Caska, C. (2022). *The Effect of Social Support and Entrepreneurship Attitude to the Entrepreneurship Intention of Economic Education Students of Riau University. Pekbis*, 14(2), 80-93.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017), [https://www.ojk.go.id/id/beritadankegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-LiterasiKeuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)/SNLKI%20\(Revisit%202017\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/beritadankegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-LiterasiKeuangan-Indonesia-(Revisit-2017)/SNLKI%20(Revisit%202017).pdf) diakses pada 22 Agustus 2020 pukul 15.31.
- Roestanto, A. (2017). *Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Istana Media.

- Saputri, M. A. (2019). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan pada Pelaku UMKM Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Sitohang, M. L. S., Indrawati, H., & Caska, C. (2022). Pengaruh Orientasi Terhadap Kinerja UMKM Kue di Kota Pekanbaru. *Pekbis*, 14(2), 108-116.
- Soleha, P., Indrawati, H., & Caska, C. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Makanan Olahan Sagu di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Kepulauan Meranti. *Pekbis*, 14(2), 71-79.
- Sumarwati, E. D., & Rachman, A. N. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Perempuan di Kabupaten Sukoharjo). *Indonusa Conference on Technology and Social Science*, 242-250.
- Wahyuni, D., Caska, C., & Indrawati, H. (2019). Analysis of education Levels of Business Owner and Factors affecting Business Success in Sago-Based UMKM in Kepulauan Meranti Regency. *Journal of Educational Sciences*, 3(2), 216-226.
- Warsono. (2010). Prinsip-Prinsip dan Praktik Keuangan Pribadi. *Journal of Science*, 13(2), 137-151.
- Yeni, J., Indrawati, H., & Caska. (2022). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil Kue di Kota Pekanbaru. *Pekbis*, 14(2), 129-137.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, 6(1), 11-16.
- Zahriyan, M. Z. (2012). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap terhadap Uang pada Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga. *Journal of Business and Banking*, 1, 1-10.

STRATEGI PEMASARAN UMKM KERIPIK TEMPE DI KECAMATAN SINGINGI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

¹Kevin Alfareza, ²Henny Indrawati, ³Fenny Trisnawati

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan
Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau.

Email: 1kevin.alfareza1406@student.unri.ac.id, 2henny.indrawati@lecturer.unri.ac.id,
3fenny.trisnawati@lecturer.unri.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing strategy of tempe chips MSME in Singingi District, Kuantan Singingi Regency. The research used a qualitative descriptive method which was carried out at UMKM Van Rafizky Tempe Chips. Sources of data were obtained from direct interviews with tempe chip MSME business owners through a questionnaire guide. The data analysis technique used is SWOT analysis to systematically identify various factors, formulate the driving and inhibiting factors for the growth and development of the Tempe Chips MSME business. Based on the results of the research, the marketing strategy implemented is a growth strategy through horizontal integration, by increasing product quality and diversifying flavors to meet consumer preferences, keeping the price of tempeh chips affordable, optimizing the use of various information media in increasing promotions, leveraging the power of the internet and the E-platform. -commerce to market products, add product innovation by making tempeh chips more varied and packaging more attractive.

Keywords: Marketing Strategy, SMEs, SWOT Analysis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi pemasaran UMKM keripik tempe di Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan di UMKM Keripik Tempe Van Rafizky. Sumber data diperoleh dari wawancara langsung dengan pemilik usaha UMKM keripik tempe melalui panduan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis, merumuskan faktor-faktor pendorong dan penghambat pertumbuhan serta perkembangan usaha UMKM keripik tempe. Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran yang diterapkan adalah strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal, dengan meningkatkan kualitas produk dan diversifikasi varian rasa untuk memenuhi preferensi konsumen, mempertahankan harga keripik tempe dapat dijangkau, mengoptimalkan penggunaan berbagai media informasi dalam meningkatkan promosi, memanfaatkan kekuatan internet dan platform *E-commerce* untuk memasarkan produk, menambah inovasi produk dengan membuat keripik tempe lebih bervariasi dan kemasan lebih menarik.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, UMKM, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun suatu daerah. Perkembangan sektor UMKM memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. UMKM mempunyai efek yang positif baik pada negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia karena karakteristik utamanya yaitu padat karya. Mereka dapat ditemukan hampir di seluruh lokasi terutama pada pedesaan, tergantung pada bahan standar lokal serta pemasok utama stok serta fasilitas kebutuhan primer masyarakat berpenghasilan rendah (Indrawati, 2019).

Perkembangan UMKM di Kabupaten Kuantan Singingi bisa dikatakan cukup pesat, hal ini dapat terlihat dari banyaknya pelaku UMKM yang berkembang di Kabupaten Kuantan Singingi. Berikut ini adalah Tabel data Perkembangan UMKM di Kabupaten Kuantan Singingi tahun 2015-2019.

Tabel 1 Perkembangan UMKM di Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2015-2019.

No	Jenis Usaha	2015	2016	2017	2018	2019
1	Mikro	9.323	11.187	11.169	11.153	11.169
2	Kecil	1.521	1.521	1.539	1.555	1.539
3	Menengah	44	44	44	44	44
Jumlah		10.888	12.752	12.752	12.752	12.752

Sumber: Dinas Koperasi, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2015-2019.

Berdasarkan Tabel 1 yang menggambarkan data UMKM di Kabupaten Kuantan Singingi dari tahun 2015-2019, jumlah UMKM mengalami pertumbuhan yang signifikan. Dimana pada tahun 2015 Jumlah UMKM di Kabupaten Kuantan Singingi sebanyak 10.888 unit, hingga pada tahun 2019 data UMKM sebanyak 12.752 unit. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang cukup berkembang di Kuantan Singingi. Berikut adalah data UMKM di Kabupaten Kuantan Singingi.

Tabel 2 Data Perkembangan UMKM di Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2019-2020

Kecamatan	2019			2020		
	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Hulu Kuantan	883	6	-	339	16	1
Kuantan Mudik	1.364	55	3	574	62	10
Gunung Toar	708	25	-	284	17	1
Kuantan Tengah	910	530	24	6.757	1.943	169
Benai	667	105	1	1.975	401	23
Pangean	641	85	3	5	522	5
Logas T. Darat	362	44	1	333	39	11
Kuantan Hilir	535	106	1	301	106	91
Inuman	555	32	-	7.184	40	3
Cerenti	599	43	-	1.427	17	4
Singingi	789	267	5	644	111	46
Singingi Hilir	1.552	174	1	1.410	123	42
Sentajo Raya	909	62	5	2.813	498	39
Kuantan Hilir Seberang	431	12	-	200	99	10
Pucuk Rantau	288	9	-	904	68	5
Jumlah	11.193	1.155	44	25.150	4.062	460

Sumber: Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2019-2020

Tabel 2 menggambarkan tentang data UMKM di Kabupaten Kuantan Singingi dari tahun 2019-2020. Jumlah UMKM mengalami peningkatan yang signifikan. Dimana pada tahun 2019 total Usaha Mikro sebanyak 11.193 unit, usaha kecil 1.155 unit dan usaha menengah 44 unit. Kemudian pada tahun 2020 total usaha mikro sebanyak 25.150 unit, usaha kecil 4.062 unit dan usaha menengah sebanyak 460 unit. Hal ini dapat dilihat bahwa Usaha Mikro lebih banyak dibandingkan dengan usaha kecil dan usaha menengah dan setiap tahunnya UMKM mengalami naik turun dari 2019 sampai 2020.

Di Kecamatan Singingi, Kabupaten Kuantan Singingi terdapat beragam UMKM yang bergerak diberbagai sektor, salah satunya adalah usaha produksi dan penjualan keripik tempe. Keripik tempe merupakan makanan ringan yang terbuat dari tempe yang diolah dengan berbagai bumbu dan dijadikan *snack* yang enak dan gurih. Salah satu usaha UMKM yang memproduksi keripik tempe adalah UMKM keripik tempe Van Rafizky. Usaha UMKM Van Ravizky ini merupakan UMKM yang menghasilkan produk makanan ringan keripik tempe yang diolah secara manual maupun menggunakan mesin produksi

sederhana dalam proses produksinya. Meskipun produk keripik tempe memiliki potensi yang baik dipasarkan, UMKM Keripik Tempe Van Rafizky masih menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produknya. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM Keripik Tempe Van Rafizky adalah persaingan yang ketat di pasar keripik tempe. Terdapat banyak pesaing yang menawarkan produk serupa dengan harga yang kompetitif. Hal ini mempengaruhi daya saing UMKM dan memaksa untuk mencari strategi pemasaran yang efektif untuk membedakan produk keripik tempe Van Rafizky dari pesaing dan menarik minat konsumen. Selain itu, UMKM Keripik Tempe Van Rafizky juga menghadapi kendala dalam memaksimalkan potensi pemasaran melalui platform online dan media sosial sebagai alat yang efektif. Dalam era digital, pemasaran online menjadi sangat penting untuk mencapai konsumen yang lebih luas dan memperluas pangsa pasar.

Pengalaman negara maju menunjukkan bahwa industri kecil merupakan sumber produksi dan inovasi teknologi, memicu tumbuhnya wirausaha kreatif dan inovatif, membentuk tenaga kerja terampil dan fleksibilitas produksi untuk menjawab permintaan pasar yang berkembang pesat dibandingkan dengan industri besar (IB), industri kecil lebih efisien dalam memenuhi permintaan pasar yang semakin beragam dan semakin spesifik (Yeni et al., 2016). Usaha mikro, kecil dan menengah merupakan salah satu penggerak utama pembangunan ekonomi. Sektor UMKM sangat menjanjikan dalam hal menghasilkan pertumbuhan dan lapangan kerja. UMKM dapat dengan mudah beradaptasi dengan naik turunnya perekonomian nasional dan global serta menciptakan lapangan kerja lebih mudah dibandingkan industri lainnya (Agustian et al., 2020). Oleh karena itu, baik pemerintah pusat maupun kota melanjutkan berbagai upaya pengembangan UMKM, dengan harapan dampak dari perkembangan tersebut dapat memberikan kontribusi secara signifikan terhadap peningkatan keberlangsungan perekonomian daerah dan nasional (Indrawati, 2017).

Kesuksesan suatu usaha dapat dilihat dari beberapa hal. UMKM dikatakan berhasil jika dalam waktu tertentu usahanya meningkat baik dari segi pendapatan, output maupun hasil produksi. Keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor: 1) pemasaran dan permodalan, 2) karakteristik wirausaha, akses informasi dan dukungan pemerintah serta 3) jaringan usaha (Wahyuni et al., 2019). Menurut Caska & Indrawati (2019) beberapa kendala yang sering dihadapi usaha kecil dan rumah tangga antara lain: keterbatasan dana untuk keperluan pengembangan usaha. Pemilik usaha kecil dan rumah tangga umumnya berasal dari golongan ekonomi lemah dan berpendidikan rendah. Banyak dari mereka memilih menjadi pemilik usaha kecil karena sulitnya mencari pekerjaan di sektor formal dan keterampilan yang mereka pelajari dari orang tua mereka sangat terbatas, pertumbuhan bisnis sulit, dan permintaan pasar tidak dapat dipenuhi. Nyatanya, banyak pengusaha kekurangan modal yang mereka butuhkan sehari-hari dan memiliki peluang pemasaran yang terbatas.

Permasalahan yang sering muncul dalam kaitannya dengan kewirausahaan adalah pemasaran produk yang merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam menjalankan bisnis. Kemampuan pemasaran produk yang baik dapat membantu untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan memperbaiki citra merek. Namun, dalam era digital saat ini, persaingan semakin ketat dan konsumen semakin cerdas dalam memilih produk yang akan mereka beli. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat mengembangkan strategi pemasaran produk yang efektif dan efisien untuk dapat bersaing di pasar yang kompetitif (Sopiansah et al., 2023).

Menurut Indrawati et al., (2020) permasalahan lain yang dihadapi UMKM adalah rendahnya inovasi teknologi karena kurangnya dukungan dari pemerintah, kurangnya sumber daya manusia yang terampil, pendanaan inovasi, kondisi ekonomi dan mitra bisnis. Untuk bertahan dan unggul di tengah persaingan, UMKM perlu memperhatikan inovasi teknologi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diharapkan dukungan pemerintah untuk meningkatkan kinerja UMKM, antara lain dapat dilakukan dengan mempermudah akses ke pasar, atau akses ke lembaga keuangan formal (Indrawati & Caska, 2015). Strategi bisnis yang perlu dilakukan adalah meningkatkan pelayanan kepada konsumen dan

meningkatkan sikap terhadap inovasi dalam implementasi dan pengembangan UMKM (Indrawati et al., 2020). Keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh inovasi produk yang memenuhi kebutuhan konsumen lebih baik dari pesaing. Dengan demikian, dengan dampak langsung yang positif, inovasi produk sangat penting bagi pemilik dan pengelola UMKM untuk diteliti dan diimplementasikan dengan tujuan untuk menciptakan produk yang inovatif mungkin. Inovasi UMKM dapat dikembangkan dengan melakukan inovasi teknologi. Teknologi inovatif dapat meningkatkan kualitas produk, misalnya melalui kemasan yang menarik dan atraktif. Menarik minat beli konsumen dan meningkatkan keunggulan kompetitif produk (Soleha et al., 2022). UMKM yang berusaha untuk meningkatkan kinerja usahanya perlu memperhatikan orientasi kewirausahaannya, sebab orientasi kewirausahaan yang dijadikan sebagai dasar, kiat serta sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan, sehingga ditinjau menjadi landasan untuk membentuk kinerja perusahaan yang lebih baik (Sitohang et al., 2016).

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dikemukakan, maka penelitian ini penting untuk dilakukan dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran UMKM Keripik Tempe di Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi".

LANDASAN TEORI

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memegang peranan penting dalam mencapai keberhasilan suatu perusahaan bisnis. Oleh karena itu, departemen pemasaran memainkan peran yang sangat penting dalam membuat rencana bisnis. Hal ini dilakukan ketika suatu perusahaan ingin mempertahankan penjualan produk atau jasa yang dihasilkannya. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang prudent memanfaatkan peluang untuk meningkatkan penjualan maka posisi perusahaan tetap terjaga (Fajriyati & Hasbi, 2022). Menurut Pearce dan Robinson (2008), strategi adalah rencana besar yang dirancang untuk berinteraksi dengan kondisi persaingan di masa depan untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Umar (2001), strategi didefinisikan sebagai proses dimana kepemimpinan senior mengembangkan rencana yang berfokus pada pengembangan jangka panjang organisasi sambil menyiapkan metode atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Secara khusus, strategi dapat didefinisikan sebagai tindakan inkremental (selalu meningkat) dan terus menerus, dilaksanakan berdasarkan pandangan pelanggan tentang harapan masa depan. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana besar dengan tujuan di masa depan dan memperoleh kondisi persaingan untuk mencapai satu tujuan.

Menurut Kotler & Armstrong (2001), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memuaskan kebutuhan mereka dengan menciptakan produk bernilai masing-masing. Inti dari kegiatan pemasaran adalah pengembangan produk, distribusi, komunikasi, penetapan harga, dan layanan. Anggrahini dan Surwati (2014) berpendapat bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pertukaran. Pemasaran harus mampu menginterpretasikan kebutuhan konsumen dan menggabungkannya dengan data pasar. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah kegiatan dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyerahkan dan mengidentifikasi barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen.

Menurut Chandra (2002), strategi pemasaran adalah rencana yang menguraikan harapan perusahaan mengenai dampak berbagai kegiatan atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Perencanaan pemasaran mencakup tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan produk, termasuk mengubah harga, memodifikasi kampanye periklanan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dll. Menurut Wibowo et al., (2015), strategi pemasaran merupakan cara untuk mendapatkan keunggulan bersaing yang

berkelanjutan, baik bagi perusahaan yang memproduksi barang maupun menyediakan jasa. Strategi pemasaran dapat dianggap sebagai salah satu dasar yang digunakan untuk mempersiapkan rencana keseluruhan perusahaan, berfungsi sebagai panduan untuk kegiatan yang dilakukan oleh departemen perusahaan.

Strategi harus dirancang dengan cermat untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan sehingga perusahaan dapat menguasai pasar lama dan baru (Indrawati, 2019). Berdasarkan definisi-definisi yang telah dijelaskan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu cara untuk memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi perusahaan yang memproduksi barang dan jasa. Strategi pemasaran dapat dianggap sebagai salah satu dasar yang digunakan untuk menyusun perencanaan perusahaan secara keseluruhan.

Analisis dalam Menentukan Strategi

Analisis dan pemilihan strategi harus dilakukan dengan hati-hati dan bertanggung jawab. Karena pemilihan strategi yang pada akhirnya akan diterapkan 1 strategi yang diterapkan selama implementasi berisiko terhadap semua komitmen dan sumber daya perusahaan dalam jangka waktu panjang (Suci, 2015). Agar proses analisis dan pemilihan strategi menjadi efektif, perlu dipahami sifat analisis dan pemilihan strategi menurut Suci (2015) sebagai berikut: sebagai langkah awal dalam menentukan tujuan jangka panjang, sebagai proses menghasilkan alternatif strategi, memilih strategi yang akan diterapkan, strategi menganalisis dan memilih strategi yang berusaha untuk menentukan jenis tindakan alternatif terbaik bagi perusahaan untuk mencapai visi dan misinya. Proses penyusunan kerangka analisis untuk perumusan strategi terdiri dari 3 tahapan yaitu: 1) tahap pertama: matriks EFE, IFE, CPM disebut juga tahap input, tahap ini merangkum informasi dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi, 2) tahap kedua, juga dikenal sebagai fase pencocokan, berfokus pada penggabungan faktor eksternal dan internal untuk menghasilkan strategi alternatif yang layak dan 3) tahap ketiga, tahap ketiga juga disebut tahap pengambilan keputusan, yang memberikan dasar untuk pengambilan keputusan strategis. Teknik pencocokan yang terbaru saja dibahas mengungkapkan strategi alternatif yang layak.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 Tahun 1998, UKM didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil, dan sektor komersial adalah sebagian besar kegiatan usaha kecil yang memerlukan perlindungan terhadap persaingan tidak sehat. Definisi UKM berbeda-beda. Pengertian usaha mikro, kecil dan menengah diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Republik Indonesia. Peraturan No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria usaha mikro, kecil dan menengah. Pengertian UMKM adalah:

1. Usaha Mikro

Kriteria kelompok usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam undang-undang ini:

- a. Kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
- b. Hasil penjualan tahunan sampai dengan Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

2. Usaha kecil

Kriteria usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, yang dimiliki, dikuasai, atau bagian langsung atau tidak langsung dari usaha besar atau usaha menengah yang memenuhi kriteria. Usaha kecil dalam pengertian undang-undang:

- a. Kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (Lima Miliar Rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Penjualan tahunan melebihi Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah

Kriteria usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi perusahaan, dan yang secara langsung atau tidak langsung memiliki, menguasai, atau menjadi bagian dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah modal bersih nilai aktual atau pendapatan penjualan tahunan:

- a. Kekayaan bersih melebihi Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah)
- b. Hasil penjualan tahunan melebihi Rp2.500.000.000,00 (dua miliar limaratus juta rupiah), sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi pemasaran UMKM keripik tempe di Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan di UMKM Keripik Tempe Van Rafizky. Sumber data diperoleh dari wawancara langsung dengan pemilik usaha UMKM keripik tempe melalui panduan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis, merumuskan faktor-faktor pendorong dan penghambat pertumbuhan serta perkembangan usaha UMKM keripik tempe.

HASIL dan PEMBAHASAN

Gambaran Umum Keripik Tempe Van Rafizky

Keripik Tempe Van Rafizky merupakan salah satu usaha kecil tempe yang berlokasi di Desa Sumber Datar, Kecamatan Singingi, Kabupaten Kuantan Singingi. Usaha UMKM keripik tempe merupakan makanan ringan yang terbuat dari tempe yang dipotong tipis dan digoreng hingga kering dan renyah. Produk ini banyak diminati oleh masyarakat sebagai cemilan sehat dan bergizi. Produk utama usaha Keripik Tempe Van Rafizky adalah keripik tempe original dengan target pasar masyarakat umum dan juga toko-toko makanan dengan menggunakan bahan baku tempe yang segar dan sehat, serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya. Untuk memproduksi keripik tempe, usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky menggunakan alat dan tenaga produksi yang sederhana namun efektif. Dengan menggunakan alat dan tenaga produksi yang sederhana namun efektif, usaha keripik tempe Van Rafizky dapat memproduksi keripik tempe dengan kualitas yang baik dan memenuhi standar kesehatan. Selain itu, usaha ini juga mampu menghasilkan produk dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi permintaan pasar.

Deskripsi Penelitian Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan dapat digunakan di usaha keripik tempe agar tetap mampu untuk bersaing dalam mengembangkan usahanya. Kekuatan yang dimiliki UMKM keripik tempe yaitu:

1. Manajemen keuangan yang baik

Manajemen keuangan merupakan suatu aktivitas yang berhubungan dengan pengelolaan dan penyimpanan dana. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan narasumber di usaha UMKM keripik tempe Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

"Saya membuat manajemen keuangan saya, karena saya memiliki pembukuan tentang bahan baku produksi dan administrasi penjualan".

2. Harga produk terjangkau

UMKM Keripik Tempe Van Rafizky tidak hanya menyediakan produk yang berkualitas tetapi juga menawarkan harga yang terjangkau sehingga dapat diterima oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan keterangan narasumber Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky dalam wawancara:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

"Karena pengambilan laba dari harga jual setelah potong modal tidak terlalu tinggi ditandai dengan minat pasar yang masih baik"

Mahendra (Konsumen keripik tempe)

"Menurut saya harga yang ditawarkan keripik tempe terjangkau sehingga bisa diterima oleh konsumen"

3. Produk berkualitas baik

UMKM Keripik Tempe Van Rafizky menyediakan produk yang berkualitas dan produk yang unggul dimana menggunakan bahan baku tempe yang segar dan sehat. Hal tersebut sesuai dengan narasumber di UMKM keripik tempe Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

"Menurut saya karena secara penampilan produk yang menarik dan packaging serta bahan yang digunakan memiliki kualitas yang baik sehingga memiliki daya tahan yang lama"

Mahendra (Konsumen keripik tempe)

"Menurut saya kualitas dan keunggulan produk keripik tempe Van Rafizky bagus dan keripik tempennya memiliki rasa yang enak dan juga renyah".

4. Saluran Distribusi pendek

Saluran distribusi pendek pada UMKM Van Rafizky adalah salah satu bentuk strategi distribusi yang memungkinkan produsen untuk menjual produk keripik tempe langsung kepada konsumen tanpa melibatkan perantara atau pihak ketiga. Berikut merupakan pernyataan narasumber di UMKM Keripik Tempe Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

"Saluran distribusi keripik tempe memiliki reseller di beberapa kota, dan sistem penyalurannya menggunakan via travel ataupun kargo. Untuk konsumen masyarakat sekitar biasanya langsung datang kelokasi usaha keripik tempe".

5. Lokasi usaha strategis

Lokasi usaha strategis adalah lokasi yang dipilih untuk mendukung keberhasilan suatu usaha. Lokasi yang baik dapat memberikan banyak manfaat seperti memudahkan distribusi produk, dan meningkatkan jumlah konsumen

potensial. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan narasumber UMKM Keripik Tempe Van Eafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

"Pemenuhan bahan baku produksi dengan lokasi usaha UMKM keripik tempe mudah

didapat dan pendistribusian keripik tempe dari lokasi usaha mudah dilakukan"

Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan merupakan situasi atau kondisi yang membuat kendala dalam kemajuan usahanya. Kelemahan yang dimiliki UMKM Keripik Tempe Van Rafizky yaitu:

1. Kurangnya inovasi produk

Produk yang ditawarkan oleh keripik tempe Van Rafizky tidak mengalami perkembangan yang signifikan atau tidak mengalami perubahan yang cukup untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan pasar yang berubah-ubah. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan narasumber di UMKM Keripik Tempe Van Rafizky yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

"Usaha UMKM keripik tempe masih kurang dalam inovasi produk. Karena produk masih original tanpa varian rasa karena perubahan daya tahan hasil produksi tidak bertahan lama jika produk diberi varian rasa".

2. Minimnya kegiatan promosi

Minimnya kegiatan promosi dalam usaha keripik tempe Van Rafizky dapat menyebabkan rendahnya tingkat penjualan dan kesadaran merek dikalangan konsumen. Berikut merupakan hasil pernyataan narasumber di UMKM Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

"Saya sering aktif untuk mempromosikan produk keripik tempe melalui imedia sosial seperti Instagram, Facebook dan juga melalui Whatsapp".

3. Keterbatasan modal

Keterbatasan modal dalam usaha keripik tempe Van Rafizky dapat menjadi hambatan dalam mengembangkan usaha keripik tempe. Berikut merupakan hasil pernyataan narasumber di UMKM Keripik Tempe Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

"Menurut saya keterbatasan modal dalam usaha ini belum ada, karena untuk alat-alat produksi yang digunakan dalam membuat keripik tempe masih berkualitas baik dan tahan lama serta bahan baku yang masih mudah didapat".

4. Tenaga distribusi dan produksi terbatas

Tenaga produksi dan distribusi yang terbatas dapat menjadi hambatan bagi keripik tempe Van Rafizky untuk memenuhi permintaan pasar dan memperluas jangkauan distribusi produk keripik tempe. Berikut merupakan hasil pernyataan narasumber UMKM Keripik Tempe Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

“Dalam melakukan kegiatan produksi yang dilakukan sehari-hari oleh tenaga kerja produksi dan distribusi masih mencukupi dan masih optimal, sehingga berjalan dengan baik dan masih bisa mengatasi kegiatan produksi. Untuk kegiatan distribusi dilakukan secara efektif dengan sistem penyaluran via travel dan kargo”.

Peluang (Opportunity)

Peluang merupakan Kondisi yang bertujuan untuk mencari terobosan yang memungkinkan UMKM Keripik Tempe Van Rafizky bisa berkembang dimasa yang akan datang.

1. Mempunyai pelanggan yang tetap

Mempunyai pelanggan yang tetap dapat membantu keripik tempe Van Rafizky bertahan dalam jangka yang panjang. Berikut merupakan pernyataan narasumber di UMKM Keripik Tempe Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

“Mempunyai konsumen yang membeli produk keripik tempe secara teratur diberbagai daerah. Dan masih adanya konsumen yang sering langsung datang ketempat usaha keripik tempe”

2. Permintaan dari konsumen tinggi

Situasi dimana banyak konsumen yang membutuhkan atau ingin membeli produk UMKM Kerpik Tempe Van Rafizky dalam jangka waktu tertentu. Berikut merupakan pernyataan narasumber di UMKM Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristumoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

“Permintaan keripik tempe dari konsumen masih tinggi dan dapat dilihat dari penjualan yang semakin meningkat”.

3. Perkembangan teknologi informasi

Perkembangan teknologi informasi mengacu pada kemajuan dan evolusi teknologi yang digunakan untuk memproses, mengelola, dan berbagai informasi. Teknologi informasi dapat sangat berperan dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam usaha keripik tempe Van Rafizky. Berikut merupakan hasil pernyataan narasumber di UMKM Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

“Dengan adanya teknologi informasi memudahkan dalam promosi keripik tempe melalui media sosial serta memudahkan usaha keripik tempe dalam saluran distribusi”.

4. Ketersediaan bahan baku

Ketersediaan bahan baku merujuk pada ketersediaan dan jumlah bahan mentah yang tersedia untuk digunakan dalam produksi. Berikut merupakan hasil pernyataan narasumber di UMKM Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

“Memiliki pemasok tetap untuk ketersediaan bahan baku untuk digunakan dalam kegiatan produksi pada usaha UMKM Keripik tempe dan membeli bahan baku dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi permintaan pasar”.

Ancaman (threats)

Tantangan yang dihadapi UMKM Keripik Tempe Van Rafizky adalah menghadapi dampak kemunduran dari berbagai faktor lingkungan yang merugikan terhadap usaha keripik tempe.

1. Pesaing menjual produk dengan promosi yang lebih menarik

Pesaing keripik tempe menjual produk keripik tempe dengan promosi yang lebih menarik dapat membuat pelanggan tertarik untuk membeli produk pesaing, bahkan jika produk tersebut memiliki kualitas yang sama dengan produk keripik tempe Van Rafizky. Berikut ini merupakan pernyataan narasumber di UMKM Van Rafizky pada saat wawancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

“Menurut saya promosi yang dilakukan oleh pesaing masih standar, dan saya terus mencari cara membedakan produk kami dari pesaing, misalnya dengan memberikan promosi dan memeberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan”.

2. Pesaing membuat produk keripik tempe lebih bervariasi

Jika pesaing menjual atau memiliki variasi produk keripik tempe lebih bervariasi, maka dapat menjadi ancaman bagi keripik tempe Van Rafizky karena persaingan akan semakin ketat. Berikut merupakan pernyataan naarasumber di UMKM Van Rafizky pada saat waancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

“Keripik tempe pesaing juga membuat produk yang hampir serupa tanpa adanya varian rasa. Oleh karena itu, saya mencoba untuk fokus dengan kualitas produk dan meberikan pelayanan yang baik kepada konsumen”.

3. Kemasan keripik tempe pesaing lebih menarik

Kemasan keripik tempe pesaing lebih menarik dapt menjadi ancaman bagi pemiik UMKM Keripik Tempe Van Rafizky karena kemasan produk adalah salah satu faktor yang dapat menarik perhatian pelanggan. Berikut merupakan pernyataan wawancara di UMKM Van Rafizky pada saat waancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

“Untuk variasi kemasan atau packaging keripik tempe van rafizky lebih menarik dari kemasan keripik tempe pesaing”

4. Harga bahan baku naik turun

Harga tempe bisa naik turun dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti ketersediaan pasokan, musim, dan permintaan pasar. Berikut ini merupakan pernyataan narasumber di UMKM Keripik Tempe Van Rafizky pada saat waancara yang menyatakan bahwa:

Ristomoyo (Pemilik usaha keripik tempe)

“Untuk harga bahan yang digunakan pasti akan mengalami perubahan harga, ketika harga bahan baku naik produsen tidak bisa langsung menaikkan harga jual dengan pertimbangan keadaan pasar”.

Pembahasan Hasil Penelitian

Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky. Sampai dengan tahap ini adalah perumusan strategi pemasaran berdasarkan matrik SWOT berdasarkan data usaha UMKM Keripik Tempe, melalui hasil wawancara, observasi dan dokumen. Analisis strategi pemasaran berdasarkan matriks SWOT memiliki empat alternatif strategi yang dapat diperoleh dari analisis faktor internal dan eksternal oleh UKM Keripik Tempe Van Rafizky. Setelah melakukan analisis internal dan

eksternal maka dapat diketahui hasil kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3:

Tabel 3 Hasil Analisis SWOT UMKM keripik tempe

<p>Strength (Kekuatan) Majemen keuangan yang baik. Harga produk yang terjangkau Produk berkualitas baik Saluran distribusi yang pendek Lokasi usaha strategis</p>	<p>Weakness (Kelemahan) kurangnya inovasi produk Minimnya kegiatan promosi Keterbatasan modal Tenaga distribusi dan produksi yang terbatas</p>
<p>Opportunity (Peluang) Mempunyai pelanggan yang tetap Permintaan dari konsumen tinggi Perkembangan teknologi informasi Ketersediaan bahan baku</p>	<p>Treaths (Ancaman) Pesaing menjual produk sejenis dengan promosi yang lebih menarik Pesaing membuat produk keripik tempe lebih bervariasi Kemasan keripik tempe pesaing lebih menarik Harga bahan baku naik turun</p>

Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor strategis internal UMKM milik Van Rafizky, dibuat tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary) untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan dan kelemahan Keripik Tempe milik Van Rafizky. Hasil Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) UMKM Usaha Keripik Tempe Van Rafizky pada Tabel 4.

Tabel 4 Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary) Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)				
1	Manajemen keuangan yang baik	0,12	3	0,37
2	Harga produk yang terjangkau	0,12	3	0,37
3	Produk berkualitas baik	0,12	3	0,37
4	Saluran distribusi yang pendek	0,08	2	0,16
5	Lokasi usaha strategis	0,12	3	0,37
Sub. total		0,57		1,63
Kelemahan (Weakness)				
1	Kurangnya inovasi produk	0,12	3	0,37
2	Minimnya kegiatan promosi	0,08	2	0,16
3	Keterbatasan modal	0,12	2	0,24
4	Tenaga distribusi dan produksi terbatas	0,10	2	0,20
Sub. total		0,43		0,98
Total Kekuatan dan Kelemahan		1,00		2,61

Sumber: Data Olahan

Keterangan:

Bobot		Rating	
>0,20	:	Sangat penting	4 : Kekuatan besar
0,11-0,20	:	Penting	3 : kekuatan kecil

Keripik Tempe Van Rafizky berada pada sel V. Hasil Matriks IE UMKM Usaha Keripik Tempe Van Rafizky pada Gambar 1.

Total nilai IFAS:

		Tinggi 3,0 – 4,0	Rata-rata 2,0 – 2,9	Lemah 1,0 – 1,9
		4,0	3,0	2,0
Total skor EFAS	Tinggi 3,0 – 4,0	SEL 1	SEL II	SEL III
	Sedang 2,0 – 2,9	SEL IV	SEL V	SEL VI
	Rendah 1,0 – 1,9	SEL VIII	SEL viii	SEL IX

Gambar 1 Matriks IE UMKM Keripik Tempe Van Rafizky

Dari hasil analisis Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky diperoleh total skor faktor internal sebesar 2,61 poin, dan total skor faktor eksternal sebesar 2,81 poin. Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky berada pada posisi sel V dan dapat menggunakan strategi pertahanan dan pemeliharaan. Tujuannya relatif lebih defensif, yaitu UMKM Keripik Tempe Van Rafizky menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit.

Matrik SWOT

Dengan analisis SWOT memungkinkan UMKM Keripik Tempe untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi baik positif maupun negatif dari dalam dan luar usaha UMKM. Hasil pada Matrik SWOT Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6 Hasil pada Matriks SWOT Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky

	<i>STRENGTH (S)</i>	<i>WEAKNESS (W)</i>
IFAS	Manajemen keuangan yang baik	Kurangnya inovasi produk
	Harga produk yang terjangkau	Minimnya kegiatan promosi
	Produk berkualitas baik	Keterbatasan modal
	Saluran distribusi yang pendek	Tenaga distribusi dan produksi yang terbatas
EFAS	Lokasi usaha strategis	

<p><i>OPPORTUNITIES (O)</i> Mempunyai pelanggan yang tetap Permintaan dari konsumen tinggi Perkembangan teknologi informasi Ketersediaan bahan baku</p>	<p><i>S-O</i> Menjaga kualitas dari keripik tempe untuk mempertahankan pelanggan yang tetap Menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan pemasok Mepertahankan harga keripik tempe untuk mempertahankan pelanggan yang tetap</p>	<p><i>W-O</i> Mengoptimalkan penggunaan berbagai media informasi dalam meningkatkan promosi Menambah inovasi produk keripik tempe, serta melakukan promosi agar permintaan keripik tempe dari konsumen tinggi dengan memanfaatkan teknologi informasi Mengoptimalkan tenaga distribusi dan produksi untuk memperlancar kinerja produksi dan distribusi</p>
<p><i>THREATH (T)</i> Pesaing menjual produk sejenis dengan promosi yang lebih menarik Pesaing membuat produk keripik tempe lebih bervariasi Kemasan keripik tempe pesaing lebih menarik Harga bahan baku naik turun</p>	<p><i>S-T</i> Membuat manajemen keuangan yang baik untuk siap menghadapi harga bahan baku yang naik turun Meningkatkan efisiensi produk dan margin (keuntungan) dengan memanfaatkan saluran distribusi pendek Mempertahankan harga keripik tempe dapat dijangkau agar dapat bersaing dengan persaingan keripik tempe dari pesaing keripik tempe. Memberikan inovasi dengan membuat produk keripik tempe lebih bervariasi tetapi tetap dengan mengedepankan kualitas keripik tempe agar dapat bersaing dengan keripik tempe pesaing.</p>	<p><i>W-T</i> Memaksimalkan dana seefesien mungkin agar dapat membeli bahan baku walaupun harga bahan baku naik turun Menambah aktivitas promosi agar dapat meningkatkan branding produk dan menarik pelanggan yang lebih banyak dari pesaing Meningkatkan efisiensi produksi dengan mengidentifikasi dan mengurangi pemborosan dalam penggunaan bahan baku produksi Menambah inovasi produk dengan membuat keripik tempe lebih bervariasi, kemasan lebih menarik agar dapat bersaing dengan keripik tempe pesaing</p>

Berdasarkan hasil wawancara dari pemilik dan peggan Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky yang selanjutnya dimasukkan kedalam analisis matriks SWOT pada Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky, maka diperoleh tiga alternatif strategi yang dihasilkan dari strategi S-O, empat strategi S-T, tiga strategi W-O, dan dua strategi W-T yaitu sebagai berikut:

1.Strategi S-O

Analisis matriks SWOT memanfaatkan kekuatan UMKM Keripik Tempe untuk memanfaatkan peluang yang ada. Alternatif strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan Usaha Keripik Tempe Van Rafizky adalah:

1. Menjaga kualitas keripik tempe untuk mempertahankan pelanggan yang tetap.

2. Menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan pemasok.
3. Mempertahankan harga keripik tempe untuk mempertahankan pelanggan yang tetap.

2. Strategi S-T

Strategi S-T menunjukkan strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari berbagai ancaman yang ada. Alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan Usaha UMKM Van Rafizky yaitu:

1. Membuat manajemen keuangan yang baik untuk siap menghadapi bahan baku yang naik turun.
2. Meningkatkan efisiensi produk dan margin (keuntungan) dengan menggunakan saluran distribusi pendek
3. Mempertahankan harga keripik tempe dapat dijangkau (ekonomis).
4. Memberikan inovasi dengan membuat produk keripik tempe lebih bervariasi tetapi tetap dengan mengedepankan kualitas keripik tempe agar dapat bersaing dengan keripik tempe pesaing.

3.Strategi W-O

Strategi W-O menunjukkan strategi yang meminimalkan kelemahan usaha untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berikut ini alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky yaitu:

1. Mengoptimalkan penggunaan berbagai media informasi dalam meningkatkan promosi.
2. Menambah inovasi produk keripik tempe, serta melakukan promosi agar permintaan keripik tempe dari konsumen tinggi dengan memanfaatkan teknologi informasi.
3. Mengoptimalkan tenaga distribusi dan produksi untuk memperlancar kinerja produksi dan distribusi.

4.Strategi W-T

Strategi W-T menunjukkan strategi yang meminimalkan kelemahan usaha untuk menghindari berbagai ancaman yang ada. Alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky yaitu:

1. Memaksimalkan dana seefisien mungkin agar dapat membeli bahan baku walaupun harga bahan baku naik turun.
2. Menambah aktivitas promosi agar dapat meningkatkan branding produk dan menarik pelanggan lebih banyak dari pesaing
3. Meningkatkan efisiensi produksi dengan mengidentifikasi dan mengurangi pemborosan bahan baku dalam proses produksi

PENUTUP

Berdasarkan penelitian serta analisis yang telah dilakukan, maka simpulan yang diperoleh dalam penentuan strategi pemasaran melalui analisis SWOT pada Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky menunjukkan bahwa strategi yang digunakan UMKM Keripik tempe Van Rafizky yaitu (*Growth Strategy*) melalui integrasi horizontal. Pada kondisi tersebut Usaha UMKM Keripik Tempe Van Rafizky menggunakan strategi pertahanan dan pemeliharaan. Strategi yang dapat digunakan berdasarkan matriks SWOT yaitu meningkatkan kualitas produk dan diversifikasi varian rasa untuk memenuhi preferensi konsumen, mempertahankan harga keripik tempe dapat dijangkau (ekonomis), mengoptimalkan penggunaan berbagai media informasi dalam meningkatkan promosi, memanfaatkan kekuatan internet dan platform *E-commerce* untuk memasarkan produk, menambah inovasi produk dengan membuat keripik tempe lebih bervariasi dan kemasan lebih menarik. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat UMKM keripik tempe diharapkan dapat meningkatkan

daya saingnya di pasar, meningkatkan pangsa pasar, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat yakni mempertahankan kelebihan yang dimiliki oleh UMKM Keripik Tempe Van Rafizky dengan menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan baku berkualitas serta mempertahankan kinerja yang berpengalaman dengan menjalankan usaha dengan baik dan meningkatkan aktivitas promosi agar dapat meningkatkan branding produk dan menarik pelanggan lebih banyak dari pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 257. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.192>
- Caska, & Indrawati, H. (2019). How to maintain sustainability of micro and small enterprises of crispy oil palm mushroom: A case study in Riau Province. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(2), 431–456. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2018-0005>
- Indrawati, H. (2017). Micro and Small Enterprises (MSEs): What are the Best Indicators of Their Performance? *Proceedings of the 2nd International Conference on Economic Education and Entrepreneurship (ICEEE)*, 1(Iceee), 309–314.
- Indrawati, H. (2019). How to Build A Competitive Advantage ? A Case Study on Small and Medium Enterprises of Crispy Palm Oil Mushroom in Riau Province. *International Conference on Economic Education and Entrepreneurship*.
- Indrawati, H., & Caska, . (2015). Financing Models for Sago Cake Makers in Supporting the Acceleration of Family Economic Improvement. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(6), 310–318. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n6p310>
- Indrawati, H., Caska, H., & Suarman, H. (2020). Barriers to technological innovations of SMEs: how to solve them? *International Journal of Innovation Science*, 12(5), 545–564. <https://doi.org/10.1108/IJIS-04-2020-0049>
- Sitohang, M. L. S., Indrawati, H., & Caska. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Kue di Kota Pekanbaru. *Pekbis Jurnal*, 14(2), 1–23.
- Soleha, P., Indrawati, H., & Caska. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Makanan Olahan di Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Kepulauan Meranti. *Pekbis Jurnal*, 14(2), 71–79.
- Sopiansah, V. A., Riani, D., Khoerudin, C. M., & Maryani, L. (2023). Kemampuan Pemasaran Produk Berbasis Media Sosial Dengan Model Problem Based Learning. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 44–52.
- Suci, R. P. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Zifatama Publisher.
- Wahyuni, D., Caska, C., & Indrawati, H. (2019). Analysis of Education Levels of Business Owners and Factors Affecting Business Success in Sago-Based UMKM in Kepulauan Meranti Regency. *Journal of Educational Sciences*, 3(2), 216. <https://doi.org/10.31258/jes.3.2.p.216-226>
- Yeni, J., Indrawati, H., & Caska. (2016). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Industri Kecil kue di Kota Pekanbaru. *Pekbis Jurnal*, 14(2), 1–23.

ANALISIS ASIMETRIS INFORMASI: PERILAKU KONSUMEN PADA PASAR ONLINE

SETYO BUDIUTONO
Universitas Pasundan/ Pendidikan Ekonomi
setyo16@unpas.ac.id

ABSTRACK

This study aims to analyze information asymmetry in the context of consumer behavior in online markets. Information asymmetry occurs when one party has better access or more complete information than the other party. In online markets, consumers often face limited information about products or sellers that can influence consumer behavior.

This study uses an analytical approach to explore how information asymmetry affects consumer behavior in online markets. Through literature search and data collection, this research gains insight into consumer behavior in searching for information, selecting products, and interacting with sellers in the online environment.

The results of the analysis show that information asymmetry can have a significant impact on consumer behavior in online markets. Consumers often rely on signals and signs of product quality and seller reputation to reduce information uncertainty. Consumers can also take advantage of user reviews and recommendations to make more informed purchase decisions.

In addition, this study also identifies factors that can influence consumer behavior in dealing with information asymmetry in the online market. Factors such as trust, prior experience and reliability of e-commerce platforms can play an important role in building consumer confidence and dealing with information uncertainty.

By understanding information asymmetry and consumer behavior in online markets, this research can provide valuable insights for market participants, sellers and e-commerce platforms. These findings can be used to develop more effective marketing strategies, increase consumer confidence, and facilitate more efficient exchanges in online marketplaces.

Keywords: information asymmetry, consumer behavior, online market, product quality, seller reputation, user reviews.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis asimetri informasi dalam konteks perilaku konsumen di pasar online. Asimetri informasi terjadi ketika salah satu pihak memiliki akses yang lebih baik atau informasi yang lebih lengkap daripada pihak lain. Dalam pasar online, konsumen sering kali menghadapi keterbatasan informasi tentang produk atau penjual yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen.

Studi ini menggunakan pendekatan analisis untuk menjelajahi bagaimana asimetri informasi memengaruhi perilaku konsumen dalam pasar online. Melalui penelusuran literatur dan pengumpulan data, penelitian ini memperoleh wawasan tentang perilaku konsumen dalam mencari informasi, memilih produk, dan berinteraksi dengan penjual di lingkungan online.

Hasil analisis menunjukkan bahwa asimetri informasi dapat memiliki dampak signifikan pada perilaku konsumen di pasar online. Konsumen seringkali mengandalkan sinyal dan tanda-tanda kualitas produk serta reputasi penjual untuk mengurangi ketidakpastian informasi. Konsumen juga dapat memanfaatkan ulasan pengguna dan rekomendasi untuk membuat keputusan pembelian yang lebih informasi.

Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam menghadapi asimetri informasi di pasar online. Faktor seperti kepercayaan, pengalaman sebelumnya, dan keandalan platform perdagangan elektronik dapat memainkan peran penting dalam membangun keyakinan konsumen dan mengatasi ketidakpastian informasi.

Dengan memahami asimetri informasi dan perilaku konsumen di pasar online, penelitian ini dapat memberikan pandangan yang berharga bagi pelaku pasar, penjual, dan platform

perdagangan elektronik. Temuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memfasilitasi pertukaran yang lebih efisien di pasar online.

Kata Kunci: asimetri informasi, perilaku konsumen, pasar online, kualitas produk, reputasi penjual, ulasan pengguna.

PENDAHULUAN

Ekonomi dan informasi dalam era Revolusi Industri 4.0. Dalam konteks perekonomian, kebutuhan akan informasi mempengaruhi konsep ekonomi klasik yang ada sebelumnya. Teori ekonomi mengenai penghindaran risiko dalam pengambilan keputusan diperkenalkan oleh Bernoulli pada tahun 1783. Informasi memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Penjual dan pembeli terlibat dalam permainan informasi yang bisa bersifat zero sum game, simultan, berkelanjutan, atau berakhir setelah beberapa kali interaksi. Namun, terdapat asimetri informasi antara penjual dan pembeli, di mana penjual memiliki informasi yang lebih mendalam tentang barang yang dijual daripada pembeli.

Beberapa penelitian telah dilakukan terkait teori asimetris informasi. Misalnya, Akerlof pada tahun 1970 mengungkapkan ketidakpastian kualitas dalam pasar otomotif yang mengakibatkan penurunan kualitas barang di pasar. Konsep ini kemudian dikembangkan oleh peneliti lain seperti Michael Spence dan Joseph Stiglitz dalam konteks pendidikan, distribusi pendapatan, dan screening. Penelitian terkait asimetris informasi juga berkaitan dengan ekonomi online dan pasar. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa umpan balik pembeli dalam bentuk komentar teks dapat membantu mengidentifikasi penjual yang kredibel dan meningkatkan kepercayaan dalam bertransaksi online. Faktor-faktor lain seperti reputasi penjual, sinyal trustmark, dan pengungkapan informasi juga mempengaruhi asimetris informasi di pasar online.

Pengembangan internet juga berperan dalam meningkatkan akses informasi ekonomi. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Namun, aktivitas berbelanja online masih tergolong baru bagi pengguna internet di Indonesia, dan tingkat pendidikan dan pengalaman yang beragam mempengaruhi pola pembelian online. Marketplace atau platform belanja online seperti Lazada, Tokopedia, dan Bukalapak menyediakan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja secara online. Data pelanggan yang dikumpulkan oleh platform ini digunakan untuk mengkustomisasi iklan dan menyesuaikan produk yang ditawarkan dengan preferensi pembeli.

Dalam konteks ekonomi, data pelanggan diolah menjadi informasi yang berharga. Perusahaan menggunakan data tersebut untuk mengambil keputusan yang lebih spesifik dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Data dan informasi ini juga menjadi faktor penting dalam produksi, konsumsi, dan kegiatan ekonomi sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis asimetri informasi dalam konteks perilaku konsumen di pasar online. Asimetri informasi terjadi ketika salah satu pihak memiliki akses yang lebih baik atau informasi yang lebih lengkap daripada pihak lain.

LANDASAN TEORI

Dari Mulut ke Mulut (Mouth of mouth) sesuatu yang disampaikan atas pengalaman masa lalu yang disampaikan kepada seseorang atau pihak yang berkepentingan (stakeholder) untuk membantu dalam pengambilan keputusan. Di era revolusi 4.0 mouth of mouth mulai bisa didokumentasikan dan merupakan bagian dari informasi produk atau informasi yang dicari untuk membantu dalam pengambilan keputusan. Pavlou dan Dimoka 2006 menyimpulkan bahwa komentar teks pembeli merupakan umpan balik yang dapat mengidentifikasi penjual yang berkomitmen. Penjual menjadi kredibel dan nilai manfaat bagi pembeli dapat menjamin keputusan dalam membeli barang. Sun 2008 mempertegas di pasar online, reputasi penjual yang dihasil dari mekanisme umpan balik mengurangi asimetris informasi di pasar online. Informasi lain yang diungkapkan oleh Aiken dan Boush

2008 menyebutkan peningkatan bertransaksi online dipengaruhi dari tingkat kepercayaan (trustmarks), peringkat penjual, iklan dan umpan balik (the contextspecific nature).

Pembeli melakukan transaksi online dengan cara mencari barang untuk mengetahui tentang tampilan, warna, katalog dari sebuah barang dilakukan pembeli dipasar online (e-commerce). Selain itu barang yang dicari bisa dikatakan baik jika barang tersebut dicoba oleh pembeli. Hal lain yang tak kalah penting adalah barang yang akan dibeli belum pernah tahu apa yang dikatakan baik.

Berdasarkan penjelasan di alinea sebelumnya Lin dkk 2013 mengemukakan bahwa pembeli akan berkunjung ke halaman pasar online (website e-commerce) dan bagi penjual ini merupakan niat untuk membeli atau kemungkinan untuk membeli atau kemauan untuk membeli suatu produk. Penelitian sebelumnya menyimpulkan hubungan antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian (Lin dkk 2013). Para peneliti lain menemukan eWOM berdampak pada niat beli (Cheung dkk 2009; Akyuz 2013; Bartikowski dan Walsh 2014; Beneke dkk 2015).

Barber dkk 2016, menemukan bahwa eWOM mempengaruhi niat pembelian dengan analisis data heuristic-systematic model of information processing dan data yang dikumpulkan dari 251 pengguna Internet. O'Reilly dan Marx 2011 melakukan penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda, seperti wawancara, observasi kelas menunjukkan bahwa kredibilitas eWOM mempengaruhi niat dan pilihan pembelian.

Jalilvand dan Samiei 2012 meneliti efek eWOM dalam industri otomotif menunjukkan bahwa eWOM mempengaruhi citra merek dan niat untuk membeli. Jalilvand dan Samiei 2012 dalam penelitian lain mempertimbangkan komunikasi eWOM dan dampaknya pada pilihan tujuan wisata. Menggunakan informasi yang dikumpulkan dari 296 wisatawan yang mengunjungi Isfahan (Iran), temuannya menunjukkan bahwa komunikasi eWOM secara signifikan mempengaruhi sikap terhadap tempat-tempat kunjungan dan niat untuk berwisata.

Lee dan Pee 2013 mengemukakan keinginan konsumen dapat dibentuk oleh informasi produk, seperti popularitas, harga, dan deskripsi yang diberikan penjual. Biasanya keinginan konsumen tentang produk sebagian besar positif, jika tidak, pembeli tidak akan membaca ulasan tentang produk tersebut. Akibatnya, konsumen membaca ulasan tidak hanya untuk mencari informasi produk baru tetapi juga untuk mengkonfirmasi bahwa keinginan konsumen dapat terpenuhi. Lee dan Pee 2013 mengkonfirmasi hubungan positif antara keinginan konsumen dan konfirmasi. Konsumen dengan ekspektasi tinggi, ulasan positif dan positif tentang produk dapat dirasakan lebih menguntungkan sementara tinjauan kritis mungkin terlihat kurang penting. Akibatnya, Lee dan Pee 2013 menemukan bahwa konfirmasi yang lebih kuat mengarah pada niat beli yang lebih kuat. Penelitian ini membantu menjelaskan mengapa konsumen memiliki tanggapan berbeda terhadap ulasan yang sama. Dua konsumen yang membaca ulasan yang sama persis dapat memiliki reaksi yang berbeda karena konsumen memiliki harapan yang berbeda.

Lin et al. 2012 meneliti pengaruh informasi visual pada minat produk dan niat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika subjek membaca informasi eWOM dalam bentuk pencarian gambar produk akan mempengaruhi minat produk yang lebih besar dan niat beli. Temuan ini berlaku untuk pengalaman dan produk hedonis

Cheung dan Lee 2008 meneliti bagaimana ulasan online negatif mempengaruhi keputusan pembelian online konsumen menggunakan percobaan dengan situs web penjualan jam tangan Inggris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eWOM memiliki dampak signifikan pada keputusan konsumen untuk berbelanja online. Ulasan negatif dapat secara signifikan mempengaruhi kepercayaan emosional konsumen dan niat untuk berbelanja dari vendor online. Cheung dkk 2009 melanjutkan penelitiannya dan memperoleh hasil bahwa eWOM positif memperkuat hubungan antara kepercayaan emosional konsumen dan niat konsumen untuk berbelanja online. Park dan Lee 2009 menemukan bahwa efek negatif lebih kuat untuk eWOM untuk barang pengalaman

daripada untuk barang pencarian. Salah satu hasil empiris dari penelitian ini menginformasikan barang mengalami kerusakan yang lebih sering (eWOM)

Floh dkk 2013 menyimpulkan bahwa niat beli dipengaruhi oleh intensitas valensi ulasan online. Hasilnya menunjukkan efek asimetris mempengaruhi dalam niat pembelian adapun ulasan dengan kriteria menengah dan kuat ditemukan hanya untuk ulasan positif. Mauri dan Minazzi 2013 menyimpulkan hal yang sama bahwa niat beli dalam industri perhotelan dipengaruhi oleh valensi ulasan online. Jeong dan Koo 2015 memperkuat kesimpulan sebelumnya bahwa ulasan positif mempengaruhi sikap terhadap dan niat untuk membeli produk ulasan. Begitu juga Ladhari dan Michaud 2015 menemukan bahwa valensi komentar dapat mempengaruhi niat pemesanan. Semakin banyak komentar positif tentang hotel yang diberikan, semakin tinggi niat pemesanan hotel. Tsao dkk 2015, dan Sparks and Browning 201) menemukan bahwa ulasan valensi berdampak pada niat pemesanan.

Studi sebelumnya ada yang menyelidiki dampak volume eWOM pada niat pembelian konsumen. Park dkk 2007 menunjukkan bahwa niat beli konsumen naik bersama volume ulasan. Tingginya volume ulasan menunjukkan bahwa produk tersebut populer, dan meningkatkan niat untuk membeli. Park dan Kim 2008 melanjutkan penelitiannya dan menemukan bahwa jenis dan jumlah ulasan konsumen online memiliki pengaruh kuat pada niat beli konsumen dengan kemampuan tinggi dibandingkan dengan konsumen dengan kemampuan rendah. Serupa, Liu dan Zhou 2012 menemukan bahwa niat beli meningkat dengan volume pertumbuhan ulasan konsumen. Lopez dan Sicilia 2014 menemukan bahwa dampak eWOM pada pengambilan keputusan dipengaruhi oleh volume informasi. Jumlah yang lebih banyak dari eWOM yang disampaikan konsumen yang diakses oleh calon pembeli tentang produk, semakin mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian menurut pendekatan survey. Objek dalam penelitian ini adalah informasi pembeli yang meliputi informasi produk, electronic Word of Mouth (eWOM), Kepercayaan Website Marketplace, Niat untuk membeli dan Keputusan Pembelian.

Model dalam penelitian ini merupakan pengembangan dari model Dodds 1991, Park and Lee 2007, Cheung 2008, Cheung 2009 Floh 2013, Beneke 2015 dan Baber 2016:

$$Y_{it} = a + PI x_{it} + eWOM x_{it} + Web x_{it}$$

$$Z_{it} = a + Y_{it} + PI x_{it} + eWOM x_{it} + Web x_{it}$$

Keterangan:

Y _{it}	= Niat dari pembelian	Z _{it}	= Keputusan Pembelian
PI	= Informasi produk	i	= Pelapak
eWOM	= Elektronik dari mulut ke mulut	t	= Marketplace
Web	= Reputasi Web	a	= Konstanta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa asimetri informasi dapat memiliki dampak signifikan pada perilaku konsumen di pasar online. Penelitian ini menggunakan model persamaan Yit dan Zit yang merupakan pengembangan dari beberapa model sebelumnya, seperti Dodds 1991, Park and Lee 2007, Cheung 2008, Cheung 2009 Floh 2013, Beneke 2015, dan Baber 2016. Persamaan tersebut berhubungan dengan analisis asimetri informasi dan perilaku konsumen di pasar online.

Dalam persamaan tersebut, Yit merupakan niat dari pembelian, yang dipengaruhi oleh variabel PI (informasi produk), eWOM (elektronik dari mulut ke mulut), dan Web (reputasi web). Variabel-variabel ini mencerminkan cara konsumen mencari informasi dan mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan pembelian di pasar online.

Selanjutnya, persamaan Zit menggambarkan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh variabel-variabel yang sama, yaitu Yit, PI, eWOM, dan Web. Ini mengindikasikan bahwa niat pembelian (Yit) memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian (Zit).

Dengan demikian, persamaan ini menghubungkan konsep asimetri informasi dengan perilaku konsumen di pasar online. Konsumen mencari informasi (PI, eWOM, dan Web) untuk membentuk niat pembelian (Yit), yang kemudian mempengaruhi keputusan pembelian (Zit). Hasil penelitian dapat menunjukkan sejauh mana asimetri informasi mempengaruhi perilaku konsumen dan memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di pasar online.

Dalam konteks ini, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran asimetri informasi dalam perilaku konsumen di pasar online, serta memberikan kontribusi penting bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan memfasilitasi pertukaran yang lebih efisien antara pelaku pasar, penjual, dan konsumen di platform perdagangan elektronik. Konsumen seringkali mengandalkan sinyal dan tanda-tanda kualitas produk serta reputasi penjual untuk mengurangi ketidakpastian informasi. Konsumen juga dapat memanfaatkan ulasan pengguna dan rekomendasi untuk membuat keputusan pembelian yang lebih informasi.

Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam menghadapi asimetri informasi di pasar online. Faktor seperti kepercayaan, pengalaman sebelumnya, dan keandalan platform perdagangan elektronik dapat memainkan peran penting dalam membangun keyakinan konsumen dan mengatasi ketidakpastian informasi.

Dengan memahami asimetri informasi dan perilaku konsumen di pasar online, penelitian ini dapat memberikan pandangan yang berharga bagi pelaku pasar, penjual, dan platform perdagangan elektronik. Temuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memfasilitasi pertukaran yang lebih efisien di pasar online.

PENUTUP

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa asimetri informasi memiliki dampak signifikan pada perilaku konsumen di pasar online. Konsumen cenderung mengandalkan sinyal kualitas produk, reputasi penjual, ulasan pengguna, dan rekomendasi untuk mengurangi ketidakpastian informasi. Faktor-faktor seperti kepercayaan, pengalaman sebelumnya, dan keandalan platform perdagangan elektronik juga memainkan peran penting dalam membangun keyakinan konsumen dan mengatasi asimetri informasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diberikan:

1. Meningkatkan transparansi informasi: Pelaku pasar, penjual, dan platform perdagangan elektronik perlu berupaya meningkatkan transparansi informasi tentang produk, termasuk kualitas, keandalan, dan keaslian. Ini dapat membantu mengurangi asimetri informasi antara penjual dan konsumen.
2. Memperkuat reputasi penjual: Penjual harus berfokus pada membangun reputasi yang kuat dan positif di pasar online. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang baik, menyediakan produk berkualitas, dan merespons dengan cepat terhadap umpan balik konsumen.
3. Meningkatkan ulasan pengguna dan rekomendasi: Platform perdagangan elektronik dapat memfasilitasi sistem ulasan pengguna yang transparan dan dapat diandalkan. Mendorong konsumen untuk memberikan ulasan dan merekomendasikan produk yang berkualitas dapat membantu mengurangi ketidakpastian informasi dan mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Memperkuat kepercayaan konsumen: Pelaku pasar dan platform perdagangan elektronik perlu membangun kepercayaan konsumen melalui kebijakan pengembalian barang yang jelas, perlindungan pembayaran yang aman, dan keamanan data pribadi. Ini akan membantu mengurangi kekhawatiran konsumen terkait asimetri informasi dan meningkatkan kepercayaan mereka dalam melakukan transaksi online.

5. Menggunakan teknologi yang inovatif: Pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan, analisis data, dan sistem rekomendasi dapat membantu mengatasi asimetri informasi dan memberikan pengalaman berbelanja online yang lebih personal dan relevan bagi konsumen.

Dengan menerapkan saran-saran ini, pelaku pasar, penjual, dan platform perdagangan elektronik dapat meningkatkan pengalaman konsumen, memperkuat kepercayaan, dan mengurangi hambatan yang disebabkan oleh asimetri informasi di pasar online.

DAFTAR PUSTAKA

- Akerlof, G. A. (1970). The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Akyüz, A. (2013). Determinant Factors Influencing eWOM. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(11), 159–166. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n11p159>
- Alfred Weber, Carl Joachim Friedrich (ed.) - Alfred Weber's Theory of the Location of Industries-University of Chicago (1929).pdf. (n.d.).
- Amblee, N., & Bui, T. (2011). Harnessing the Influence of Social Proof in Online Shopping: The Effect of Electronic Word of Mouth on Sales of Digital Microproducts. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(2), 91–114. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415160205>
- American, T., Review, E., & Jun, N. (2008). Credit Rationing in Markets with Imperfect Information Joseph E . Stiglitz ; Andrew Weiss. *American Economic Review*, 71(3), 393–410. <https://doi.org/10.1126/science.151.3712.867-a>
- Arbi, K. A., Kausar, A. R., & Salim, I. (2017). Minimizing Asymmetric Information in Online Markets through Knowledge Management, 8(2), 924–931.
- Baber, A., Thurasamy, R., Malik, M. I., Sadiq, B., Islam, S., & Sajjad, M. (2016). Online word-of-mouth antecedents, attitude and intention-to-purchase electronic products in Pakistan. *Telematics and Informatics*, 33(2), 388–400. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.09.004>
- Bapna, R., Ramaprasad, J., Shmueli, G., & Umyarov, A. (2012). One-Way Mirrors and Weak-Signaling in Online Dating : A Randomized Field Experiment, 1–31.
- Bapna, R., Ramaprasad, J., Shmueli, G., & Umyarov, A. (2013). One-Way Mirrors and Weak-Signaling in Online Dating : A Randomized Field Experiment, (July), 1–38.
- Bartikowski, B., & Walsh, G. (2014). Attitude contagion in consumer opinion platforms: Posters and lurkers. *Electronic Markets*, 24(3), 207–217. <https://doi.org/10.1007/s12525-013-0149-z>
- Basri, F. (2017). Peta perekonomian indonesia memasuki era digital.
- Belkin, L. Y., Kurtzberg, T. R., & Naquin, C. E. (2013). Signaling Dominance in Online Negotiations : The Role of Affective Tone, 6(4), 285–304.
- Beneke, J., & Wickham, B. (2015). The impact of willingness to engage in negative electronic word-of- mouth on brand attitude: A study of airline passengers in South Africa. *Journal of Business and Retail Management Research*, 9(2), 68–85. Retrieved from www.jbrmr.com
- Benlian, A., & Hess, T. (n.d.). International Journal of Electronic The Signaling Role of IT Features in Influencing Trust and Participation in Online Communities The Signaling Role of IT Features in Influencing Trust and Participation in Online Communities, (June 2015), 37–41. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415150401>
- Bernritter, S. F. (2016). Signaling Warmth : How Brand Warmth and Symbolism Affect Consumers ' Online Brand Endorsements, VI, 1–2. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-10558-7>
- Bhattacharjee, A. (2016). Individual Trust in Online Firms : Scale Development and Initial Test, 19(1), 211–241.

- Bin, L., Rong, Z., & Hongyuan, B. (2009). Coordinating an Online-Dual-Channels Supply Chain with Asymmetric Information, 1182–1188.
- Blomqvist, Åke (1991). The doctor as double agent: Information asymmetry, health insurance, and medical care. *Journal of Health Economics*, 10(4), 411–432. [https://doi.org/10.1016/0167-6296\(91\)90023-G](https://doi.org/10.1016/0167-6296(91)90023-G)
- Boateng, S. L., & Boateng, S. L. (2018). Online relationship marketing and customer loyalty : a signaling theory perspective. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2018-0009>
- Bone, P. F. (1992). Determinants of Word-Of-Mouth Communications During Product Consumption. *Advances in Consumer Research*, 19, 579–583.
- Brand signal quality of products in an asymmetric online information environment. (n.d.).
- Briefs, S., & Business, I. N. (n.d.). Elvira Ismagilova Yogesh K. Dwivedi Emma Slade Michael D. Williams.
- Brucknerová, I., Ujházy, E., Dubovický, M., & Mach, M. (2013). Oxidative stress in twins. *Neuroendocrinology Letters*, 34(SUPPL. 2), 71–73. <https://doi.org/10.1108/10662241211271563>
- Burmam, C., & Kirchgeorg, M. (n.d.). Managing Negative Word-of-Mouth on Social Media Platforms The Effect of Hotel Management.
- Chen, H. (2011). Personality's influence on the relationship between online word-of-mouth and consumer's trust in shopping website. *Journal of Software*, 6(2), 265–272. <https://doi.org/10.4304/jsw.6.2.265-272>
- Chen, L. (2010). mechanisms in online markets, (22506).
- Chen, P., Yan, Y., & Xu, G. (2018). Promotion Decisions under Asymmetric Online-Platform and Offline-Outlet Strategies, 6706(c), 1–15. <https://doi.org/10.1109/TFUZZ.2018.2829475>
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2008). Online Consumer Reviews: Does Negative Electronic Word-of-Mouth Hurt More? *AMCIS 2008 Proceedings*, 143. <https://doi.org/10.1097/MCG.0000000000000769>
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision Support Systems*, 53(1), 218–225. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.01.015>
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.06.008>
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic customer communities. *Internet Research*. <https://doi.org/10.1108/10662240810883290>
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Thadani, D. R. (2009). The impact of positive electronic word-of-mouth on consumer online purchasing decision. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 5736 LNAI, 501–510. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04754-1_51
- Cheung, M. Y., Luo, C., Sia, C. L., & Chen, H. (2007). How do people evaluate electronic word-of-mouth? Informational and normative based determinants of perceived credibility of online consumer recommendations in China. *Proceedings of the Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS 2007)*, 69–81. Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=pacis2007>
- Cheung, M. Y., Luo, C., Sia, C. L., & Chen, H. (2009). Credibility of Electronic Word-of-Mouth: Informational and Normative Determinants of On-line Consumer Recommendations. *International Journal of Electronic Commerce*, 13(4), 9–38. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415130402>
- Christodoulides, G., Michaelidou, N., & Argyriou, E. (2012). Cross-national differences in e-WOM influence. *European Journal of Marketing*, 46(11), 1689–1707. <https://doi.org/10.1108/03090561211260040>

- Code, L. (n.d.). Essays on an Online Marketplace with Asymmetric Information : Empirical Examination on Herding and Leaderboard Effects in P2P Lending 경영학과 경영정보 전공 전 성 민.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling Theory : A Review and Assessment. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Cook, D. L. (2001). GOVERNANCE MECHANISMS AS A MEANS OF INCREASING CONSUMER.
- Corporation, R., & Journal, T. B. (2013). Good News and Bad News : Representation Theorems and Applications Author (s): Paul R . Milgrom Reviewed work (s): Published by : RAND Corporation, 12(2), 380–391.
- Corritore, C. L., Marble, R. P., Wiedenbeck, S., & Kracher, B. (2005). Measuring Online Trust of Websites : Credibility , Perceived Ease of Use , and Risk Measuring Online Trust of Websites : Credibility , Perceived Ease of Use , and Risk.
- Cramer, P. (1957). A review of literature of coffee research in Indonesia. Retrieved from <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IisScript=CAFE.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=000037>
- Crawford, B. G. S., Pavanini, N., & Schivardi, F. (n.d.). Online appendix for : Asymmetric Information and Imperfect Competition in Lending Markets Published in the American Economic Review, 1–25.
- da Graça, T., & Masson, R. (2013). Ignorance is bliss? Uncertainty about product valuation may benefit consumers. *Applied Economics Letters*, 20(9), 897–902. <https://doi.org/10.1080/13504851.2012.761333>
- David Lingenbrink and Krishnamurthy Iyer 2018 Signaling in Online Retail- Efficacy of Public Signals2. (n.d.).
- Dellarocas, C. (2003). The Digitization of Word-of-Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms. *Ssrn*, (September 2018). <https://doi.org/10.2139/ssrn.393042>
- Deng, A., & Chen, Z. (2017). Managing Online Supply Chain finance Credit Risk of “ Asymmetric I nformation ,” (1), 29–32.
- Dodd, B. J., & Antonenko, P. D. (2012). Computers & Education Use of signaling to integrate desktop virtual reality and online learning management systems. *Computers & Education*, 59(4), 1099–1108. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.05.016>
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., Grewal, D., Dodds, B., & Monroe, B. (1991). Effect of Price, Brand, and Store Information Buyers ’ Evaluations, 28(3), 307–319.
- Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk Author (s): Daniel Bernoulli Published by : The Econometric Society Stable URL : <http://www.jstor.org/stable/1909829> EXPOSITION OF A NEW THEORY ON THE MEASUREMENT OF RISK1. (2009), 22(1), 23–36.
- Fisher, F. M., Shell, K., Economic, T., Indices, P., Eugenio, L., Marco, D., ... Trade, E. (n.d.). in *ECONOMICS*.
- Floh, A., Koller, M., & Zauner, A. (2013). Taking a deeper look at online reviews: The asymmetric effect of valence intensity on shopping behaviour. *Journal of Marketing Management*, 29(5–6), 646–670. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2013.776620>
- For, X., & Of, N. (2009). R ESEARCH A RTICLE I NTERNET E XCHANGES FOR U SED G OODS : A N E MPIRICAL A NALYSIS OF T RADE P ATTERNS AND A DVERSE S ELECTION 1, 33(2), 263–291.
- Frieden, B. R., & Hawkins, R. J. (2010). Asymmetric information and economics. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 389(2), 287–295. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2009.09.028>
- Fudenberg, D., & Tirole, J. (1990). *Game theory*.
- Furnell, S. M., & Karweni, T. (1999). Security implications of Electronic Commerce : A Survey of Consumers and Businesses, 9(5), 372–382.

- Gao, Y., & Su, W. (n.d.). Signaling , bidding and the final price in the online auction platform almost without information asymmetry : An empirical study on, (12), 1–15.
- Gast, O. (n.d.). User Experience im E-Commerce.
- Gregg, D. G., & Scott, J. E. (2006). The Role of Reputation Systems in Reducing On-Line Auction Fraud, 10(3), 95–120.
- Gries/Suhl (Eds.) Economic Aspects of Digital Information Technologies. (n.d.).
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Hong, K. Y., Pavlou, P. A., & Chen, P. (1810). Q UALITY -A DJUSTED C ONSUMER S URPLUS FOR O NLINE L ABOR M ARKETS WITH A SYMMETRIC, 1–19.
- Hsu, C. L., Lin, J. C. C., & Chiang, H. Sen. (2013). The effects of blogger recommendations on customers' online shopping intentions. *Internet Research*, 23(1), 69–88. <https://doi.org/10.1108/10662241311295782>
- Hu, W. (2005). Bayesian Analysis of Consumer Choices with Taste , Context , Reference Point and Individual Scale Effects Bayesian Analysis of Consumer Choices with Taste , Context , Reference Point and Individual Scale Effects.
- Huillier, G. L., & Weber, R. (n.d.). Online Phishing Classification Using Adversarial Data Mining and Signaling Games, 33–42.
- Information, M. (2018). Management Information Systems Research Center, University of Minnesota, 36(2), 395–426.
- Jannink, J.-L. (2003). Likelihood of Bayesian, and MCMC Methods in Quantitative Genetics. *Crop Science* (Vol. 43). <https://doi.org/10.2135/cropsci2003.1574>
- Jeong, H. J., & Koo, D. M. (2015). Combined effects of valence and attributes of e-WOM on consumer judgement for message and product The moderating effect of brand community type. *Internet Research*, 25(1), 2–29. <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2013-0199>
- Jun, Z., Hong, C., Junsheng, M. A., & Kesheng, T. (2015). How to Coordinate Supply Chain Under O2O Business Model When Demand Deviation Happens, 9(3), 24–28. <https://doi.org/10.3968/7392>
- Kaufmann, H. R., & Panni, M. F. A. K. (2017). Socio-Economic Perspectives on Consumer Engagement and Buying Behavior (Vol. i). <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2139-6>
- Kawai, K., Onishi, K., & Uetake, K. (2014). Signaling in Online Credit Markets, 1–54.
- Kendala, K., Di, I. E., Firmansyah, A., Perwakilan, B. P. K., & Sumatera, P. (2017). Kajian kendala implementasi e-commerce di indonesia *, 127–136.
- Kepercayaan, M., Serta, K., & Shibghatulloh, M. H. (2011). Fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang 2011.
- Kim, S., & Stoel, L. (2004). Apparel retailers : website quality dimensions and satisfaction, 11(November 2001), 109–117. [https://doi.org/10.1016/S0969-6989\(03\)00010-9](https://doi.org/10.1016/S0969-6989(03)00010-9)
- Kirby, J., & Marsden, P. (n.d.). Connected Marketing The Viral , Buzz and Word Edited by. Kleidt, B. (n.d.). Benjamin Kleidt The Use of Hybrid Securities. *Forschung*.
- Kutcher, V. (2001). Caveat emptor. *J Can Dent Assoc*, 67(3), 131. Retrieved from http://www.ncbi.nlm.nih.gov/entrez/query.fcgi?cmd=Retrieve&db=PubMed&dopt=Citation&list_uids=11315387
- Kwong, T., Cheung, C., Zhu, L., Limayem, M., & Viehland, D. (n.d.). Online Consumer Behavior : An Overview and Analysis of the Literature A Framework for Online Consumer Behavior Literature Analysis, 813–827.
- Ladhari, R., & Michaud, M. (2015). EWOM effects on hotel booking intentions, attitudes, trust, and website perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 36–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.01.010>
- Lee, J., & Pee, L. G. (2013). 163 Reading Consumer Reviews To Confirm My Expectations : the Accelerated Impact of. <https://doi.org/S0012160602000398> [pii]

- Lewandowski, C. M., Co-investigator, N., & Lewandowski, C. M. (2015). Bayesian Analysis for Social Sciences. The effects of brief mindfulness intervention on acute pain experience: An examination of individual difference (Vol. 1). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- lewis 2011 Asymmetric Information, Adverse Selection and Online Disclosure- The Case of eBay Motors ina. (n.d.).
- lewis 2011 Asymmetric Information, Adverse Selection and Online Disclosure- The Case of eBay Motors. (n.d.).
- Lewis, G. (2009). Asymmetric Information, Adverse Selection and Online Disclosure: The Case of eBay Motors. *Ssrn*, 101(June), 1535–1546. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1358341>
- Li, N., & Zhang, P. (2002). Consumer Online Shopping Attitudes and Behavior : An Assessment of Research. *Information Systems Journal*, 85(2–5), 508–517. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00056-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00056-2)
- Li, S., Srinivasan, K., & Sun, B. (2009). Internet Auction Features as Quality, 73(January), 75–92.
- Library, V., & Catalytics, L. (n.d.). MyLab Marketing : Improves Student Engagement Before , During , and After Class.
- Lin, C., Wu, Y. S., & Chen, J. C. V. (2013). Electronic word-of-mouth: The moderating roles of product involvement and brand image. *Proceedings of 2013 International Conference on Technology Innovation and Industrial Management*, 39–47.
- Lin, M., Prabhala, N. R., & Viswanathan, S. (n.d.). Social Networks as Signaling Mechanisms : Evidence from Online Peer-to-Peer Lending, (2008).
- Lingenbrink, D., & Iyer, K. (n.d.). Signaling in Online Retail : Efficacy of Public Signals, 1–29.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Liu, M., & Zhou, M. (2012). Understanding the Impacts of Perceived Consumer Online Reviews on Consumer Purchase Intention. *Eleventh Wuhan International Conference on E-Business*, 74–81.
- López, M., & Sicilia, M. (2011). The Impact of e-WOM: Determinants of Influence. *Advances in Advertising Research (Vol. 2)*, 2, 215–230. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6854-8_14
- Mathios, A. D. (2005). The Impact of Mandatory Disclosure Laws on Product Choices: An Analysis of the Salad Dressing Market. *The Journal of Law and Economics*, 43(2), 651–678. <https://doi.org/10.1086/467468>
- Mauri, A. G., & Minazzi, R. (2013). Web reviews influence on expectations and purchasing intentions of hotel potential customers. *International Journal of Hospitality Management*, 34(1), 99–107. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.02.012>
- Mavlanova, T., Benbunan-Fich, R., & Koufaris, M. (2012). Signaling theory and information asymmetry in online commerce. *Information and Management*, 49(5), 240–247. <https://doi.org/10.1016/j.im.2012.05.004>
- Mavlanova, T., Benbunan-Fich, R., & Koufaris, M. (2012). Signaling theory and information asymmetry in online commerce. *Information and Management*, 49(5), 240–247. <https://doi.org/10.1016/j.im.2012.05.004>
- Mavlanova, T., Benbunan-fich, R., Koufaris, M., Lang, G., Benbunan-fich, R., & Lang, G. (2015). The Effect of Positive and Negative Signals on Perceived Deceptiveness of Websites in Online Markets, 10(1), 19–34. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762015000100003>
- Mcknight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site : a trust building model, 11, 297–323.

- Mitra, D., & Fay, S. (2010). Managing Service Expectations in Online Markets : A Signaling Theory of E-tailer Pricing and Empirical Tests &. *Journal of Retailing*, 86(2), 184–199. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2010.02.003>
- Moe, W. W., Chipman, H., & George, E. I. (2002). A Bayesian Treed Model of Online Purchasing Behavior Using In-Store Navigational Clickstream, (April).
- Mohagheghian, E., & Sahraeian, R. (2017). A game theoretic approach to pricing , advertising and collection decisions ' adjustment in a closed-loop supply chain, 10(2), 53–74.
- Nayyar, P. R., York, N., & York, N. (1979). Information asymmetries: a source, I(I 990).
- Nelson, P. (2002). Information and Consumer Behavior. *Journal of Political Economy*, 78(2), 311–329. <https://doi.org/10.1086/259630>
- Nikolaos, A. (2004). Social and Economic Transformation in the Digital Era by Georgios Doukidis, Nikolaos A.
- Ntzoufras, I. (2011). Bayesian Modeling Using WinBUGS. *Computational Statistics*, 698, 592. <https://doi.org/10.1002/9780470434567>
- O'Reilly, K., & Marx, S. (2011). How young, technical consumers assess online WOM credibility. *Qualitative Market Research: An International Journal* (Vol. 14). <https://doi.org/10.1108/135227511111163191>
- Pablo Branas-Garza, Antonio Cabrales-Experimental Economics_ Volume I_ Economic Decisions-Palgrave Macmillan (2015) bab 1 dan 2.pdf. (n.d.).
- Paper, W. (2001). A Signaling Model of Online Advertising and Searching.
- Paper, W., Experiment, A., & Portal, O. J. (2018). Asymmetric Information on Noncognitive Skills in the Indian Labor Market An Experiment in Online Job Portal, (March).
- Park, C., & Lee, T. M. (2009). Antecedents of Online Reviews' Usage and Purchase Influence: An Empirical Comparison of U.S. and Korean Consumers. *Journal of Interactive Marketing*, 23(4), 332–340. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2009.07.001>
- Park, C., & Lee, T. M. (2009). Information direction, website reputation and eWOM effect: A moderating role of product type. *Journal of Business Research*, 62(1), 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.11.017>
- Park, D. H., & Kim, S. (2008). The effects of consumer knowledge on message processing of electronic word-of-mouth via online consumer reviews. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(4), 399–410. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2007.12.001>
- Park, D.-H., Lee, J., & Han, I. (2007). The Effect of On-Line Consumer Reviews on Consumer Purchasing Intention: The Moderating Role of Involvement. *International Journal of Electronic Commerce*, 11(4), 125–148. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415110405>
- Pavlou, P. A., & Dimoka, A. (2006). The nature and role of feedback text comments in online marketplaces: Implications for trust building, price premiums and seller differentiation. *Information Systems Research*, 17(4), 392–414. <https://doi.org/10.1287/isre.1060.0106>
- Pearce, R. (1999). Social responsibility in the marketplace : asymmetric information in food labelling, 8(1), 26–36.
- Perri, T. (2016). Online education, signaling, and human capital. *Information Economics and Policy*, 0, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2016.06.001>
- Pezzulo, G., Donnarumma, F., & Dindo, H. (2013). Human Sensorimotor Communication : A Theory of Signaling in Online Social Interactions, 8(11). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0079876>
- Phe-, R. (1972). I shall argue that the paradigm case of the market with this type of informational structure is the job market and will therefore focus upon it . By the end I hope it will be clear (although space limitations will not permit an extended argument) that a, 355–374.

- Proposal, D., & Version, S. (2011). Analyzing Consumer behavior on Product Search Engines : Combining Social Media Analytics , Econometric Modeling and Randomized Experiments.
- Rao, S., Lee, K. B., & Connelly, B. (2017). Return Time Leniency in Online Retail : A Signaling Theory Perspective on Buying, 00(0), 1–31.
- Ravi Sharma 2013 The Emergence of Electronic Word-of-Mouth as a Marketing Channel for the Digital Marketplace indo. (n.d.).
- Ravi Sharma 2013 The Emergence of Electronic Word-of-Mouth as a Marketing Channel for the Digital Marketplace. (n.d.).
- Relationship, T., Consumer, B., Behavior, S., Bei, L., Lin, Y., Yu, C., ... Morwitz, V. (2007). Association for consumer research, 34, 405–408.
- Rui, H., & Whinston, A. B. (2010). Chatter Matters : How Twitter Can Open the Black Box of Online Word-of-Mouth. ICIS 2010 Proceedings, 54, 499–505.
- Russell, G. J. (2014). Brand Choice Models. The History of Marketing Science, 19–46.
- Saad, S., Shah, H., Aziz, J., Jaffari, A., Waris, S., & Ejaz, W. (2012). The Impact of Brands on Consumer Purchase Intentions, 4(2), 105–110.
- Safiranita, T. (2017). Aspek Hukum Transaksi Perdagangan Melalui Media Elektronik Dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, 8(65), 15–23.
- Sagi, A., & Pataki, E. (2009). Consumer Behaviour and Asymmetric Information Theory, 691–697. Retrieved from http://conf.uni-obuda.hu/cinti2009/65_cinti2009_submission.pdf
- Samanta, I. (2014). Strategic marketing in fragile economic conditions. Strategic Marketing in Fragile Economic Conditions. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-6232-2>
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Sosioteknologi*, 15(2), 1–8.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2015). Consumer Behavior Consumer perception. Perception.
- Seals, T. A. (2006). Signals of Trustworthiness in E-Commerce : Consumer Understanding of, 4(December), 17033.
- Security implications of Electronic Commerce - A Survey of Consumers and Businesses. (n.d.).
- Seetharaman, A. P. B., Chib, S., Ainslie, A., Boatwright, P., Chan, T., Gupta, S., ... Strijnev, A. (2005). Choice Behavior Models of Multi-Category. *Marketing Letters*, 16(3), 239–254. <https://doi.org/10.1007/s11002-005-5888-y>
- Shamdasani, P. N., Stanaland, A. J. S., & Tan, J. (2001). *Journal of Advertising Research Location , Location , Location : Insights for Advertising Placement on the Web*, 41(4).
- Sharma, R. S., Morales-Arroyo, M., & Pandey, T. (2012). The Emergence of Electronic Word-of-Mouth as a Marketing Channel for the Digital Marketplace. *Journal of Information, Information Technology, and Organizations*, Vol. 6, 41–61.
- Shih, H., Lai, K., & Cheng, T. C. E. (2013). Informational and Relational Influences on Electronic Word of Mouth: An Empirical Study of an Online Consumer Discussion Forum. *International Journal of Electronic Commerce*, 17(4), 137–166. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415170405>
- SIGNALING - (Oxford Handbooks) Peter Hedström, Peter Bearman-The Oxford Handbook of Analytical Sociology-Oxford University Press (2009).pdf. (n.d.).
- Signaling theory and information asymmetry in online commerce from the seller and buyer perspectives. (n.d.).
- Sismeiro, C., & Bucklin, R. E. (2004). Modeling Purchase Behavior at an E-Commerce Web Site: A Task-Completion Approach. *Journal of Marketing Research*, 41(3), 306–323. <https://doi.org/10.1509/jmkr.41.3.306.35985>
- Song, J., & Mariam, F. (2007). Trust in health infomediaries, 43, 390–407. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.11.011>

- Sotiriadis, M. D., & van Zyl, C. (2013). Electronic word-of-mouth and online reviews in tourism services: The use of twitter by tourists. *Electronic Commerce Research*, 13(1), 103–124. <https://doi.org/10.1007/s10660-013-9108-1>
- Sou, S., & Lee, Y. (2009). Signaling Overhead of Policy and Online Charging Control for Bearer Sessions in LTE Network, 1, 593–597.
- Sparks, B. A., & Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism Management*, 32(6), 1310–1323. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.12.011>
- SPENCE, M. (2014). JOB MARKET SIGNALING **The essay is based on the author's doctoral dissertation ("Market Signalling: The Informational Structure of Job Markets and Related Phenomena," Ph.D. thesis, Harvard University, 1972), forthcoming as a book entitled *Market Signaling. Uncertainty in Economics* (Vol. 87). ACADEMIC PRESS, INC. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-214850-7.50025-5>
- Srinivasan, S. S., Anderson, R., & Ponnavaolu, K. (2002). Customer loyalty in e-commerce : an exploration of its antecedents and consequences, 78, 41–50.
- Srivastava, P. (2013). A Study of Consumer Online Shopping Attitude and Behaviour towards Jewellery. *International Journal of Scientific Research in Recent Sciences*, 1(1), 21–24.
- Suhari, Y. (2010). E-Commerce : Model Perilaku Konsumen. *Jurnal Dinamika Informatika*, 2(2). Retrieved from <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti2/article/view/898>
- Suhartini. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online Di Komunitas Kaskus Semarang, 1–32.
- Sun, C. H. (2008). Asymmetric information and returns to reputation in online auctions. *Manchester School*, 76(3), 336–348. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.2008.01063.x>
- Tapscott, D., Lowy, A., Editor, A., Klym, N., & Hill, M. (n.d.). *Blueprint To The Digital Economy Creating Wealth in the Era of E - business*.
- Thorson, K. S., & Rodgers, S. (2013). Relationships Between Blogs as EWOM and Interactivity, Perceived Interactivity, and Parasocial Interaction. *Journal of Interactive Advertising*, 6(2), 5–44. <https://doi.org/10.1080/15252019.2006.10722117>
- Tsao, H., Berthon, P., & Leyland, F. (2011). Brand signal quality of products in an asymmetric online information environment : An experimental study, 178, 169–178. <https://doi.org/10.1002/cb>
- Tsao, W. C., & Hsieh, M. T. (2015). eWOM persuasiveness: do eWOM platforms and product type matter? *Electronic Commerce Research*, 15(4), 509–541. <https://doi.org/10.1007/s10660-015-9198-z>
- Vilpponen, A., Winter, S., & Sundqvist, S. (2006). Electronic Word-of-Mouth in Online Environments. *Journal of Interactive Advertising*, 6(2), 8–77. <https://doi.org/10.1080/15252019.2006.10722120>
- Walczuch, R., & Lundgren, H. (2004). Psychological antecedents of institution-based consumer trust in e-retailing, 42, 159–177. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.12.009>
- Wang, S., & Beatty, S. E. (n.d.). SIGNALING THE TRUSTWORTHINESS OF, 18(1), 53–69. <https://doi.org/10.1002/dir.10071>
- Wang, Y., Qu, Z., & Tan, B. (2018). How Do Assurance Mechanisms Interact in Online Marketplaces ? A Signaling Perspective, 1–13.
- Weitzl, W. (2017). Measuring Electronic Word-of-Mouth Effectiveness. *Measuring Electronic Word-of-Mouth Effectiveness: Developing and Applying the eWOM Trust Scale*. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-15889-7>
- Welfens, P. J. J., & Weske, M. (n.d.). *Digital Economic Dynamics*.
- Westbrook, R. A. (1987). Product/Consumption-Based Affective Responses and Postpurchase Processes. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 258. <https://doi.org/10.2307/3151636>
- Xin, Y. (2018). Asymmetric Information , Reputation , and Welfare in Online Credit Markets, (2017), 1–56.

- Yang, Q., Qian, X., & Pang, C. (2014). Empirical Study on Consumer Perceived On-line Payment Risk.
- Yin, Q., & Zhi, K. (2011). Study on Multi-agent Based Simulation Process of Signaling Game in e-Commerce, 66–67.
- Yin, Q., Miao, P., & Feng, L. (2011). Signaling Game Analysis on B2C Transaction of Online Pharmacy, 0–3.
- Yoo, C. W., Kim, Y. J., & Sanders, G. L. (2015). The impact of interactivity of electronic word of mouth systems and E-Quality on decision support in the context of the e-marketplace. *Information and Management*, 52(4), 496–505. <https://doi.org/10.1016/j.im.2015.03.001>
- Zhao, Y., Yang, S., Narayan, V., & Zhao, Y. (2013). Modeling Consumer Learning from Online Product Reviews, 32(1), 153–169.

PENGARUH MEDIA PEMBELAJARAN EKONOMI BERBASIS APLIKASI QUIZZ TERHADAP PENINGKATAN MOTIVASI DAN PRESTASI BELAJAR

¹ Firman Sanjaya, ² Afief Maula Novendra, ³Yudho Ramafrizal
Universitas Pasundan

¹ firmanzizz@unpas.ac.id, ² afiefmaulananovendra@unpas.ac.id ³
yudhoramafrizal@unpas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine: (i) a description of quizizz application-based economic learning media (ii) a description of students' learning motivation (iii) a description of student learning achievement (iv) the effect of quizizz application-based economic learning media on increasing learning motivation (v) the effect quizizz application-based economic learning media to increase learning achievement in economics subjects class XI IPS SMAN 9 Bandung. The results showed that: (i) students agreed with the use of quizizz application-based learning media with an average percentage of 3.56, students' learning motivation was considered good with an average of 3.76, student learning achievement was included in the category good with an average of 84.91 (ii) there is an effect of 61.3% between quizizz application-based learning media on students' learning motivation with statistical analysis $t_{count} > t_{table}$ ($10.131 > 2.007$) (iii) there is an effect of 53.6% between quizizz on student achievement with statistical analysis $t_{count} > t_{table}$ ($8.671 > 2.004$).

Keywords: *Quizizz Application, Learning Motivation, Learning Achievement*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (i) gambaran media pembelajaran ekonomi berbasis aplikasi quizizz (ii) gambaran motivasi belajar peserta didik (iii) gambaran prestasi belajar peserta didik (iv) pengaruh media pembelajaran ekonomi berbasis aplikasi quizizz terhadap peningkatan motivasi belajar (v) pengaruh media pembelajaran ekonomi berbasis aplikasi quizizz terhadap peningkatan prestasi belajar pada mata pelajaran ekonomi kelas XI IPS SMAN 9 Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (i) peserta didik setuju dengan penggunaan media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* dengan rata-rata persentase sebesar 3,56, motivasi belajar peserta didik dianggap baik dengan rata-rata sebesar 3,76, prestasi belajar peserta didik termasuk dalam kategori baik dengan rata-rata sebesar 84,91 (ii) terdapat pengaruh sebesar 61,3% antara media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* terhadap motivasi belajar peserta didik dengan analisis statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,131 > 2,007$) (iii) terdapat pengaruh sebesar 53,6% antara *quizizz* terhadap prestasi belajar peserta didik dengan analisis statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,671 > 2,004$).

Kata Kunci: Aplikasi *Quizizz*, Motivasi Belajar, Prestasi Belajar

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di zaman sekarang semakin hari semakin canggih, keberadaan teknologi yang semakin pesat ini sangat dirasakan manfaatnya oleh manusia dalam berbagai aspek salah satunya aspek pendidikan. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2003 tentang Sisdiknas sebagai berikut:

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Banyak kegiatan yang dimudahkan dengan adanya teknologi, hal ini pun berlaku dalam dunia pendidikan yang dimana dengan adanya teknologi ini mempermudah kegiatan belajar mengajar bagi guru dan peserta didiknya. Dampak positif dari adanya teknologi ini yaitu dapat mempermudah guru maupun peserta didik dalam mengakses informasi dari berbagai sumber dan menggunakan berbagai media pembelajaran yang dapat digunakan

dalam pembelajaran supaya pembelajaran dapat berlangsung lebih menyenangkan dan inovatif.

Pada awal tahun 2020 dunia digemparkan dengan adanya kemunculan virus baru yaitu *CoronaVirus Disease* (COVID-19). Virus ini menular dengan mudahnya melalui pernafasan. Semenjak kemunculan virus ini, sudah banyak Negara yang mengkonfirmasi bahwa masyarakatnya sudah banyak yang terinfeksi virus ini. COVID-19 sudah banyak sekali menelan korban jiwa karena penderitanya mengidap virus ini sekaligus mengidap penyakit penyerta lainnya. Sampai akhirnya di awal bulan Maret tahun 2020, Indonesia mengkonfirmasi kasus pertama COVID-19. Dengan adanya pemberitahuan ini, pemerintah melakukan segala upaya untuk meminimalisir penyebaran virus ini seperti contohnya selalu menghimbau masyarakat untuk memakai masker, selalu mencuci tangan dengan sabun dan melakukan *physical distancing*. Namun sayangnya upaya tersebut belum bisa secara maksimal untuk meminimalisir penyebaran virus ini sehingga memaksa pemerintah untuk melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di berbagai wilayah. Dengan ditetapkannya peraturan tersebut untuk beberapa waktu kedepan, mengharuskan kepada semua perusahaan atau pabrik-pabrik untuk mempekerjakan karyawannya dari rumah. Sama halnya dengan guru dan peserta didik, mereka terpaksa melaksanakan kegiatan pembelajaran secara daring dari rumah masing-masing sesuai dengan anjuran pemerintah yang berdasarkan pada Surat Edaran Mendikbud Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pendidikan Dalam Masa Darurat *CoronaVirus Disease* (COVID-19), sehingga dengan pembelajaran yang dilakukan secara daring ini, memaksa tenaga pendidik khususnya untuk lebih memaksimalkan lagi dalam pemanfaatan teknologi yang ada supaya pembelajaran tetap bisa berlangsung meskipun hanya dilakukan dari rumah. Pelaksanaan pembelajaran daring perlu didukung dengan kecakapan siswa dalam menggunakan teknologi dan motivasi untuk tetap melaksanakan pembelajaran dengan baik. Dalam proses pembelajaran motivasi belajar peserta didik itu penting sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan peserta didik dalam mencapai prestasi belajar.

Menurut Sitorus (2020, hlm. 56) menyatakan bahwa motivasi merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi tingkah laku manusia, selain itu motivasi sering disebut sebagai pendorong dan keinginan yang dapat membuat seseorang merasa bersemangat. Menurut Monika dan Adman dalam Andriani & Rasto (2019, hlm. 81) motivasi belajar adalah daya pendorong dari dalam diri maupun juga dari luar untuk melakukan aktivitas belajar dan menumbuhkan semangat dalam belajar.

Motivasi belajar itu penting dalam kegiatan belajar mengajar karena motivasi dapat mendorong semangat belajar peserta didik. Tidak hanya motivasi tapi juga media pembelajaran salah satu faktor yang dapat mempengaruhi prestasi belajar, prestasi belajar menurut Rosyid, dkk (2019, hlm. 9) bahwa prestasi belajar adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan pembelajaran dan dinyatakan dalam bentuk angka, huruf, simbol, maupun kalimat yang disertai dengan perubahan yang dicapai peserta didik.

Menurut Slameto dalam Ariani (2014, hlm. 2) bahwa secara garis besar prestasi belajar dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri peserta didik yang meliputi disiplin belajar, kondisi fisiologis (keadaan fisik peserta didik), kondisi psikologis (kecerdasan, minat, bakat dan motivasi). Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri peserta didik yang meliputi faktor lingkungan, alat instrumen (kurikulum, metode, media pembelajaran, sarana fasilitas sekolah serta peran guru).

Berdasarkan pembahasan di atas peneliti melaksanakan observasi awal menggunakan penyebaran angket ke kelas XI IPS dan wawancara pada guru mata pelajaran ekonomi di SMAN 9 Bandung:

Tabel 1. 1 Hasil Perhitungan Angket Observasi Awal Peserta Didik Kelas XI IPS

Rentang Nilai Motivasi Belajar	Kelas XI IPS	Presentase (%)
>71	20	35,7 %
<71	36	64,3%
Total	56	100%

Berdasarkan dari hasil perhitungan angket observasi awal di atas, dapat diketahui bahwa persentase motivasi belajar peserta didik diatas 71 sebesar 35,7% atau sebanyak 20 peserta didik dari jumlah keseluruhan sebanyak 56 peserta didik dan untuk motivasi belajar peserta didik dibawah 71 sebesar 64,3% atau sebanyak 36 peserta didik dari total keseluruhan peserta didik sebanyak 56. Dari perhitungan itu maka dapat disimpulkan bahwa motivasi belajar peserta didik kelas XI IPS SMAN 9 Bandung masih rendah, hal ini terlihat dari pernyataan angket yang disebar bahwa masih banyak peserta didik yang hanya mengharapkan materi yang diberikan oleh guru saja tanpa mencari tahu atau mempelajari dahulu terkait materi yang akan dipelajari dan juga masih banyak peserta didik yang tidak mengerjakan tugas tepat pada waktunya. Berdasarkan hasil perhitungan angket motivasi belajar rendah maka akan berdampak terhadap prestasi belajar siswa. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil ulangan harian mata pelajaran ekonomi yang dipaparkan di bawah ini:

Tabel 1. 2 Hasil Ulangan Harian Mata Pelajaran Ekonomi Kelas XI IPS SMAN 9

Bandung Tahun Ajaran 2020/2021

Nilai	Kelas			Frekuensi (Orang)	KKM
	XI IPS 2	XI IPS 3	XI IPS 4		
93-100	0	0	0	0	75
84-92	3	3	2	8	
75-83	15	12	9	36	
<75	13	16	19	48	
JUMLAH	31	31	30	92	

Sumber: Data sekolah (data diolah)

Berdasarkan dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa prestasi belajar peserta didik masih belum optimal hal ini dapat dilihat masih banyak peserta didik yang mendapatkan nilai dibawah Kriteria Ketuntasan Minimum (KKM) yang telah ditetapkan oleh sekolah yaitu 75. Masih belum ditemukan peserta didik yang mendapatkan nilai dengan kategori sangat baik sedangkan untuk peserta didik yang mendapatkan nilai dengan kategori baik hanya sebesar 8,69% dari total jumlah peserta didik sebanyak 92 orang. Peserta didik yang mendapatkan nilai dengan kategori cukup sebesar 39,13% atau sama dengan sebanyak 36 peserta didik dan yang terakhir peserta didik yang mendapatkan nilai dibawah 75 dan termasuk kedalam kategori kurang yaitu sebesar 52,17%.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 19 April 2021 dengan salah satu guru mata pelajaran ekonomi di SMAN 9 Bandung bahwa masih banyak siswa yang kurang termotivasi dengan pembelajaran yang dilakukan secara daring, hal ini terlihat dari banyak perilaku peserta didik yang tidak mengerjakan tugas, kurangnya pemahaman peserta didik terkait dengan materi pembelajaran, segan untuk bertanya ketika menghadapi kesulitan terkait materi yang diberikan, masih banyaknya tugas yang tidak dikumpulkan, sering terlambat mengumpulkan tugas dan kurang terciptanya kegiatan pembelajaran secara aktif sehingga peserta didik kurang termotivasi dalam pembelajaran, kurangnya motivasi belajar akan berdampak terhadap prestasi belajar.

Berdasarkan pemaparan di atas dan mengacu pada kondisi seperti ini, maka salah satu hal yang dapat menumbuhkan motivasi dan meningkatkan prestasi belajar peserta didik adalah dengan penggunaan media pembelajaran yang dapat menarik perhatian peserta didik. Menurut Hamalik dalam Alannasir (2016, hlm. 88) bahwa penggunaan media pembelajaran dalam kegiatan mengajar dapat membangkitkan keinginan dan minat baru, membangkitkan motivasi peserta didik dan merangsang kegiatan belajar, serta mempengaruhi psikologis peserta didik. Penggunaan media pembelajaran yang menarik pada saat pembelajaran daring maupun luring sangat penting dalam pelaksanaannya karena dengan penggunaan media pembelajaran dapat memicu kepada semangat peserta didik, selain itu juga dengan penggunaan media pembelajaran yang tepat maka pesan dalam pembelajaran dapat tersampaikan dengan baik.

Dalam hal ini pun pendidik harus dapat menciptakan suasana baru yang mampu menciptakan pembelajaran yang menyenangkan, aktif dan kreatif. Seperti dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 Pasal 40 ayat 2 tentang Sistem Pendidikan Nasional bahwa pendidik berkewajiban untuk menciptakan suasana pendidikan yang bermakna, menyenangkan, kreatif, dinamis, dan dialogis. Menurut Salirawati (2018, hlm. 77) bahwa suasana baru dalam proses pembelajaran akan mendorong motivasi peserta didik agar belajar lebih giat lagi yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap prestasi belajarnya.

Salah satu media pembelajaran yang menarik yang dapat dijadikan sebagai alat dalam kegiatan pembelajaran yang dapat digunakan untuk menumbuhkan motivasi belajar dan meningkatkan prestasi belajar dan menciptakan pembelajaran yang menyenangkan, aktif dan kreatif adalah media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz*. *Quizizz* menurut Suhartatik (2020, hlm. 6) merupakan sebuah kuis interaktif yang digunakan dalam pembelajaran di kelas yang dapat digunakan untuk penilaian harian, penilaian tengah semester dan penilaian akhir semester. *Quizizz* merupakan suatu platform media pembelajaran berbasis game edukasi, menggunakan *quizizz* membuat peserta didik menjadi lebih aktif dalam proses pembelajaran. Dalam aplikasi *quizizz* terdapat banyak fitur yang dapat digunakan oleh tenaga pendidik terutama dalam menguji pemahaman peserta didik terhadap pembelajaran dalam prosesnya penggunaan *quizizz* dapat digunakan sebagai latihan awal dan akhir pembelajaran. Melalui *quizizz* juga, guru dapat memantau hasil pengisian soal peserta didik dan juga menggunakan media pembelajaran ini guru dapat mengatur waktu yang diberikan untuk peserta didik sehingga sekaligus dapat digunakan sebagai latihan peserta didik untuk menjawab pertanyaan dengan cepat dan tepat. Dalam penggunaan *quizizz* pun sangat mudah diakses melalui laptop atau komputer dan gawai. Peserta didik pengguna aplikasi *quizizz* ini cenderung memberikan perubahan dibandingkan dengan kegiatan pembelajaran yang biasa saja.

KAJIAN TEORI

Menurut Hamid dkk (2020, hlm. 37) mengemukakan bahwa media pembelajaran adalah alat yang digunakan oleh guru untuk mencapai tujuan pembelajaran. Menurut Rayanda Asyar dalam Rusmini, R, (2019, hlm. 270), bahwa "Media pembelajaran dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang dapat menyampaikan atau menyalurkan pesan dari sumber secara terencana, sehingga terjadi lingkungan belajar yang kondusif dimana penerimanya dapat melakukan proses belajar secara efisien dan efektif".

Quizizz menurut Suhartatik (2020, hlm. 6) merupakan sebuah kuis interaktif yang digunakan dalam pembelajaran di kelas yang dapat digunakan untuk penilaian harian, penilaian tengah semester dan penilaian akhir semester. Menurut artikel yang diunggah oleh <https://quizizz.zendesk.com> mengatakan bahwa *quizizz* itu adalah alat belajar mandiri yang dapat digunakan oleh guru dan siswa mulai dari TK sampai dengan Perguruan Tinggi.

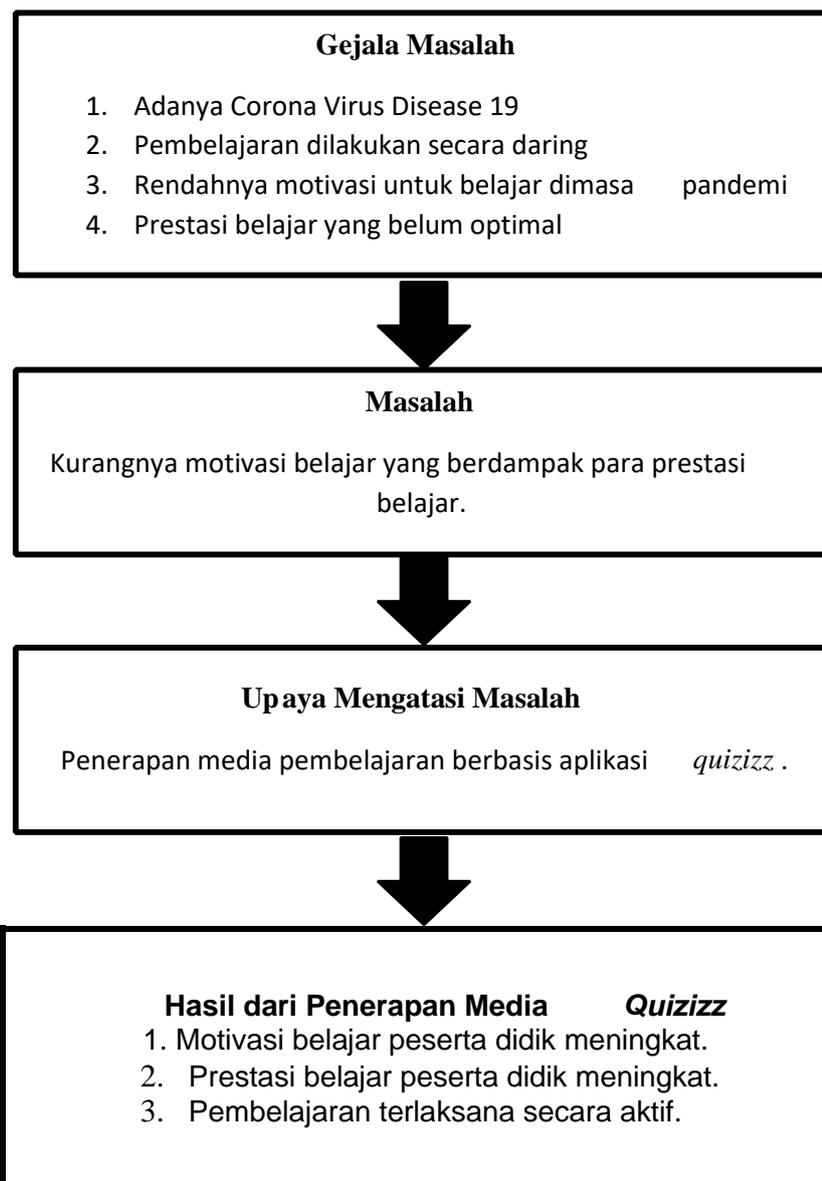
Menurut Monika dan Adman dalam Andriani & Rasto (2019, hlm. 81) motivasi belajar adalah daya pendorong dari dalam diri maupun juga dari luar untuk melakukan aktivitas belajar dan menumbuhkan semangat dalam belajar.

Rosyid, dkk (2019, hlm 9) bahwa prestasi belajar adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan pembelajaran dan dinyatakan dalam bentuk angka, huruf, simbol, maupun kalimat yang disertai dengan perubahan yang dicapai peserta didik.

Rendahnya motivasi belajar peserta didik akan berpengaruh terhadap peningkatan prestasi belajar peserta didik. Menurut Slameto dalam Ariani (2014, hlm. 2) bahwa secara garis besar prestasi belajar dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri peserta didik yang meliputi disiplin belajar, kondisi fisiologis (keadaan fisik peserta didik), kondisi psikologis (kecerdasan, minat, bakat dan motivasi). Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri peserta didik yang meliputi faktor lingkungan, alat instrumen (kurikulum, metode, media pembelajaran, sarana fasilitas sekolah serta peran guru). Rendahnya prestasi belajar terlihat dari nilai yang diperoleh peserta didik yang cenderung menurun.

Menurut Hamalik dalam Arsyad (2016, hlm. 88) bahwa penggunaan media pembelajaran dalam kegiatan mengajar dapat membangkitkan keinginan dan minat baru, membangkitkan motivasi peserta didik dan merangsang kegiatan belajar, serta mempengaruhi psikologis peserta didik. Salah satu media pembelajaran yang menarik yang dapat dijadikan sebagai alat dalam kegiatan pembelajaran yang dapat digunakan untuk menumbuhkan motivasi belajar dan meningkatkan prestasi belajar dan menciptakan pembelajaran yang menyenangkan, aktif dan kreatif adalah media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz*. *Quizizz* merupakan suatu platform media pembelajaran berbasis game edukasi, menggunakan *quizizz* membuat peserta didik menjadi lebih aktif dalam proses pembelajaran. Melalui *quizizz* juga, guru dapat memantau hasil pengisian soal peserta didik dan juga menggunakan media pembelajaran ini guru dapat mengatur waktu yang diberikan untuk peserta didik sehingga sekaligus dapat digunakan sebagai latihan peserta didik untuk menjawab pertanyaan dengan cepat dan tepat.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat digambarkan kerangka pemikiran serta paradigma penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2. 15 Kerangka Pemikiran

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan pengolahan data SPSS 25. Instrumen penelitian ini sebelum disebar ke responden dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling* dimana sampel yang digunakan telah ditetapkan ciri-ciri dan karakteristik khusus sebelumnya yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2019, hlm. 127) "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah kelas yang dalam proses pembelajarannya menggunakan *quizizz* sebagai media pembelajaran. Kelas XI IPS yang menggunakan media *quizizz* dalam pembelajarannya adalah kelas XI IPS 4 dan XI IPS 5, melihat dari kriteria tersebut maka subjek yang akan dijadikan sampel dalam penelitian adalah kelas XI IPS 4 dan XI IPS 5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* terhadap peningkatan motivasi dan prestasi belajar pada mata pelajaran

ekonomi kelas XI IPS SMAN 9 Bandung. Data variabel media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* (X) dan motivasi belajar (Y1) diperoleh melalui *Google Form* yang disebar kepada 67 peserta didik. Peserta didik atau responden akan menentukan nilai pada setiap item pernyataan menggunakan skala *likert* sedangkan pada variabel prestasi belajar (Y2) data diperoleh menggunakan studi dokumentasi berdasarkan hasil ulangan ekonomi menggunakan *quizizz* di kelas XI IPS 4 dan 5 yang berjumlah 67 orang.

1. Gambaran umum tentang media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz*, motivasi belajar dan prestasi belajar peserta didik di kelas XI IPS 4 dan 5 SMAN 9 Bandung.

a. Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi Quizizz

Quizizz menurut Suhartatik (2020, hlm. 6) merupakan sebuah kuis interaktif yang digunakan dalam pembelajaran di kelas yang dapat digunakan untuk penilaian harian, penilaian tengah semester dan penilaian akhir semester. Adapun manfaat *quizizz* menurut Kartika, F (2020, hlm. 53-54) yaitu sebagai berikut:

1. Media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* dapat dengan mudah diakses dimanapun dan kapanpun.
2. Dalam aplikasi *quizizz* terdapat banyak fitur yang membantu dan mempermudah peserta didik dalam memahami pelajaran.
3. Peserta didik menjadi lebih aktif.
4. Penggunaan *quizizz* dalam proses pembelajaran akan meningkatkan aktivitas belajar peserta didik.
5. *Quizizz* dapat digunakan oleh guru untuk mengadakan latihan sekaligus evaluasi.
6. *Quizizz* dapat meningkatkan motivasi dan hasil belajar peserta didik.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang didapatkan dari penyebaran angket yang terdiri dari 14 item pernyataan yang disebar melalui *Google Form* kepada 67 peserta didik diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju pada hampir setiap item pernyataan variabel media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* (X). Hal ini terlihat pada tabel rekapitulasi skor rata-rata bahwa diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,56 dengan persentase 71,31% dan termasuk kategori baik. Sehingga dapat dikatakan sebagian besar peserta didik kelas XI IPS 4 dan IPS 5 setuju dengan penggunaan media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz*.

b. Motivasi Belajar

Menurut Monika dan Adman dalam Andriani & Rasto (2019, hlm. 81) motivasi belajar adalah daya pendorong dari dalam diri maupun juga dari luar untuk melakukan aktivitas belajar dan menumbuhkan semangat dalam belajar

Menurut Uno, H (2016, hlm. 23) motivasi belajar timbul karena faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik, di bawah ini merupakan indikator dari faktor intrinsik dan ekstrinsik:

1. Indikator Faktor Intrinsik:
 - a. adanya hasrat dan keinginan berhasil
 - b. adanya dorongan dan kebutuhan dalam belajar
 - c. adanya penghargaan dan cita-cita masa depan
2. Indikator Faktor Ekstrinsik:
 - a. adanya penghargaan dalam belajar
 - b. adanya kegiatan yang menarik dalam belajar
 - c. adanya lingkungan belajar yang kondusif

Berdasarkan hasil pengolahan data yang didapatkan dari penyebaran angket yang terdiri dari 11 item pernyataan yang disebar melalui *Google Form* kepada 67 peserta didik diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju pada hampir setiap item pernyataan variabel motivasi belajar (Y1). Hal ini terlihat pada tabel rekapitulasi skor rata-rata bahwa diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,76 dengan persentase 75,26% dan termasuk kategori baik. Sehingga dapat dikatakan sebagian besar peserta didik kelas XI IPS 4 dan IPS 5 sudah memiliki motivasi belajar yang baik.

c. Prestasi Belajar

Pendapat lain dituturkan oleh Rosyid, dkk (2019, hlm 9) bahwa prestasi belajar adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan pembelajaran dan dinyatakan dalam bentuk angka, huruf, simbol, maupun kalimat yang disertai dengan perubahan yang dicapai peserta didik. Syah dalam Purnaningtyas, A & Suharto dalam Syaefi, A (2017, hlm. 26) mengelompokkan indikator prestasi belajar dalam tiga indikator:

1. Ranah Cipta (Kognitif)
2. Ranah Rasa (Afektif)
3. Ranah Karsa (Psikomotorik)

Berdasarkan pada tabel rekapitulasi hasil ulangan peserta didik kelas IX IPS 4 dan 5 bahwa terdapat 9 peserta didik yang memperoleh nilai pada rentang antara 92-100 atau 13,4% dengan predikat sangat baik (A), 27 peserta didik memperoleh nilai pada rentang 84-92 atau 40,3% dengan predikat baik (B), 30 peserta didik mendapatkan nilai pada rentang 75-83 atau 44,8% dengan predikat cukup (C) dan terakhir 1 peserta didik atau 1,5% mendapatkan nilai lebih kecil dari 75 dengan predikat perlu bimbingan (D). Dari yang telah dijelaskan di atas maka dapat disimpulkan jumlah seluruh nilai peserta didik adalah 5.689 sehingga diperoleh rata-rata prestasi belajar peserta didik kelas XI IPS 4 dan IPS 5 adalah 84,91 dan dapat dikatakan "baik" artinya mayoritas prestasi belajar peserta didik sudah mencapai Kriteria Ketuntasan Minimal (KKM) mata pelajaran ekonomi kelas XI yaitu 75.

2. Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi Quizizz Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Peserta Didik Kelas XI IPS 4 dan IPS 5 SMAN 9 Bandung.

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan *IBM SPSS Statistics Version 25.0* uji regresi dan uji hipotesis menggunakan uji t diketahui bahwa terdapat pengaruh media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* terhadap peningkatan motivasi belajar. Terlihat pada tabel 4.46 bahwa variabel media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* (X) terhadap motivasi belajar (Y1) nilai t hitung adalah 10,131 > 2,007 dan nilai signifikansi untuk pengaruh X terhadap Y1 sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima karena terdapat pengaruh variabel X terhadap Y1. Hal lain ditunjukkan pula pada tabel 4.42 yaitu pada nilai koefisien regresi linier sederhana bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,635 artinya, apabila media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* (variabel X) meningkat 1 poin maka akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,635 pada motivasi belajar (variabel Y1). Selanjutnya untuk melihat apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y1 terdapat pada tabel 4.43 bahwa nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 sehingga dapat dikatakan bahwa media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* (X) berpengaruh terhadap peningkatan motivasi belajar (Y1) karena nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05. Berdasarkan hasil pengolahan data pada koefisien determinasi pada variabel X terhadap Y1 dapat diketahui perolehan nilai *R Square* pada tabel 4.48 sebesar 0,613 atau setara dengan 61,3% sehingga dapat dikatakan media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* mampu menjelaskan variasi variabel motivasi belajar sebesar 61,3% dengan kriteria "kuat".

Hasil penelitian ini diperkuat oleh teori menurut Hamalik dalam Alannasir (2016, hlm. 88) bahwa penggunaan media pembelajaran dalam kegiatan mengajar dapat membangkitkan keinginan dan minat baru, membangkitkan motivasi peserta didik dan merangsang kegiatan belajar, serta mempengaruhi psikologis peserta didik. Maka dari itu media pembelajaran dapat menumbuhkan motivasi dan semangat belajar peserta didik. Adapun teori menurut Sudjana dan Rivai dalam Mulyadi, dkk (2016, hlm. 45) bahwa manfaat dari media pembelajaran pembelajaran dalam proses belajar adalah pembelajaran akan terasa lebih menarik perhatian peserta didik sehingga akan menumbuhkan motivasi belajar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mulyadi, Ramdhany dan Tilawati (2016, hlm. 48) dimana berdasarkan penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media pembelajaran berpengaruh secara positif terhadap motivasi belajar peserta didik kelas XII IPS di SMA Negeri 18 Bandung selain itu

juga menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Solikah (2019, hlm.7) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh media interaktif *quizizz* terhadap motivasi belajar dan pada penelitian yang dilakukan oleh Haryati (2021, hlm. 69) menyebutkan bahwa penggunaan aplikasi *quizizz* berpengaruh terhadap motivasi belajar peserta didik.

3. Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi *Quizizz* Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Peserta Didik Kelas XI IPS 4 dan IPS 5 SMAN 9 Bandung.

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan *IBM SPSS Statistics Version 25.0* uji regresi dan uji hipotesis menggunakan uji t diketahui bahwa terdapat pengaruh media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* terhadap peningkatan motivasi belajar. Terlihat pada tabel 4.47 bahwa pada variabel media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* (X) terhadap prestasi belajar (Y2) nilai thitung adalah $8,671 > 2,004$ dan nilai signifikansi untuk pengaruh X terhadap Y2 sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima karena terdapat pengaruh variabel X terhadap Y2. Hal lain ditunjukkan pula pada tabel 4.44 yaitu pada nilai koefisien regresi linier sederhana bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,563 artinya, apabila media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* (variabel X) meningkat 1 poin maka akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,563 pada prestasi belajar (variabel Y2). Selanjutnya di bawah ini disajikan tabel pengolahan data untuk melihat apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y2. Selanjutnya pengolahan data untuk melihat apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y2 terdapat pada tabel 4.45 bahwa nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 sehingga dapat dikatakan bahwa media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* (X) berpengaruh terhadap peningkatan prestasi belajar (Y2) karena nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05. Berdasarkan hasil pengolahan data pada koefisien determinasi variabel X terhadap Y2 dapat diketahui perolehan nilai *R Square* pada tabel 4.49 sebesar 0,536 atau setara dengan 53,6% sehingga dapat dikatakan media pembelajaran berbasis aplikasi *quizizz* mampu menjelaskan variasi variabel prestasi belajar sebesar 53,6% dengan kriteria "kuat".

Hasil penelitian ini diperkuat oleh teori Slameto dalam Ariani (2014, hlm 2) bahwa secara garis besar prestasi belajar dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri peserta didik yang meliputi disiplin belajar, kondisi fisiologis (keadaan fisik peserta didik), kondisi psikologis (kecerdasan, minat, bakat dan motivasi). Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri peserta didik yang meliputi faktor lingkungan, alat instrumen (kurikulum, metode, media pembelajaran, sarana fasilitas sekolah serta peran guru). Oleh Karena itu media pembelajaran berpengaruh terhadap prestasi belajar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, dkk (2018, hlm. 180) menunjukkan bahwa media pembelajaran ekonomi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi belajar peserta didik.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara media pembelajaran ekonomi berbasis aplikasi *quizizz* terhadap motivasi belajar peserta didik kelas XI IPS 4 dan 5 di SMAN 9 Bandung sebesar 61,3% dan terdapat pengaruh media pembelajaran ekonomi berbasis aplikasi *quizizz* terhadap prestasi belajar peserta didik kelas XI IPS 4 dan 5 di SMAN 9 Bandung sebesar 53,6%.

PENUTUP

Berdasarkan dari data yang diperoleh dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner dan juga hasil ulangan serta hasil ulangan serta hasil pengolahan secara keseluruhan yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu pengaruh media pembelajaran ekonomi berbasis aplikasi *quizizz* terhadap peningkatan motivasi dan prestasi belajar pada mata pelajaran ekonomi kelas XI di SMAN 9 Bandung maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Peserta didik setuju dengan penggunaan media pembelajaran ekonomi berbasis aplikasi *quizizz* pada mata pelajaran ekonomi dengan perolehan skor 3,56 dan persentase sebesar 71,3%. Motivasi belajar peserta didik pada mata pelajaran ekonomi dinilai baik dengan rata-rata sebesar 3,76 dan persentase sebesar 75,26%. Prestasi

belajar peserta didik pada mata pelajaran ekonomi berada pada kategori baik dengan nilai rata-rata 84,96. Namun masih ada peserta didik yang membutuhkan bimbingan lebih lanjut.

2. Media pembelajaran ekonomi berbasis aplikasi *quizizz* memiliki pengaruh terhadap motivasi belajar peserta didik pada mata pelajaran ekonomi sebesar 61,3% dan sisanya sebesar 38,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Hal tersebut juga dibuktikan pada pengujian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.
3. Media pembelajaran ekonomi berbasis aplikasi *quizizz* memiliki pengaruh terhadap prestasi belajar peserta didik pada mata pelajaran ekonomi sebesar 53,6% dan sisanya sebesar 46,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Hal tersebut juga dibuktikan pada pengujian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Dailiati, S. (2018). *Kebijakan Retribusi Kebersihan Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Fathnur, S. (2018). *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas Dan Eksperimental Dilengkapi dengan Analisis Data Program SPSS*. Yogyakarta, Deepublish.
- FKIP Universitas Pasundan. (2021). *Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Hamid, M A., Ramadhani, R., Masrul., Juliana., Safitri, M., Munsarif, M., Jamaludin., Simarmata, J. (2020). *Media Pembelajaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Jalianus, N., AMbiyar. (2016). *Media & Sumber Pembelajaran*. Jakarta: Kencana.
- Kustandi, C., Darmawan, D. (2020). *Pengembangan Media Pembelajaran*. Jakarta: Kencana.
- Lestari, E. T. (2020). *Cara Praktis Meningkatkan Motivasi Siswa Sekolah Dasar*. Sleman: Budi Utama.
- Morissan. (2016). *Statistik Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Paksi, H. P., Ariyanti, L. (2020). *Sekolah Dalam Jaringan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Pasaribu, E. Z., Rahmi, S. Y., Ritonga, M. W., Wtrianthos, E. Ritonga, W. A., Rangkuti, R. K. Harajap, N. (2020). *Belajar Statistika: Siapa Takut Dengan SPSS*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Payadnya, I. P. A. A., & Atmaja, I. M. D. (2020). *Implementasi Strategi Pembelajaran "What-If"*. Sleman: Deepublish.
- Qomusuddin, I. F. (2019). *Statistik pendidikan (Lengkap dengan aplikasi IMB SPSS Statistic 20.0)*. Sleman: Deepublish.
- Ramdhani, R., Wirapraja, A., Sulaiman, O. K., Safitri, M., Jamaludin, Gandasari, D., Irawan, E., Masrul., Sudra, R. I., Ahdiyati, M. (2020). *Platform Asesmen Untuk Pembelajaran Daring: Teori & Praktik*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Rosyid, M. Z., Mansyur, M., IP, S., & Abdullah, A. R. (2019). *Prestasi belajar*. Malang: Literasi Nusantara.
- Salirawati, D. (2018). *Smart Teaching Solusi Menjadi Guru Profesional*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Setiani, A & Doni, J. P (2018). *Manajemen Peserta Didik dan Model Pembelajaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sitorus, R. M. T. (2020). *Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Siyoto, S., & Sodik, Ali, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhartatik, T. (2020). *Best Practice Implikasi Media Quizizz Berbasis Android Terhadap Kualitas Pembelajaran Dalam Mencetak Siswa Berprestasi Di Tingkat Nasional*. Malang: Ahlimedia Press.
- Suzana, Y., Jayanto, I. (2021). *Teori Belajar & Pembelajaran*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Uno, H. B. (2016). *Teori Motivasi dan Pengukurannya Analisis Di Bidang Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumber Jurnal:**
- Adam, L. (2020). Pengetahuan Penderita Tuberkulosis Paru Terhadap Kepatuhan Minum Obat Anti Tuberkulosis. *Jambura Health and Sport Journal*, 2(1), halaman 44-45.
- Alannasir, W. (2016). Pengaruh penggunaan media animasi dalam pembelajaran IPS terhadap motivasi belajar siswa kelas iv sd negeri mannuruki. *Journal of Educational Science and Technology (EST)*, 2(2): 88.
- Andriani, R., & Rasto, R. (2019). Motivasi belajar sebagai determinan hasil belajar siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran (JPManper)*, 4(1), halaman 81.
- Bungsu, T. K., Vilardi, M., Akbar, P., & Bernard, M. (2019). Pengaruh Kemandirian Belajar Terhadap Hasil Belajar Matematika Di Smkn 1 Cihampelas. *Journal on Education*, 1(2), 382-389. Halaman 385
- Dwi Kurino, Y. (2015). Pengaruh Contextual Teaching & Learning dan Direct Intruccion terhadap Peningkatan Kemampuan Pemahaman Matematis Siswa SD. *Jurnal Cakrawala Pendas*, 1(1): halaman 6
- Emda, Amna. (2017). kedudukan motivasi belajar siswa dalam pembelajaran. *Lantanida Journal*. V (2). Halaman 175
- Fajri, N., Yoesoef, A., & Nur, M. (2016). Pengaruh Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Talking Stick Dengan Strategi Joyful Learning Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS kelas VII MTsN Meuraxa Banda Aceh. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 1(1): halaman 101

- Hidayat, S., Riyanto, P., & Rosman, D. B. (2018). Pengaruh Metode Bermain Terhadap Peningkatan Passing Bawah Dalam Permainan Bola Voli Siswa Eksrakurikuler SMK Negeri 1 Subang. *Biomatika: Jurnal ilmiah fakultas keguruan dan ilmu pendidikan*, 4(01). Halaman 5
- Manurung, I. F. U., & Nurhairani, N. Pemanfaatan Aplikasi Quizizz Dalam Pembelajaran Tematik Uuntuk Mengidentifikasi Hasil Belajar Mahasiswa PGSD. *JS (Jurnal Sekolah)*, 4(2), 298.
- Mediawati, E. (2010). Pengaruh motivasi belajar mahasiswa dan kompetensi dosen terhadap prestasi belajar. *Dinamika Pendidikan*, 5(2). Halaman 2
- Mulyadi, A. (2016). Pengaruh penggunaan media pembelajaran terhadap motivasi belajar siswa pada mata pelajaran akuntansi. *JPAK: Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*, 4(1), hlm 48
- Nuraini, Z. (2020). Hubungan Afiliasi dan Peer Support dengan motivasi belajar pada siswa SMP (*Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya*): halaman 19
- Nurhidayah, K. U. (2019). Peningkatan Hasil Belajar IPA Materi Benda dan Sifatnya Menggunakan Metode Demonstrasi dengan Media Visual Tiga Dimensi Pada Siswa Kelas V MI Ma'arif Global Blotongan Tahun Pelajaran 2018/2019 (*Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA*). Halaman 17
- Nurmala, D. A., Tripalupi, L. E., & Suharsono, N. (2014). Pengaruh motivasi belajar dan aktivitas belajar terhadap hasil belajar akuntansi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1). Halaman 2 & 6
- Oktiani, I. (2017). Kreativitas Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik. *Jurnal Kependidikan*, 5(2): halaman 224 & 219.
- Pramuaji, A. (2017). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif pada Materi Pengenalan Corel Draw sebagai Sarana Pembelajaran Desain Grafis di SMK Muhammadiyah 2 Klaten Utara. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 2(2): halaman 185
- Pratiwi, I. T. M., & Meilani, R. I. (2018). Peran media pembelajaran dalam meningkatkan prestasi belajar siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran (JPManper)*, 3(2). halaman 180
- Rusmini, R. (2019). Meningkatkan Kemampuan Siswa dalam Menjumlahkan dan Mengurangkan Suatu Bilangan dengan Bantuan Media Batu Kerikil di Kelas I SDN 177/I Tapah Sari. *Jurnal Gentala Pendidikan Dasar*, 4(2): halaman 270
- Sarlin, M., & Mursid, K. (2020). Hubungan Antara Minat Belajar dan Prestasi Belajar Siswa pada Pembelajaran IPS di Sekolah Dasar. *JAMBURA Elementary Education Journal*: halaman 2
- Solikah, H. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Interaktif Quizizz terhadap Motivasi dan Hasil Belajar Siswa pada Materi Teks Persuasif Kelas VIII di SMPN 5 Sidoarjo Tahun Pelajaran 2019/2020. *BAPALA*, 7(3). Halaman 7

- Sumenge, A. S. (2013). Analisis Efektifitas dan Efisiensi Pelaksanaan Anggaran Belanja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3): halaman 77
- Syafei, D. (2017). Pengaruh Prokratinasi Dan Lingkungan Terhadap Prestasi Belajar Kelas VIII Putri DI MTs Sunan Pandanaran Sleman Yogyakarta. Halaman 26 & 28.
- Syafi'i, A., Marfiyanto, T., & Rodiyah, S. K. (2018). Studi Tentang Prestasi Belajar Siswa Dalam Berbagai Aspek Dan Faktor Yang Mempengaruhi. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(2): halaman 118

Sumber Skripsi:

- Abrimanto, A. G. (2017). *Kinerja Badan Permusyawaratan Desa Dalam Meningkatkan Pembangunan Masyarakat: Studi Kasus BPD Desa Lembang Kec. Lembang Kabupaten Bandung Barat* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia). Halaman 41
- Capriati, Z. F. (2019). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Di Koperasi Visiana Bakti Tvri Jakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Pamulang). Halaman 70
- Gunawan, A., Machasin, M., & Fitri, K. (2017). *Pengaruh Kompensasi dan Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Perawat yang Dimediasi oleh Motivasi Kerja pada Rumah Sakit Bina Kasih Pekanbaru*. (Doctoral dissertation, Riau University). Halaman 878
- Kusuma, Y. A. *Efektivitas Penggunaan Aplikasi Quizizz Dalam Pembelajaran Daring (Online) Fisika Pada Materi Usaha Dan Energi Kelas X MIPA Di SMA Masehi Kudus Tahun Pelajaran 2019/2020*: halaman 11
- Melani, M. N. (2019). *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Profesi Guru Terhadap Minat Menjadi Guru (Survey pada Mahasiswa FKIP Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 Universitas Pasundan)*. (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS). Halaman 56
- Muhammad, G. (2020). *Analisis Kepuasan Pelayanan Pada Angkutan Umum Bus Dunia Mas Jurusan Mataram-Bima* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram). Halaman 14-15
- Ramadhan, F. R. (2016). *Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Riotic Store* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Siahaan, T. Y. R. (2016). *Hubungan Penggunaan Media Visual Gambar Dengan Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPA Kelas V SD 020264 Binjai Kec. Binjai Utara TA 2016/2017*. (Doctoral dissertation, UNIMED): halaman 4- 5 halaman 55-56.
- Tristania, M. (2017). *Pengaruh Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di PT Insansandang Internusa Rancaekek Bandung* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung). Halaman 77

Sumber Webpage:

<https://quizizz.zendesk.com/>. Diakses pada tanggal 27 September 2021

Sumber Perundang-Undangan:

- Pemerintah Indonesia. 2003. *Undang-Undang Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2003 tentang Sisdiknas*. Lembaran RI No. 20. Jakarta: Sekretariat Negara
- Pemerintah Indonesia. 2020. *Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pendidikan Dalam Masa Darurat CoronaVirus Disease (COVID-19)*. Lembaran RI No. 4. Jakarta: Sekretariat Negara
- Pemerintah Indonesia. 2020. *Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 Pasal 40 ayat 2 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Lembaran RI. Jakarta: Sekretariat Negara

PENGARUH PENERAPAN METODE *MIND MAPPING* TERHADAP HASIL BELAJAR AKUNTANSI PADA SISWA KELAS X

Veri Aryanto Sopiansah, Leni Maryani, Yudho Ramafrizal
Prodi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas
Pasundan

veriaryanto@unpas.ac.id, lenimaryani@unpas.ac.id, yudhoramafrizal@unpas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of applying the mind mapping method to learning outcomes in accounting. The research method used is the experimental method. Data collection techniques from this study included participant observation and learning achievement tests. The population in this study were class X students of the Accounting Study Program at Setia Bhakti Vocational High School, Bandung, totaling 54 students with a sample of all students.

The results of this study indicate that there are differences in learning outcomes between the experimental group and learning that applies Mind Mapping and the control group with learning without applying Mind Mapping to accounting learning outcomes. The difference obtained is proven by testing the t-test hypothesis with the results $t_{count} > t_{table}$, where t_{count} is 2.134 and t_{table} is 1.68195.

The implication of the results of this study is that teachers should apply the Mind Mapping learning method in teaching and learning activities in class, because the learning outcomes of Accounting applying Mind Mapping are better than without applying Mind Mapping.

Keywords: Mind Mapping, Learning Outcomes, Accounting

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan metode Mind Mapping terhadap hasil belajar Akuntansi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksperimen. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini dengan cara observasi partisipasi dan tes hasil belajar. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X Program Studi Akuntansi SMK Setia Bhakti Kota Bandung yang berjumlah 54 siswa dengan sampel seluruh siswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan hasil belajar antara kelompok eksperimen dengan pembelajaran yang menerapkan Mind Mapping dan kelompok kontrol dengan pembelajaran tanpa menerapkan Mind Mapping terhadap hasil belajar akuntansi. Perbedaan yang diperoleh, dibuktikan melalui pengujian hipotesis uji-t dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$, dimana t_{hitung} sebesar 2,134 dan t_{tabel} sebesar 1,68195. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah hendaknya guru menerapkan metode pembelajaran Mind Mapping dalam kegiatan belajar mengajar di kelas, karena hasil belajar Akuntansi menerapkan Mind Mapping lebih baik dibandingkan tanpa menerapkan Mind Mapping.

Kata kunci : Mind Mapping, Hasil Belajar, Akuntansi

PENDAHULUAN

Kebijakan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) telah diberlakukan semenjak tahun 2015. "MEA dibentuk dengan tujuan untuk mencapai kesempurnaan integrasi ekonomi di kawasan ASEAN yang diyakini dapat memberikan manfaat nyata bagi seluruh elemen masyarakat." Amri (2015: 4). Selain itu, kebijakan MEA diharapkan memperluas lapangan kerja bagi generasi muda di Indonesia dan memberikan kesempatan berkarir di berbagai wilayah di ASEAN. Sebaliknya juga, kebijakan ini memberikan kesempatan bagi Warga Negara Asing (WNA) untuk berkarir di Indonesia, sehingga persaingan untuk mendapatkan pekerjaan akan semakin tinggi, oleh karena itu diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Indonesia agar mampu bersaing dengan WNA.

Salah satu upaya yang sangat berperan meningkatkan kualitas SDM Indonesia adalah melalui pendidikan, sebagaimana dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2003 tentang SISDIKNAS, bahwa "Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan bangsa." Melalui pendidikan, SDM Indonesia akan memiliki keterampilan, sikap dan pengetahuan yang berguna untuk bersaing di tingkat internasional. Sebagaimana dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2003 tentang SISDIKNAS, dinyatakan bahwa:

Pendidikan adalah usaha sadar terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Berbagai keterampilan tersebut, dapat diperoleh melalui pendidikan formal di sekolah. Peserta didik akan memperoleh berbagai keterampilan yang dijabarkan oleh guru dalam tujuan pembelajaran. Tujuan pembelajaran harus dikuasai oleh peserta didik, karena jika peserta didik telah menguasai tujuan pembelajaran, maka peserta didik telah berhasil dengan baik dalam proses pembelajaran. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sanjaya (2009: 135) bahwa "Indikator hasil belajar adalah tujuan pembelajaran yang diharapkan dapat dimiliki oleh siswa setelah mereka melakukan proses pembelajaran tertentu", sehingga siswa yang berhasil dengan baik dalam proses pembelajaran diharapkan memiliki berbagai keterampilan sebagai bekal menjadi SDM Indonesia unggul yang siap bersaing di tingkat internasional.

Namun, pada pelaksanaannya keberhasilan proses pembelajaran belumlah dapat terlaksana dengan optimal, seringkali terdapat kendala yang ditemukan dalam proses pembelajaran yang mengakibatkan tujuan pembelajaran yang diinginkan belum tercapai secara optimal. Seperti yang terjadi di SMK Setia Bhakti Bandung. Dalam Ulangan Akhir Semester (UAS) semester ganjil 2016/2017 pada siswa kelas X Program Studi Akuntansi, dengan Kriteria Ketuntasan Minimum (KKM) 75, diketahui 24 siswa dari 54 siswa dinyatakan tidak lulus dalam Mata Pelajaran Akuntansi. Jika tidak dicarikan solusi untuk mengatasinya akan berdampak buruk terhadap proses pembelajaran pada Kompetensi Dasar (KD) selanjutnya, sehingga menghambat tercapainya tujuan pembelajaran, hal ini dikarenakan materi pelajaran Akuntansi berhubungan satu sama lain. Kemudian bagi siswa yang mendapatkan nilai di bawah KKM akan mengalami kesulitan memahami materi pada KD selanjutnya dan kesulitan memperoleh keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara, mengingat pembelajaran di SMK bertujuan mencetak lulusan terampil yang siap memasuki dunia kerja

Berdasarkan Purwanto (2007: 107) faktor-faktor yang mempengaruhi hasil belajar terbagi menjadi faktor intern dan faktor ekstern, sebagai berikut:

1. Faktor dari luar
 - a. Lingkungan, yang terdiri dari lingkungan alam dan lingkungan sosial.
 - b. Instrumenal, yang terdiri dari kurikulum/bahan ajar, guru/pengajar, sarana dan fasilitas dan administrasi/manajemen.
2. Faktor dari dalam
 - a. Fisiologi, yang terdiri dari kondisi fisik dan kondisi panca indera.
 - b. Psikologi, yang terdiri dari bakat, kecerdasan, motivasi, dan kemampuan kognitif.

Sesuai dengan beberapa pendapat tersebut, salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi hasil belajar peserta didik adalah guru, karena keberhasilan Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) dipengaruhi oleh interaksi antara guru dengan peserta didik. Guru dengan sadar dan terencana harus mempersiapkan lingkungan belajar yang mendukung bagi peserta didik demi tercapainya tujuan pembelajaran, sebagaimana yang dijelaskan

dalam Teori Belajar Konstruktivisme. Menurut Teori Belajar Konstruktivisme, “pengetahuan bukanlah seperangkat fakta-fakta, konsep atau kaidah yang siap untuk diambil dan diingat. Manusia harus membangun pengetahuan itu memberi makna melalui pengalaman yang nyata” Tim Pengembangan MKDP Kurikulum dan Pengembangan (2012: 208). Pengalaman yang nyata dapat dirasakan oleh siswa dengan cara berinteraksi dengan guru, sesama siswa dan atau dengan sumber belajar, sebagaimana yang disebutkan oleh Tim Pengembangan MKDP Kurikulum dan Pengembangan (2012: 209), “pembelajaran akan dirasakan memiliki makna apabila secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan pengalaman sehari-hari yang dialami oleh siswa sendiri.”

Adapun salah satu komponen pembelajaran yang dimiliki oleh guru untuk memberikan pengalaman nyata bagi siswa selama proses KBM adalah metode pembelajaran, sebagaimana yang dikemukakan oleh Djamarah (2006: 72), “Salah satu usaha yang tidak pernah guru tinggalkan adalah bagaimana memahami kedudukan metode sebagai salah satu komponen yang ikut ambil bagian bagi keberhasilan kegiatan belajar mengajar.”

Diharapkan dengan menerapkan metode pembelajaran, interaksi siswa semakin multi arah, sehingga terjadi interaksi secara aktif dan interaktif antara siswa dengan siswa, siswa dengan guru dan atau siswa dengan sumber belajar. Banyak metode pembelajaran yang dapat diterapkan dalam kegiatan belajar mengajar. Salah satunya adalah Metode *Mind Mapping*. Metode pembelajaran *Mind Mapping* dianggap berpengaruh terhadap hasil belajar, sebagaimana yang dikemukakan oleh Buzan (2005: 6), bahwa pembelajaran dengan menggunakan metode pembelajaran *Mind Mapping* akan membantu siswa “(1) Mudah mengingat sesuatu; (2) Mengingat fakta, angka, dan rumus dengan mudah; (3) Meningkatkan motivasi dan konsentrasi; (4) Mengingat dan menghafal menjadi lebih cepat.” Selain itu, Buzan (2008: 5), mengatakan “Dengan *Mind Mapping*, daftar informasi yang panjang bisa dialihkan menjadi diagram warna-warni, sangat teratur, dan mudah diingat yang bekerja selaras dengan cara kerja otak dalam melakukan berbagai hal.”

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen. “Metode eksperimen digunakan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendali.” Sugiyono (2014: 107).

Desain penelitian yang digunakan desain penelitian *Quasi Experimental Design* (eksperimen semu) dengan bentuk *Nonequivalent Control Group Design*, karena mempertimbangkan perizinan dari pihak sekolah dan efiseinsi waktu pelaksanaan pembelajaran. Desain penelitian *Quasi Experimental Design* tidak mengharuskan adanya randomisasi sehingga waktu yang diperlukan untuk penelitian dapat dilaksanakan ketika pembelajaran sebagaimana biasanya, tanpa mengubah komposisi siswa tiap kelompok.

Melalui bentuk penelitian tersebut, peneliti mengharapkan adanya hasil yang valid mengenai penerapan metode *Mind Mapping* terhadap hasil belajar mata pelajaran Akuntansi. Adapun bentuk desain penelitian tersebut digambarkan melalui tabel di bawah ini

Tabel 1
Desain penelitian *Quasi Experimental Design* Bentuk *Nonequivalent Kontrol Group Design*

Kelompok	<i>Pre-test</i>	<i>Treatment</i>	<i>Post-test</i>
Eksperimen	O ₁	X	O ₂
Kontrol	O ₃	-	O ₄

Keterangan:

- O₁ = Nilai *pre-test* (sebelum perlakuan) pada kelompok eksperimen
- O₂ = Nilai *post-test* (setelah perlakuan) pada kelompok eksperimen
- O₃ = Nilai *pre-test* (sebelum perlakuan) pada kelompok kontrol
- O₄ = Nilai *post-test* (setelah perlakuan) pada kelompok kontrol
- X = Menerapkan metode *Mind Mapping*

(Sumber: Sugiyono, 2014: 116)

Penelitian ini melibatkan satu variabel yaitu hasil belajar siswa yang diberi perlakuan (*treatment*) dengan menerapkan metode *Mind Mapping*, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2

Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Aspek	Indikator
Hasil Belajar	Kognitif	Nilai <i>Post-test</i>

(Sumber: Data Diolah)

Populasi yang digunakan peneliti adalah siswa kelas X Program Studi Akuntansi SMK Setia Bhakti, Bandung dengan jumlah siswa sebanyak 54 Siswa.

Tabel 3

Jumlah Siswa Kelas X AK

No	Kelas	Jumlah Siswa
1	X AK-A	27 orang
2	X AK-B	27 orang
Jumlah Siswa		54 orang

(Sumber: Profil SMK Setia Bhakti, Bandung 2017)

Kelas sepuluh Program Studi Akuntansi SMK Setia Bhakti, Bandung memiliki dua kelas, yaitu kelas X AK-A yang berjumlah 27 orang siswa dan kelas X AK-B yang berjumlah 27 orang siswa.

Langkah selanjutnya adalah menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti memilih kelas X AK-B sebagai kelompok eksperimen. Keputusan ini diambil karena nilai rata-rata *pre-test* kelas X AK-B lebih kecil dibandingkan kelas X AK-A.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tes dan observasi.

1. Observasi Partisipasi

Observasi partisipasi dalam pembelajaran ini dilakukan dengan mengikuti kegiatan proses belajar mengajar untuk memperoleh data seputar pelaksanaan pembelajaran, penggunaan metode pembelajaran, kesesuaian kegiatan belajar mengajar dengan rencana pembelajaran yang telah dirancang.

2. Tes

Bentuk tes pada penelitian ini yaitu pilihan majemuk dengan lima pilihan jawaban. Siswa mengerjakan tes dan hasil pekerjaan siswa diberi skor agar diperoleh data kuantitatifnya. Cara pengolahan skor dalam penelitian ini menggunakan sistem tanpa hukuman. Apabila siswa menjawab benar, skor yang diperoleh adalah 1, sebaliknya apabila siswa menjawab salah, skor yang diperoleh adalah 0. Soal tes memiliki semua persyaratan sebagai tes yang baik, yakni dilihat dari segi validitas dan reliabilitas. Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan data mengenai hasil belajar siswa di SMK Setia Bhakti, Bandung. Data yang diperoleh adalah data primer yang didapat langsung dari sumber data, yaitu peserta didik.

Dalam suatu penelitian, instrumen yang baik adalah instrumen yang valid dan reliabel. Instrumen dalam penelitian ini yaitu lembar observasi dan soal tes. Instrumen yang akan diberikan kepada siswa harus diuji cobakan terlebih dahulu untuk memastikan instrumen tersebut valid dan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Umum

Sekolah yang dijadikan tempat penelitian adalah SMK Setia Bhakti Kota Bandung. SMK Setia Bhakti merupakan salah satu sekolah swasta dengan status akreditasi A. SMK Setia Bhakti berlokasi di Jalan Kawalayaan No.12 Soekarno Hatta RT 06/RW 06 Kelurahan Jatisari, Kecamatan Buah Batu, Kota Bandung 40286. Jumlah siswa SMK Setia Bhakti tahun ajaran 2016/2017 sebanyak 839 siswa, dengan rincian 313 siswa kelas X, 242 siswa

kelas XI, 284 siswa kelas XII. SMK Setia Bhakti memiliki guru tetap yayasan sebanyak 18 orang, guru tidak tetap sebanyak 12 orang, guru honorer sekolah sebanyak 8 orang, honor daerah TK II kab/Kota sebanyak 3 orang dan ketatalaksanaan sebanyak 5 orang.

Deksripsi Hasil Penelitian

Deskripsi Pengukuran *Pre-test* Hasil Belajar

Kedua kelompok memulai pertemuan pertama dengan mengerjakan soal *pre-test* dan dipertemuan akhir mengerjakan soal *post-test* hasil belajar akuntansi. Deskripsi hasil pengukuran *pre-test* pada kelompok eksperimen dan kontrol selengkapnya sebagai berikut:

Pengukuran *pre-test* pada kelompok eksperimen dilakukan terhadap 23 siswa, sedangkan pada kelompok kontrol dilakukan terhadap 21 siswa, kedua kelompok mengerjakan soal berupa pilihan manjemuk sebanyak 25 soal.

Data deskriptif nilai *pre-test* hasil belajar kelompok eksperimen dan kelompok kontrol terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Data Deskriptif Nilai *Pre-test* Hasil Belajar Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol

	Kelompok	
	Eksperimen	Kontrol
N	23	21
<i>Max</i>	68	68
<i>Min</i>	24	28
Jumlah skor	932	904
Rata-rata	40,52	43,05
<i>Medium</i>	44	44
<i>Modus</i>	28	32

(Sumber: Aplikasi Microsoft Excel 2010)

Berdasarkan tabel, diperoleh nilai tertinggi (*max*) kelompok eksperimen adalah 68, sedangkan perolehan nilai tertinggi (*max*) kelompok kontrol adalah 68. Hal ini menunjukkan tidak ada satupun siswa yang dinyatakan lulus baik dari kelompok eksperimen maupun dari kelompok kontrol, hal ini karena semua siswa memperoleh hasil belajar dibawah KKM yang berlaku. Adapun KKM yang berlaku adalah 75.

Perbandingan Perolehan Nilai *Pre-test* Hasil Belajar Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol

Berdasarkan hasil *pre-test*, rata-rata perolehan nilai *pre-test* hasil belajar kelompok eksperimen adalah 40,52 dan rata-rata perolehan nilai *pre-test* hasil belajar kelompok kontrol 43,05.

Diketahui rata-rata perolehan nilai *pre-test* kelompok eksperimen lebih kecil dari kelompok kontrol, namun baik kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol diketahui tidak ada satupun siswa yang dinyatakan lulus.

Deskripsi Pelaksanaan Pembelajaran

Pelaksanaan kegiatan belajar mengajar pada masing-masing kelompok dilakukan sebanyak dua kali pertemuan. Guru bertindak sebagai pelaksana pembelajaran dan peneliti sebagai observer. Pada masing-masing pertemuan, dilakukan pengamatan dengan mengisi lembar observasi. Pengamatan bertujuan untuk mengetahui kesesuaian antara rencana pelaksanaan pembelajaran dengan pelaksanaannya pada kelompok eksperimen yang menerapkan metode *Mind Mapping* dan kelompok kontrol dengan tanpa menerapkan *Mind Mapping*.

Kelompok Eksperimen

Observasi pada kelompok eksperimen dilakukan terhadap guru bertujuan untuk mengetahui kesesuaian pelaksanaan kegiatan belajar mengajar dengan rencana pelaksanaan pembelajaran menerapkan metode *Mind Mapping*.

Adapun deskripsi rata-rata keterlaksanaan hasil observasi pada kelompok eksperimen adalah sebagai berikut:

Tabel 6
Keterlaksanaan Langkah-Langkah Pembelajaran Pada Kelompok Eksperimen

Hasil Observasi Langkah-Langkah Pembelajaran Pada Kelompok Eksperimen	Pertemuan Pertama	Pertemuan Kedua
	93,3%	100%
Rata-rata Keterlaksanaan	96,7%	

(Sumber: Data Diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata keterlaksanaan langkah-langkah pembelajaran pada kelompok eksperimen sebesar 96,7%. Hal ini menunjukkan bahwa langkah-langkah pembelajaran menerapkan *Mind Mapping* oleh guru sudah sangat baik.

Kelompok Kontrol

Observasi pada kelompok kontrol dilakukan terhadap guru yang mengajar tanpa metode *Mind Mapping*.

Adapun deskripsi rata-rata keterlaksanaan hasil observasi pada kelompok kontrol adalah sebagai berikut:

Tabel 7
Keterlaksanaan Langkah-Langkah Pembelajaran Pada Kelompok Kontrol

Hasil Observasi Langkah-Langkah Pembelajaran Pada Kelompok Eksperimen	Pertemuan Pertama	Pertemuan Kedua
	100%	100%
Rata-Rata Keterlaksanaan	100%	

(Sumber: Data Diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dinyatakan bahwa secara umum keterlaksanaan langkah-langkah pembelajaran pada kelompok kontrol telah sesuai dengan langkah-langkah pembelajaran yang ditetapkan.

Deskripsi Hasil *Mind Mapping* Siswa

Berdasarkan observasi yang dilakukan terhadap siswa kelompok eksperimen dapat dilihat bahwa siswa antusias mengikuti kegiatan pembelajaran menerapkan *Mind Mapping*. Secara umum keterlaksanaan langkah-langkah yang dilakukan siswa dalam membuat *Mind Mapping* sudah baik, dapat disimpulkan bahwa, 95% siswa tergolong kategori sangat baik dalam membuat *Mind Mapping*, sedangkan 5% siswa tergolong kategori baik dalam membuat *Mind Mapping*.

Deskripsi Pengukuran *Post-test*

Pengukuran *post-test* hasil belajar kelompok eksperimen diikuti oleh 23 siswa dan diperoleh rata-rata nilai hasil belajar siswa sebesar 71,83, sedangkan pengukuran *post-test* hasil belajar kelompok kontrol diikuti oleh 21 siswa dan diperoleh rata-rata hasil belajar siswa sebesar 64,38.

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh nilai tertinggi (*max*) kelompok eksperimen adalah 92 dan nilai terendah (*min*) kelompok eksperimen adalah 56. Hal ini menunjukkan ada siswa yang dinyatakan lulus dan ada siswa yang dinyatakan tidak lulus. Sebesar 43,5% siswa dinyatakan lulus dan sebesar 56,5% siswa dinyatakan tidak lulus, sedangkan perolehan nilai tertinggi (*max*) kelompok kontrol adalah 92 dan nilai terendah (*min*) kelompok eksperimen adalah 48. Hal ini menunjukkan ada siswa yang dinyatakan lulus dan ada siswa yang dinyatakan tidak lulus. Sebesar 23,8% siswa dinyatakan lulus dan sebesar 76,2% siswa dinyatakan tidak lulus.

Tabel 8
Data Deskriptif Nilai *Post-test* Hasil Belajar Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol

	Kelompok	
	Eksperimen	Kontrol
N	23	21
<i>Max</i>	92	92
<i>Min</i>	56	48
Jumlah skor	1652	1352
Rata-rata	71,83	64,38
<i>Medium</i>	68	56
<i>Modus</i>	64	52

(Sumber: Aplikasi Microsoft Excel 2010)

Perbandingan *Post-test* Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol

Nilai rata-rata *post-test* yang diperoleh kelompok eksperimen adalah 71,83 dan nilai rata-rata *post-test* kelompok kontrol adalah 64,38, terdapat perbedaan nilai *post-test* kelompok eksperimen sebesar 7,45.

Perbandingan Nilai *Pre-test* dan *Post-test* Hasil Belajar Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol

Berdasarkan pengukuran *pre-test* dan *post-test* kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, terdapat perbedaan perolehan rata-rata nilai hasil belajar antara kedua kelompok. Nilai rata-rata *pre-test* pada kelompok eksperimen sebesar 40,52 dan nilai rata-rata *pre-test* kelompok kontrol sebesar 43,05. Nilai rata-rata *post-test* kelompok eksperimen sebesar 71,83 dan kelompok kontrol sebesar 64,38.

Selisih rata-rata nilai kelompok eksperimen antara *pre-test* dan *post-test* sebesar 31,31. Kelompok eksperimen mengalami perubahan capaian sebesar 77.27 % dari nilai rata-rata *pre-test* 40,52 menjadi 71,83 pada *post-test*. Selisih rata-rata kelompok kontrol antara *pre-test* dan *post-test* sebesar 21,33. Kelompok kontrol mengalami perubahan capaian sebesar 49,55% dari nilai rata-rata *pre-test* 43,05 menjadi 64,38 pada *post-test*.

Hasil Analisis Data

Data hasil penelitian diolah menggunakan rumus *t-test* pada aplikasi SPSS versi 23. *T-test* digunakan untuk menguji hipotesis hasil belajar kelompok eksperimen dengan kelompok kontrol. Sebelum dilakukan uji-t, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas.

Uji Normalitas

Berdasarkan data *pre-test* kelompok kontrol dengan harga *kolmogorov-smirnov* (*KS*) sebesar 0,141 dengan taraf nilai *asympt signifikan* (*2-tailed*) sebesar 0,200 yang diukur dengan taraf signifikan (*2-tailed*) sebesar 0,025, yang artinya 0,025 lebih kecil dari 0,200. Dapat disimpulkan bahwa data *pre-test* pada kelompok kontrol terdistribusi normal.

Data *pre-test* kelompok eksperimen dengan harga *kolmogorov-smirnov* (KS) sebesar 0,178 dengan taraf nilai *asymptotik signifikan (2-tailed)* sebesar 0,058 yang diukur dengan taraf signifikan (*2-tailed*) sebesar 0,025 maka 0,025 lebih kecil dari 0,058. Dapat disimpulkan bahwa data *pre-test* pada kelompok kontrol terdistribusi normal.

Berdasarkan data *post-test* kelompok kontrol dengan harga *kolmogorov-smirnov* (KS) sebesar 0,149 dengan taraf nilai *asymptotik signifikan (2-tailed)* sebesar 0,200 yang diukur dengan taraf signifikan (*2-tailed*) sebesar 0,025, yang artinya 0,025 lebih kecil dari 0,200. Dapat disimpulkan bahwa data *post-test* pada kelompok kontrol terdistribusi normal.

Data *post-test* kelompok eksperimen dengan harga *kolmogorov-smirnov* (KS) sebesar 0,164 dengan taraf nilai *asymptotik signifikan (2-tailed)* sebesar 0,109 yang diukur dengan taraf signifikan (*2-tailed*) sebesar 0,025 maka 0,025 lebih kecil dari 0,109. Dapat disimpulkan bahwa data *post-test* pada kelompok kontrol terdistribusi normal.

Uji Homogenitas

Berdasarkan harga varians *pre-test* kelompok kontrol dan eksperimen sebesar 0,485 dengan nilai taraf signifikan sebesar 0,114 yang diukur dengan taraf signifikan $5\% \alpha$ atau 0,05 maka 0,05 lebih kecil dari 0,114. Dapat disimpulkan bahwa data *pre-test* kelompok kontrol dan eksperimen terdistribusi homogen.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa tidak ada perbedaan hasil belajar awal dari kedua kelompok, dengan kata lain kedua kelompok memiliki kemampuan yang relatif sama. sehingga tidak diperlukan uji *gain* (efektivitas). Dari hasil perhitungan ini peneliti dapat melanjutkan penelitian dengan melakukan pembelajaran menerapkan *Mind Mapping* pada kelompok eksperimen.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

- $H_0: \mu_1 = \mu_2$; Tidak terdapat perbedaan hasil belajar Akuntansi antara kelompok eksperimen dengan menerapkan *Mind Mapping* dan kelompok kontrol yang tidak menerapkan *Mind Mapping*
- $H_a: \mu_1 \neq \mu_2$; Terdapat perbedaan hasil belajar Akuntansi antara kelompok eksperimen dengan menerapkan *Mind Mapping* dan kelompok kontrol yang tidak menerapkan *Mind Mapping*

Sedangkan kriteria ujinya adalah sebagai berikut:

“Jika diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% maka H_0 ditolak dan H_a diterima.” Sugiyono, 2014: 276)

Adapun hasil perhitungan dapat dilihat pada lampiran 22. Data hasil perhitungan *t-test* terlihat pada tabel berikut:

Tabel 10
Data Hasil Uji-t Hipotesis Kelompok Kontrol dan Kelompok Eksperimen

	Eksperimen	Kontrol
Mean	71,83	64,38
N	23	21
t_{hitung}	2,134	
Analisi	$t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,68195)	
Keterangan	H_0 ditolak	

(Sumber: Aplikasi SPSS Versi 23)

Berdasarkan hasil tersebut maka H_a diterima dengan kesimpulan terdapat perbedaan hasil belajar Akuntansi antara kelompok eksperimen dengan menerapkan *Mind Mapping* dan kelompok kontrol yang tidak menerapkan *Mind Mapping* pada siswa kelas X Akuntansi SMK Setia Bhakti, Bandung Tahun Pelajaran 2016/2017.

Perbedaan hasil belajar antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol dikarenakan kedua kelompok menggunakan metode pembelajaran yang berbeda. Pada penelitian ini, pembelajaran menerapkan metode *Mind Mapping* berpengaruh terhadap hasil belajar Akuntansi. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdool,

yang berjudul “*Using Mind Maps for the Measurement and Improvement of Learning Quality*”, yang menyimpulkan bahwa *Mind Mapping* yang dibuat oleh peserta didik menunjukkan peningkatan kualitas pembelajaran serta merangsang peserta didik untuk belajar asosiatif.

Pada kelompok eksperimen yang menerapkan pembelajaran *Mind Mapping*, guru mengajak siswa mengembangkan pemahamannya mengenai jurnal penyesuaian perusahaan jasa melalui catatan *Mind Mapping* yang dibuat secara asosiatif dan imajinatif, sesuai dengan pendapat Lucy (2012: 175). Selain itu, pembelajaran menerapkan *Mind Mapping* pada kelompok eksperimen terlaksana secara multi arah, baik guru bersama siswa, siswa bersama siswa lainnya dan siswa dengan sumber belajarnya secara menyenangkan, sesuai dengan pendapat Buzan (2005: 5), sedangkan pada kelompok kontrol siswa melaksanakan pembelajaran yang biasa dilakukan oleh guru, tanpa menggunakan *Mind Mapping*. Siswa memperhatikan penyampaian guru dengan saksama.

Pada kelompok eksperimen, siswa terlibat mengikuti kegiatan pembelajaran secara aktif dengan mengembangkan pemahaman yang didapatnya melalui catatan *Mind Mapping*. Selain itu, kegiatan membuat *Mind Mapping* melatih kemampuan berpikir siswa, sehingga merangsang rasa ingin tahu siswa untuk menggali, mengingat dan memahami materi.

Berbeda dengan kelompok eksperimen yang menerapkan *Mind Mapping*, kelompok kontrol menerima pembelajaran yang biasa dilakukan guru tanpa menerapkan *Mind Mapping*. Pada kelompok kontrol siswa tidak terlibat dalam menggali materi pelajaran sehingga materi yang diperoleh sebatas dari apa yang disampaikan guru. Hal ini, mengakibatkan siswa tidak dapat mengembangkan pemahamannya. Selain itu, mengakibatkan siswa hanya menghafal, yaitu mengulang-ulang materi agar dapat memahami materi, sedangkan menurut Fathurrohman (2009), kedudukan metode sebaiknya tidak mereduksi materi, bahkan sebaliknya mengembangkan materi, juga menurut Djamarah (2006: 77), guru mempunyai kewajiban menyediakan lingkungan belajar yang kreatif bagi kegiatan belajar anak didik di kelas, bukan sebaliknya menjadikan anak didik tidak dapat mengembangkan pemahamannya.

Pada kelompok eksperimen yang menerapkan *Mind Mapping* siswa terlibat aktif dalam pembuatan *Mind Mapping*. Keaktifan siswa dalam menerapkan metode *Mind Mapping* dibuktikan dengan perolehan hasil *Mind Mapping* siswa, rata-rata termasuk dalam kategori sangat baik, yaitu sebesar 95%, sedangkan 5% hasil *Mind Mapping* siswa masuk kategori baik. Capaian tersebut membuktikan siswa telah memahami cara membuat catatan *Mind Mapping* dengan baik. Catatan *Mind Mapping* siswa yang dilengkapi dengan gambar, simbol dan warna yang menarik memudahkan siswa mengingat kembali materi yang telah dipelajari, sebagaimana yang dikemukakan oleh Alamsyah (2009: 23).

Berdasarkan hasil observasi pembelajaran, pembelajaran *Mind Mapping* mampu menciptakan suasana pembelajaran yang multi arah, antara siswa dengan siswa lain, siswa dengan guru dan siswa dengan siswa lain. Hal ini dibuktikan, ketika siswa sedang membuat catatan *Mind Mapping* terjadi komunikasi antara siswa dengan guru, guru secara langsung membimbing siswa dalam membuat *Mind Mapping*. Selain itu, siswa mencari informasi dengan sumber belajarnya, menggali pemahaman mengenai jurnal penyesuaian perusahaan jasa. Siswa mengembangkan pemahaman yang kemudian dicatat ulang di dalam catatan *Mind Mapping*nya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan hasil belajar antara kelompok eksperimen dengan pembelajaran yang menerapkan *Mind Mapping* dan kelompok kontrol dengan pembelajaran tanpa menerapkan *Mind Mapping* pada pelajaran Akuntansi materi Jurnal Penyesuaian Perusahaan Jasa di SMK Setia Bhakti, Bandung Tahun Ajaran 2016/2017.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Alamsyah, M. (2009). *Kiat Jitu Meningkatkan Prestasi Dengan Mind Map*. Jogjakarta: Mitra Pelajar.
- Arikunto. (2012). *Dasar-Dasar Evaluasi Pembelajaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Azis. (2015). *Statistik Inferensial dalam SPSS*. Bandung: Lingkaran Matematika
- Buzan, T. (2005). *Buku Pintar Mind Map*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Deporter, B. (2007). *Quantum Learning: Membiasakan Belajar Nyaman dan Menyenangkan*. Bandung: Penerbit kaifa.
- Djamarah, S. B. (2006). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Fathurrohman, P. (2009). *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Gunawan, A. W. (2004). *Born to be Genius*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lucy, B. (2012). *Dahsyatnya Brain Smart Teaching Cara Super Jitu Optimalkan Kecerdasan Otak dan Prestasi Belajar Anak*. Jakarta: Penebar Plus.
- Pembelajaran, T. P. (2011). *Kurikulum dan Pembelajaran*. Bandung: PT Rajagrafindo Persada
- Purwanto, N. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algasindo
- Sanjaya, W. (2009). *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sudjana, N. (2005). *Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algasindo

Sumber Jurnal:

- Abdool, C.-A. R. (2013). Using Mind Maps for The Measurement and Improvement of Learning Quality. *Caribbean Teaching Scholar*, 3.
- Meltzer, (2002). The relationship between mathematics preparation and conceptual learning gain in physics: a possible "hidden variable in diagnostic retest scores" *american journal physics*.

Sumber Peraturan Perundang-undangan dan Dokumen lainnya

- SMK Setia Bhakti. (2016). *Profil SMK Setia Bhakti*. Cimahi: Yayasan Pro Walagri.
- Undang-Undang No. 20 tahun 2003 tentang SISDIKNAS

Majalah

- Amri, I. S. (2015, Maret). *ASEAN adalah kita*. Jakarta Pusat, Jakarta, Indonesia.

Artikel Elektronik

- Yoga, D. (n.d.). Petunjuk Praktis Untuk Menerapkan Kegiatan Belajar Mengajar Berbasis Mind Map. Retrieved Maret 18, 2017, from www.paxhigh.com: http://www.paxhigh.com/doc/applied_rt-mm.pdf

PENGEMBANGAN BAHAN AJAR KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL MARKETING DENGAN MEDIA MARKETPLACE UNTUK MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

¹Afief Maula Novendra, ²Sri Marten Yogaswara, ³Aini Kusniawati
^{1,2} Universitas Pasundan, ³Universitas Galuh
1afiefmaulanovendra@unpas.ac.id , 2yogaswar@unpas.ac.id ,
3ainikusniawati@unigal.ac.id

ABSTRACT

Development of Digital Marketing-Based Entrepreneurship Teaching Materials with Media Marketplace to Increase Student Entrepreneurial Interest. This development research aims to: (1) Develop digital marketing-based entrepreneurship teaching materials with marketplace media. (2) The steps for implementing digital marketing-based entrepreneurship teaching materials with marketplace media. This development research refers to the development design steps developed by Dick and Carey which were adapted by Gall et al. The development design is grouped into three development procedures, which include: (a) the planning stage (*planning*), (b) the design stage (*design*), and (c) the development stage (*development*). This research produces (1) Digital marketing-based entrepreneurship teaching materials with the <https://kantunwantun.com/> marketplace media and is equipped with instructions that can be accessed by students, (2) Implementation steps digital marketing-based entrepreneurship teaching materials with marketplace media <https://kantunwantun.com>. Suggestions in this study for the development of teaching materials are carried out within the campus internal environment, in the future continue research on developing teaching materials digital marketing-based entrepreneurship teaching materials with marketplace media involving lecturers, teachers and practitioners by conducting focus group discussions (FGD) and Marketplace <https://kantunwantun.com/> in the future it will be more developed with attention to MSMEs and students to be able to collaborate to create new entrepreneurs.

Keywords: *Teaching Materials, Marketplace, Interest in Entrepreneurship.*

Pengembangan Bahan Ajar Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Dengan Media Marketplace Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa. Penelitian pengembangan ini bertujuan untuk: (1) Mengembangkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*. (2) Langkah penerapan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*. Penelitian pengembangan ini mengacu pada langkah-langkah desain pengembangan yang dikembangkan oleh Dick and Carey yang diadaptasi Gall et al. Desain pengembangan tersebut dikelompokkan atas tiga prosedur pengembangan, yang meliputi: (a) tahap perencanaan (*planning*), (b) tahap desain (*design*), dan (c) tahap pengembangan (*development*). Penelitian ini menghasilkan (1) Bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media marketplace <https://kantunwantun.com/> dan dilengkapi petunjuk yang dapat diakses oleh mahasiswa, (2) Langkah-langkah penerapan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* <https://kantunwantun.com>. Saran dalam penelitian ini untuk Pengembangan bahan ajar dilakukan masih lingkungan internal kampus, kedepannya melanjutkan penelitian pengembangan Bahan Ajar bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* melibatkan dosen, guru dan praktisi dengan melakukan focus group discussin (FGD). Dan Marketplace <https://kantunwantun.com/> kedepannya lebih berkembang dengan perhatian kepada UMKM dan mahasiswa untuk dapat berkolaborasi menciptakan wirausaha baru.

Kata Kunci : *Bahan Ajar, Marketplace, Minat Berwirausaha.*

PENDAHULUAN

Mata kuliah kewirausahaan saat ini menjadi mata kuliah wajib di semua perguruan tinggi. Hal ini merupakan tindak lanjut dari rencana pemerintah dalam rangka menggalakkan potensi kewirausahaan di masyarakat guna menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi angka pengangguran yang selama ini masih terus menjadi kekhawatiran bagi masyarakat. Terlebih pada kondisi saat ini, dimana dunia termasuk Indonesia mengalami krisis ekonomi yang berkepanjangan dampak pandemi dari virus covid 19. Minimnya lapangan pekerjaan dimasa pandemi Covid-19 membuat banyak orang memilih untuk menggeluti bidang ini. Selain itu dimasa pandemik Covid-19 persaingan dalam mendapatkan pekerjaan juga semakin berkurang bahkan tidak jarang yang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Dilansir dari situs resmi Badan Pusat Statistik (BPS), Tingkat pengangguran dimasa pandemi Covid-19 juga kian meningkat seiring berjalannya waktu. Berdasarkan data yang diperoleh dari badan statistik, Tingkat Pengangguran Terbuka (TBT) pada Agustus 2020 sebesar 7,07 persen, meningkat 1,84 persen poin dibandingkan dengan Agustus 2019. Terdapat 29,12 juta orang atau 14,28 persen penduduk usia kerja yang terkena dampak Covid-19, terdiri dari pengangguran karena covid-19, sebanyak 2,56 juta orang. Bukan Angkatan Kerja (BAK) karena Covid-19 sebesar 1,77 juta orang, dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena Covid-19 sebanyak 24,03 juta orang.

Kewirausahaan selain dapat dipelajari, juga harus dapat diinternalisasi secara luas melalui proses pendidikan. Menurut Komara (2014) dalam jurnal *minda masagi* volume 4 no 2 menyatakan *Perguruan Tinggi, sebagai salah satu mediator dan fasilitator terdepan dalam membangun generasi muda bangsa, mempunyai kewajiban dalam mengajarkan, mendidik, melatih, dan memotivasi mahasiswanya, sehingga muncul generasi cerdas yang mandiri, kreatif, inovatif, dan mampu menciptakan berbagai peluang pekerjaan. Untuk itu sebuah keharusan bagi setiap Perguruan Tinggi dengan cara mengubah arah kebijakannya dari "Learning and Research University" (Universitas Penelitian dan Pendidikan) menjadi "Entrepreneurial University" (Universitas Wirausaha), atau menyeimbangkan kedua arah kebijakan tersebut sehingga keduanya tercapai. Dengan perubahan paradigma tersebut pada akhirnya akan melahirkan wirausaha muda yang sukses dan mampu membangkitkan bangsa ini dari berbagai keterpurukan. Peran dari perguruan tinggi begitu berarti pada peningkatan wirausaha baru.*

Data yang sebelumnya dipaparkan telah menunjukkan tingkat pengangguran di Indonesia masih sangatlah tinggi. Ini menjadi tantangan yang besar bagi pemerintah maupun masyarakat Indonesia juga mahasiswa terutama mahasiswa pendidikan ekonomi yang menjadi masa depan bangsa dikarenakan hal tersebut berdampak kepada mahasiswa dan kesenjangan sosial. Dalam hal ini, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud), melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan (Belmawa), Ditjen Pendidikan Tinggi tidak tinggal diam dan melaksanakan Program Kewirausahaan Kampus Merdeka tahun 2020 yang merupakan bagian dari program Kemendikbud guna memperkuat ekonomi nasional dan mendukung percepatan ekonomi digital menuju revolusi industry 4.0. program kewirausahaan 2020 ini memiliki 4 kegiatan yang unggul diantaranya Workshop Kewirausahaan, Kegiatan Bisnis Manajemen Mahasiswa Indonesia (KBMI), Akselerasi Startup Mahasiswa Indonesia (ASMI) dan Pendampingan Bisnis oleh praktisi/pengusaha dan dosen. Seluruh program Kewirausahaan Kampus Merdeka 2020 ini bertujuan guna mendorong minat berwirausaha mahasiswa dan mengembangkan usahanya sejak dini. Seluruh rangkaian kegiatan dilakukan berdasarkan aturan Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi dan Permendikbud Nomor 5 Tahun 2020 tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan tinggi. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2011 juga mengatur tentang Pengembangan Kewirausahaan dan Kepeloporan Pemuda, serta

Penyediaan Prasarana dan Sarana Kepemudaan. Melihat peraturan yang ada, sudah pasti pemerintah sangat mendukung mahasiswa untuk mulai berwirausaha sejak dini.

Hal ini, perlu di perhatikan melalui proses perkuliahan pada matakuliah kewirausahaan. Matakuliah kewirausahaan termasuk kelompok matakuliah keahlian khusus (KK) di semester 3 dengan bobot 2 sks. Capaian pembelajaran matakuliah kewirausahaan yaitu setelah mengikuti mata kuliah ini di harapkan mahasiswa memahami arti dari sebuah Kewirausahaan dan bisa mengaflikasikan faktor-faktor dan tujuan dari Kewirausahaan serta mampu menjelaskan mengenai langkah-langkah pengoptimalan mengenai Kewirausahaan dalam mencapai tujuan. Melihat dari capaian pembelajaran tersebut, perlu mengacu penyesuaiannya terhadap kurikulum Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), *Outcome-Based Education* (OBE) dan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang sedang dalam proses untuk mempersiapkannya, terlebih aktivitas mahasiswa yang sudah lebih cepat dalam penerapan kewirausahaan, diantaranya yaitu menjadi *reseller* atau *vendor* di *platform* digital marketing baik di *online shop* ataupun di *marketplace*, dan dengan sejalanannya arus informasi digital yang berkembang cepat serta layanan fasilitas digital marketing yang lebih mudah di akses, minat mahasiswa pada usaha *platform* digital marketing semakin meningkat. Untuk memfasilitasi mahasiswa dalam minat berwirausaha yaitu melalui proses pembelajaran dengan mengembangkan bahan ajar matakuliah kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan urgensi tersebut, perlu dilakukannya penyesuaian proses pembelajaran pada matakuliah kewirausahaan yaitu dengan pengembangan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Tujuan penelitian untuk mengembangkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*, untuk megatahui Langkah penerapkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*.

LANDASAN TEORI

Kewirausahaan

Casson (2012:3) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan konsep dasar yang menghubungkan berbagai bidang disiplin ilmu yang berbeda antara lain ekonomi, sosiologi, dan sejarah. Kewirausahaan bukan hanya bidang interdisiplin yang biasa dilihat, tetapi memiliki pokok-pokok yang menghubungkan kerangka-kerangka konseptual utama dari berbagai disiplin ilmu. Tepatnya, ia dapat dianggap sebagai kunci dari blok bangunan ilmu sosial yang terintegrasi. Sedangkan Menurut Suryana (2013:10) kewirausahaan tidak selalu identik dengan perilaku dan watak perusahaan saja karena sifat ini dimiliki juga oleh mereka yang bukan pengusaha, seperti petani, pegawai, pemerintah, mahasiswa, guru, arsitektur, seniman, artisan pemimpin proyek, peneliti, dan pekerjaan lainnya yang dilakukan secara kreatif dan inovatif. Jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif, dan pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan, dan tantangan. Sejalan dengan Zimmer (dalam Suryana 2013:11) mengemukakan "*Entrepreneurship is applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face everyday*". Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Zimmer (dalam Suryana 2013:11) menjelaskan kreativitas (*creativity*), diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang (*creativity is the ability to develop new ideas and discover new ways of looking at the problems and opportunities*). Sementara itu, inovasi (*innovation*) diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan (*innovation is the*

ability to apply creativity solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich peoples live).

Digital Marketing Marketplace

Menurut Oktaviani (2018) dalam jurnal Profesi Humas volume 3 no 1 Digital marketing sebagai media promosi bertujuan untuk menyampaikan atau menyebarluaskan atau memasarkan tentang suatu produk sehingga dapat memengaruhi konsumen untuk membelinya. Kegiatan promosi dapat dilakukan lewat beriklan di media massa, face to face, promosi, door to door dan sebagainya. Sumber: <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/15878/8587>

Ayodya (2020:46) menjelaskan beberapa tindakan yang harus segera anda mulai agar bisnis mulai menggunakan teknologi digital dalam operasionalnya:

1. Membuat Blog-Toko Online-Website
Jika selama ini bisnis berjalan secara konvensional dengan membuka gerai atau kantor, maka ke depannya UMKM sudah mulai harus memiliki tempat penjualan di dunia maya.
2. Mulai Aktif Menggunakan Sosial Media
Sosial media seperti Twitter, Facebook dan Instagram saat ini marak digunakan untuk akun bisnis. Tidak ada salahnya anda memulai membuat akun khusus bagi produk atau jasa yang anda jual.
3. Mengenal Marketplace
Marketplace adalah situs jual beli online. Contohnya adalah seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dan sebagainya. Disarankan bagi UMKM untuk menjual produk-produk anda di marketplace.
4. Marketplace
Saat ini kalangan yang mulai menyukai belanja dengan cara online. Keuntungan berbelanja online salah satunya adalah bisa dilakukan di mana pun dan dapat membandingkan harga dengan mudah. Belanja secara online bisa dilakukan di berbagai media online, salah satunya adalah dengan menggunakan marketplace.

Ayodya (2020:172) mendefinisikan *marketplace* secara bahasa sebagai “pasar” di internet. Sebagaimana pasar pada umumnya, pasar yang satu ini juga merupakan tempat jual beli barang. Dengan adanya pasar global yang tak terbatas, hal tersebut mendorong para pelakubisnis untuk melakukan inovasi untuk memanfaatkan media online sebagai lahan bisnis. Apalagi ditambah dengan semakin meningkatnya pengguna internet dari hari ke hari, maka tak ada salahnya untuk mencoba berjualan secara online via marketplace.

Menjual produk atau usaha di *marketplace* maka bisa sekaligus menggunakannya menjadi media promosi. Fitur-fitur dalam *marketplace* ini yang dapat digunakan untuk promosi, dan memberikan banyak kemudahan bagi para konsumen di dunia *online shop*. Banyaknya *marketplace* yang muncul di dunia internet benar-benar memanjakan para konsumen. Melihat-lihat produk yang ditawarkan di *marketplace* secara bebas akan memberikan rasa nyaman bagi pembeli dan media internet yang bebas akses memberikan waktu 24 jam bagi para pengunjung, sehingga konsumen bisa datang kapan pun tanpa adanya jam buka tutup. Sedangkan dari segi produsen atau penjual, mendapat tawaran sebuah fasilitas yang berupa tempat untuk mempromosikan usaha sekaligus menjual produk atau jasanya. Tempat sekaligus menjual produk atau jasanya. Tempat tersebut memang difungsikan untuk tempat berkumpulnya para penjual yang sama-sama menawarkan produk baik berupa barang atau jasa. Hal ini tentu sangat membantu untuk memasarkan barang melalui internet tanpa harus membuat website.

Minat Berwirausaha

Menurut Mustofa (2014, hlm. 11) bahwasanya minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui, dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha. Sejalan dengan Slameto (2010: 180) dalam buku belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya

menyatakan bahwa: "Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh". Minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri dapat berupa seseorang, suatu obyek, suatu situasi, suatu aktivitas dan lain sebagainya. Minat tersebut dapat meningkatkan menjadi besar apabila hubungan tersebut semakin kuat dan dekat. Menurut Ambarwati (2015) dalam Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 2, No 4 minat adalah kondisi psikologis yang menimbulkan keinginan kuat terhadap sesuatu dan merupakan modal besar untuk mencapai tujuan. Sumber:

<https://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1311058>

Minat berwirausaha yang dimaksud adalah minat mahasiswa terhadap berwirausaha yang ditandai oleh perhatian mahasiswa pada matakuliah kewirausahaan, kesukaan mahasiswa terhadap wirausaha, keinginan mahasiswa untuk tahu lebih banyak mengenai wirausaha, tugas-tugas yang diselesaikan oleh mahasiswa, motivasi mahasiswa mempelajari konsep dasar wirausaha dan, kebutuhan mahasiswa terhadap wirausaha dan ketekunan mahasiswa dalam berwirausaha. Berdasarkan uraian diatas, maka minat berwirausaha adalah perasaan senang terhadap wirausaha dimana seorang mahasiswa menaruh perhatian yang besar terhadap berwirausaha.

METODOLOGI

Berdasarkan karakteristik permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini akan dilaksanakan dengan rancangan penelitian dan pengembangan pendidikan (*Educational Research and Development/ R&D*). Langkah-langkah penelitian dirancang menggunakan model penelitian dan pengembangan Dick and Carey yang diadaptasi Gall et al. (2008) dalam Putra (2015:120-121). Penelitian ini dirancang untuk dilaksanakan dalam empat tahap besar, yaitu tahap studi pendahuluan, perencanaan, pengembangan dan uji coba, diseminasi (publikasi). Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unpas.

Berdasarkan skema langkah-langkah penelitian dan bagan alir penelitian di atas untuk mencapai target yang diinginkan maka pada setiap tahapan kegiatan dalam penelitian ini diperlukan instrumen-instrumen yang disusun sesuai kebutuhan. Instrumen-instrumen tersebut berupa:

1. Format wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengarah kepada analisis kebutuhan mahasiswa dan dosen dalam pengembangan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*
2. Format kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengarah kepada identifikasi bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*
3. Format rancangan perangkat pelatihan yang disesuaikan dengan kondisi mahasiswa dan dosen dan tujuan penelitian, termasuk rancangan pedoman bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*.
4. Format rancangan instrumen evaluasi formatif untuk dipergunakan pada setiap langkah penelitian, sehingga perbaikan dapat dilakukan secara berkesinambungan.
5. Format Instrumen FGD pengembangan bahan ajar untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa
6. Format validasi instrumen dan perangkat-perangkat *workshop* melalui penilaian pakar (*expert judgement*) dan FGD.
7. Rubrik instrumen keberhasilan implementasi *workshop* bahan ajar yang dikembangkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Mengembangkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace*

Penelitian ini menghasilkan produk bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* berupa web based yang bisa diakses di

<https://kantunwantun.com/>. Bahan ajar dikemas dengan membuat pedoman atau langkah-langkah untuk mengakses di <https://kantunwantun.com/> baik sebagai user admin, vendor ataupun sebagai konsumen. Bahan ajar disusun berdasarkan hasil pengamatan perkuliahan pada mata kuliah kewirausahaan dimana mahasiswa pada umumnya melakukan perdagangan yang sbagin besar didominasi sebagai reseller, dan belum melakukan pemasaran secara digital, adapun yang sudah melakukan pemasaran digital yang dilakukan di marketplace seperti shopee, tokopedia dan lainnya sangat sulit dalam persaingan terlebih produk impor dan produsen masuk melakukan pemasara di marketplace. Berdasarkan permasalahan tersebut, teriniasi platform digital marketplace <https://kantunwantun.com/> dimana tempat menjajakan produk mahasiswa yang selanjutnya menawarkan produk mahasiswa pada lingkungan kampus. <https://kantunwantun.com/> dibuat berdasarakan hasil pengamatan pada proses perkuliahan yang dirasa perlu ada penyesuaian terhadap pengembangan bahan ajar yang sebelumnya cenderung bersifat konvensional dan berpusat pada dosen.

Hal ini, perlu di perhatikan melalui proses perkuliahan pada matakuliah kewirausahaan. Matakuliah kewirausahaan termasuk kelompok matakuliah keahlian khusus (KK) di semester 3 dengan bobot 2 sks. Capaian pembelajaran matakuliah kewirausahaan yaitu setelah mengikuti mata kuliah ini di harapkan mahasiswa memahami arti dari sebuah Kewirausahaan dan bisa mengaflikasikan faktor-faktor dan tujuan dari Kewirausahaan serta mampu menjelaskan mengenai langkah-langkah pengoptimalan mengenai Kewirausahaan dalam mencapai tujuan. Melihat dari capaian pembelajaran tersebut, perlu mengacu penyesuaiannya terhadap kurikulum Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), *Outcome-Based Education* (OBE) dan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang sedang dalam proses untuk mempersiapkannya, terlebih aktivitas mahasiswa yang sudah lebih cepat dalam penerapan kewirausahaan, diantaranya yaitu menjadi *resller* atau vendor di *platform* digital marketing baik di *online shop* ataupun di *marketplace*, dan dengan sejalanannya arus informasi digital yang berkembang cepat serta layanan fasilitas digital marketing yang lebih mudah di akses, minat mahasiswa pada usaha *platform* digital marketing semakin meningkat. Untuk memfasilitasi mahasiswa dalam minat berwirausaha yaitu melalui proses pembelajaran dengan mengembangkan bahan ajar matakuliah kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan urgensi tersebut, perlu dilakukannya penyesuaian proses pembelajaran pada matakuliah kewirausahaan yaitu dengan pengembangan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

Pengembangan produk bahan ajar interaktif dihasilkan melalui beberapa tahapan yang didasarkan pada model pengembangan Alessi & Trollip (2001: 410) diantaranya tahap perencanaan (*planning*), tahap perencanaan (*design*), dan tahap pengembangan (*development*). Masing-masing tahapan penelitian dan pengebangan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

- a. Define the Scope

Konsep dasar koperasi yaitu sebagai wadah untuk mengatasi masalah ekonomi dengan melakukan kegiatan ekonomi secara bersama dan sesuai dengan prinsip koperasi. Lingkup materi ajar koperasi pada Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu konsep dasar perkoperasian dan pengelolaan koperasi, dengan kegiatan pembelajaran dari membuat pola hubungan dan menyimpulkan perkoperasian sampai dengan menyimulasikan pengelolaan koperasi di sekolah. Hal ini juga tidak terlepas dari materi mengenai prosedur pendirian koperasi di sekolah. Adapun di perguruan tinggi setingkat strata satu (S1) materi ajar mengkaji konsep dasar sampai dengan *problem solving* perkoperasian Indonesia. Jika diperhatikan kajian materi di S1 belum menunjukkan capaian

pembelajaran yang berdampak pada kebermanfaat materi pada minat berkoperasi. Terlebih di tingkat S1, dimana kajian materi harus berorientasikan pada *softskill* dan *ability*. Minat untuk berkoperasi terlebih mendirikan koperasi sudah menjadi pilihan di saat ini, yang perlu dilakukan oleh mahasiswa sebagai generasi milenial yang setidaknya senada dengan prinsip koperasi yaitu terbuka, demokratis, dan adil dimana tiga prinsip ini sejalan dengan karakter dari kaum milenial. Koperasi merupakan lembaga keuangan yang mampu menyentuh seluruh lini kegiatan ekonomi, dengan berkoperasi semua gagasan kreatif dan inovatif akan terealisasi melalui prinsip bersama mendirikan, bersama mengelola, dan bersama mengembangkan. Berdasarkan hasil diskusi bersama mahasiswa terkait ruang lingkup materi koperasi pada saat di SMA dimana materi tentang mengelola koperasi masih bersifat manual, sedangkan kebutuhan saat serba digital. Berdasarkan paparan di atas, ruang lingkup penelitian ini pada capaian pembelajaran matakuliah mahasiswa memahami konsep ekonomi koperasi, mendirikan koperasi dan mengelola koperasi. Dalam penelitian ini berfokus pada pengembangan bahan ajar Sub-CPMK 4.1 yaitu mahasiswa mampu mengelola koperasi simpan pinjam dengan berbantuan medai digital.

b. *Identify Learner Characteristic*

Pengembangan bahan ajar koperasi dilakukan melalui proses wawancara dan penyebaran angket terkait dengan identifikasi karakteristik mahasiswa yang bertujuan produk pengembangan bahan ajar tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2021 Tentang Standar Nasional Pendidikan Pasal 6 ayat 4 yaitu Standar kompetensi lulusan pada Satuan Pendidikan Jenjang Pendidikan tinggi difokuskan pada persiapan Peserta Didik menjadi anggota masyarakat yang berakhlak mulia, memiliki pengetahuan, keterampilan, kemandirian, dan sikap untuk menemukan, mengembangkan, serta menerapkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, yang bermanfaat bagi kemanusiaan. Proses pembelajaran pada tingkat mahasiswa berorientasikan pada *outcome* yang bermanfaat pada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa dimana proses pembelajaran yang sering disampaikan dengan ceramah sering tidak optimal dan memberikan suasana menjadi mengantuk terkadang lupa apa yang telah disampaikan. Mahasiswa berharap dalam proses pembelajaran adanya aktivitas yang menumbuhkan keterampilan yang berbantuan teknologi. Hal ini juga dari kebiasaan mahasiswa yang mengakses berbagai kebutuhan sudah menggunakan teknologi. Untuk itu, perlu dikembangkan bahan ajar koperasi digital untuk menunjang proses pembelajara yang dibutuhkan mahasiswa untuk masa depan.

c. *Produce a Planning Document*

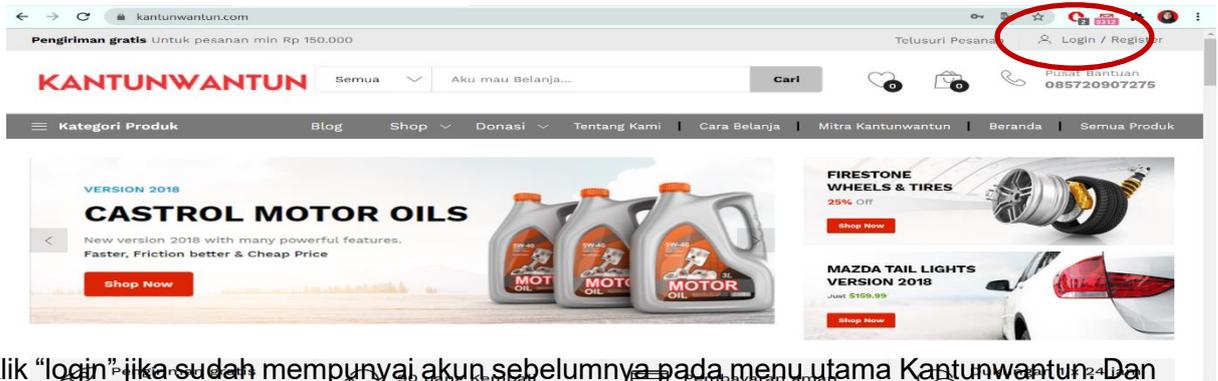
Dokumen yang dihasilkan dalam pengembangan bahan ajar koperasi yaitu produk koperasi digital web based, dokumen panduan pengelolaan koperasi digital, dokumen RPS, dokumen bahan ajar.

2. Langkah penerapan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media marketplace <https://kantunwantun.com/>

Untuk mengakses platform digital marketing <https://kantunwantun.com/> telah di jelaskan pada langkah – langkah membuat akun kantunwantun dan langkah – langkah membuat toko di kantunwantun. Penerapan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media marketplace <https://kantunwantun.com/>. **Langkah penerapan bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media marketplace <https://kantunwantun.com/> sebagai berikut:**

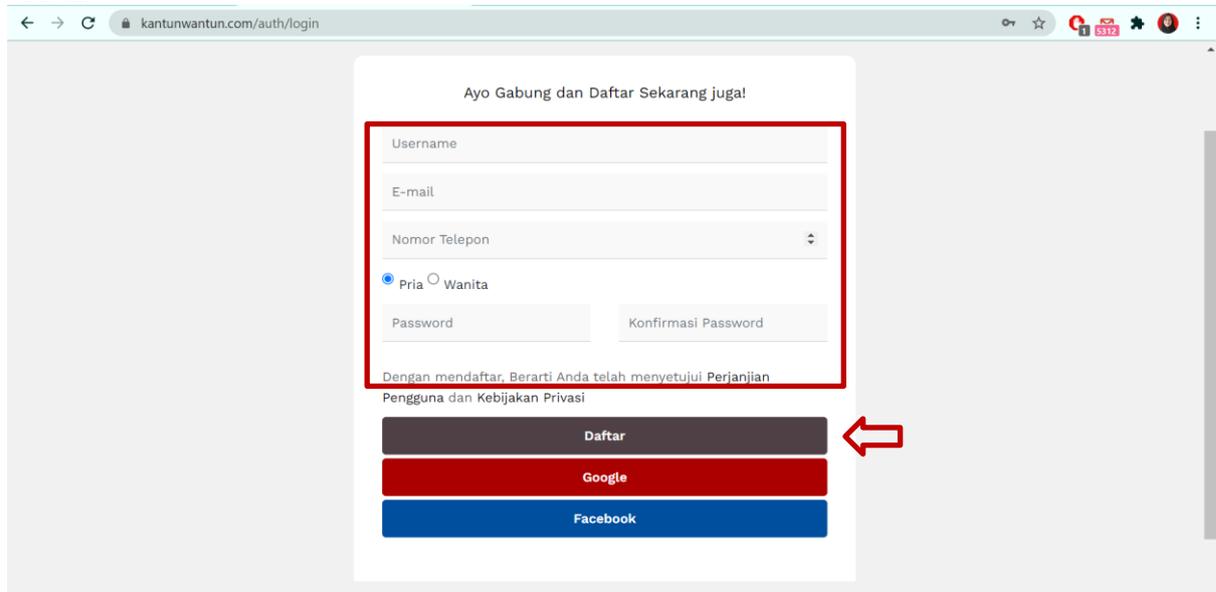
1) Langkah – Langkah Membuat Akun KantunWantun

Langkah pertama adalah akses Kantunwantun melalui web dengan laman kantunwantun.com

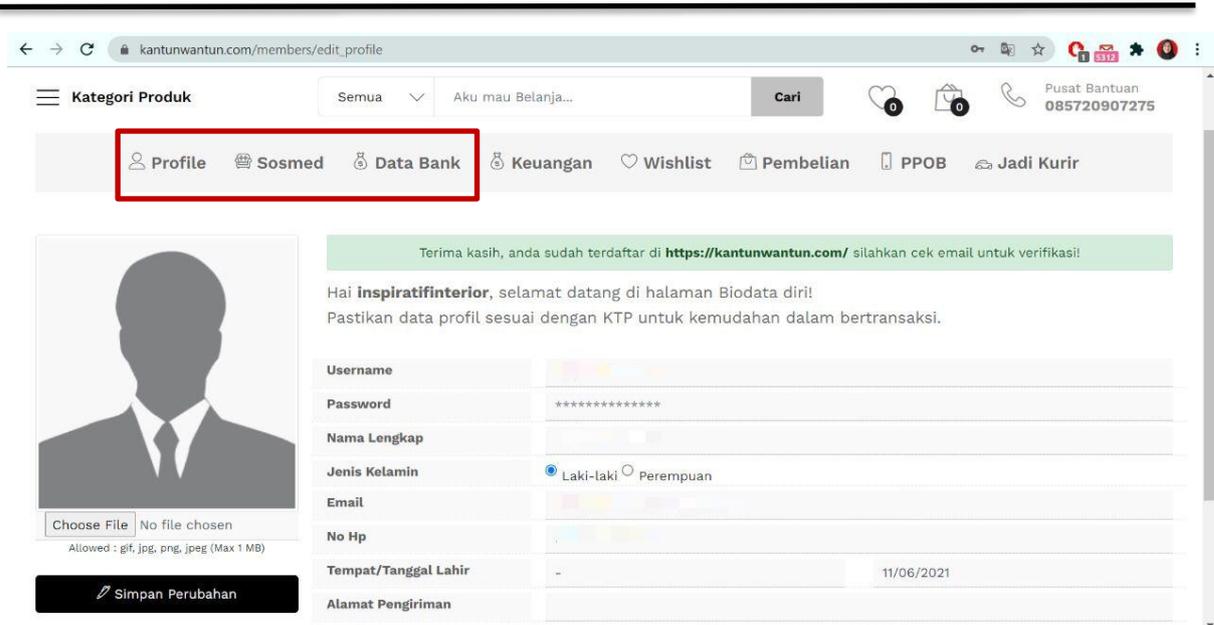


Klik “login” jika sudah mempunyai akun sebelumnya pada menu utama Kantunwantun. Dan klik “register” jika belum mempunyai akun Kantunwantun.

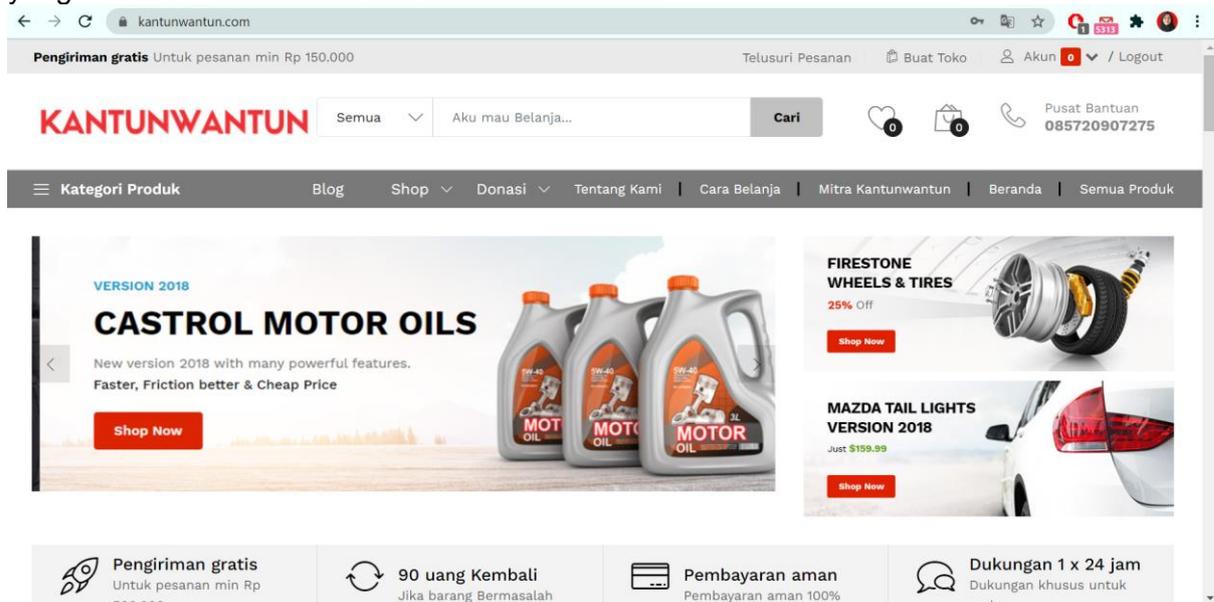
Masukkan “username, email, nomor telepon, jenis kelamin, dan password”. Setelah itu klik “daftar”



Setelah profil (akun) berhasil di daftarkan maka akan muncul tampilan seperti yang ada di bawah ini. Kemudian langkah selanjutnya adalah melengkapi data diri seperti “profile, sosmed, dan data bank”

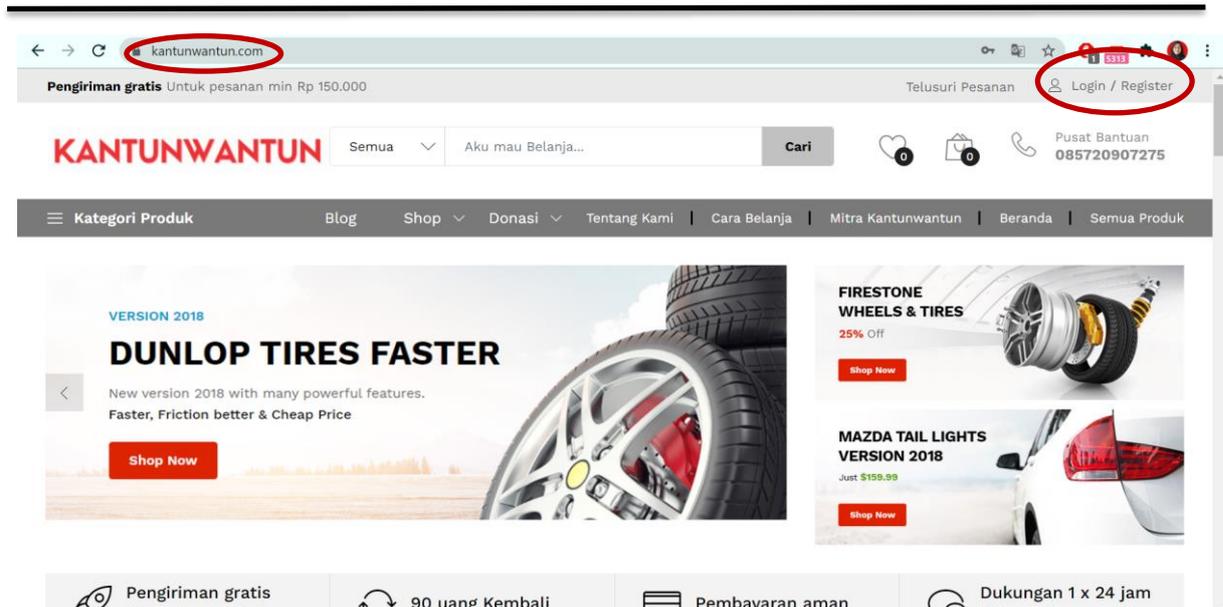


Setelah semua data profile sudah dilengkapi, sekarang anda bisa langsung menikmati fitur yang ada di Kantunwantun dan mulai bertransaksi



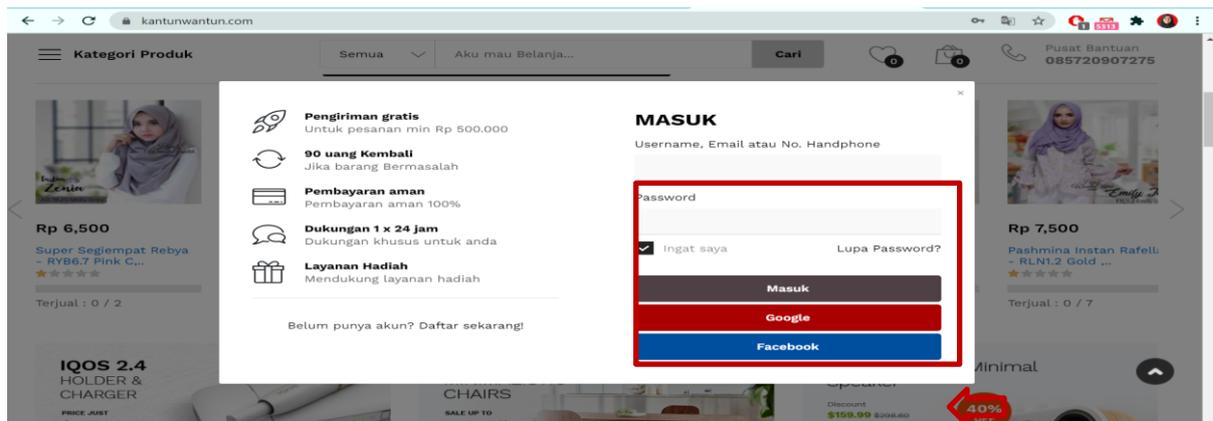
2) Langkah – Langkah Membuat Toko di Kantunwantun

Buka web Kantunwantun di handpone maupun di laptop dengan mengunjungi laman kantunwantun.com



Klik “login” pada halaman utama Kantunwantun

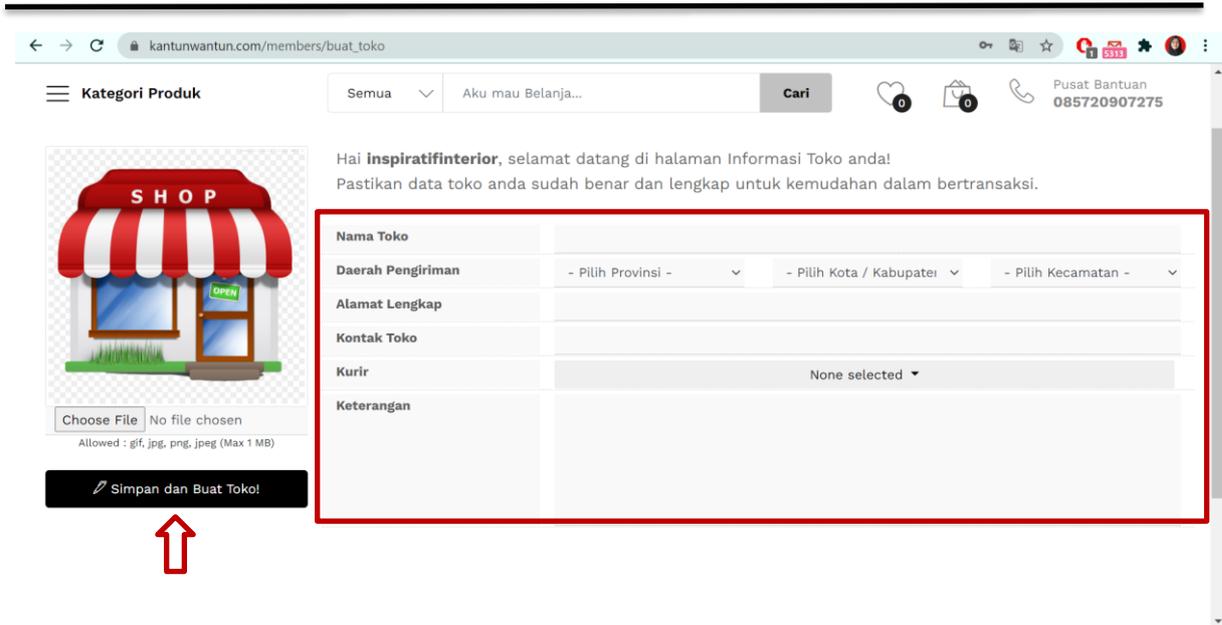
Masukkan “username dan password” sesuai dengan yang sebelumnya sudah di daftarkan. Setelah itu klik “masuk”



Pada menu utama Kantunwantun klik “buat toko” sebagai langkah awal dalam proses pembuatan toko

The image shows two screenshots of the Kantunwantun website. The top screenshot displays the homepage with a navigation bar, search bar, and several promotional banners for products like Castrol Motor Oils, Firestone Wheels & Tires, and Mazda Tail Lights. Below the banners are service highlights such as 'Pengiriman gratis' (Free shipping), '90 uang Kembali' (90% refund), 'Pembayaran aman' (Safe payment), and 'Dukungan 1 x 24 jam' (24-hour support). The bottom screenshot shows the 'Buat Toko' (Create Store) page, which includes a form for entering store information. The form fields are: Nama Toko (Store Name), Daerah Pengiriman (Shipping Area) with dropdown menus for Province, City, and District, Alamat Lengkap (Full Address), Kontak Toko (Store Contact), Kurir (Courier) with a dropdown menu, and Keterangan (Remarks). A file upload section is also present for a store logo. A 'Simpan dan Buat Toko!' (Save and Create Store!) button is at the bottom of the form.

Langkah selanjutnya melengkapi data toko seperti “nama toko, daerah pengiriman, alamat lengkap, kontak toko, dan kolom keterangan”. Setelah data toko semuanya lengkap diisi selanjutnya adalah klik “simpan dan buat toko”



Kategori Produk

Semua Cari

Pusat Bantuan 085720907275

Hai **inspiratifinterior**, selamat datang di halaman Informasi Toko anda!
Pastikan data toko anda sudah benar dan lengkap untuk kemudahan dalam bertransaksi.

Nama Toko

Daerah Pengiriman - Pilih Provinsi - - Pilih Kota / Kabupaten - - Pilih Kecamatan -

Alamat Lengkap

Kontak Toko

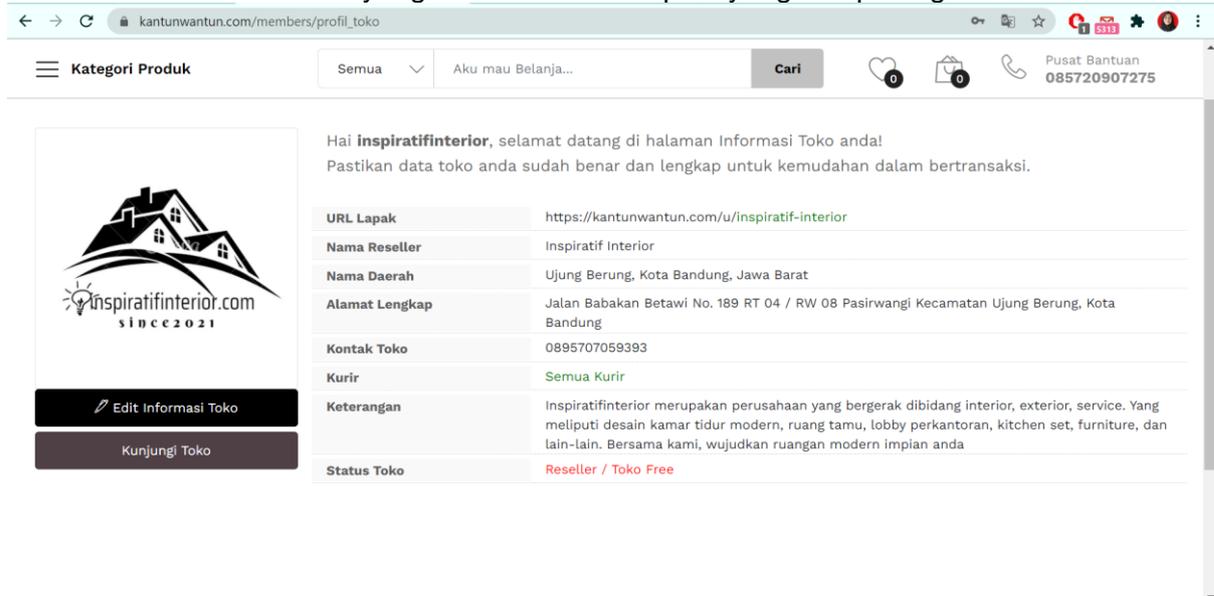
Kurir None selected

Keterangan

Choose File No file chosen
Allowed : gif, jpg, png, jpeg (Max 1 MB)

Simpan dan Buat Toko!

Dan ini adalah contoh toko yang berhasil dibuat seperti yang ada pada gambar dibawah ini



Kategori Produk

Semua Cari

Pusat Bantuan 085720907275

Hai **inspiratifinterior**, selamat datang di halaman Informasi Toko anda!
Pastikan data toko anda sudah benar dan lengkap untuk kemudahan dalam bertransaksi.

URL Lapak	https://kantunwantun.com/u/inspiratif-interior
Nama Reseller	Inspiratif Interior
Nama Daerah	Ujung Berung, Kota Bandung, Jawa Barat
Alamat Lengkap	Jalan Babakan Betawi No. 189 RT 04 / RW 08 Pasirwangi Kecamatan Ujung Berung, Kota Bandung
Kontak Toko	0895707059393
Kurir	Semua Kurir
Keterangan	Inspiratifinterior merupakan perusahaan yang bergerak dibidang interior, exterior, service. Yang meliputi desain kamar tidur modern, ruang tamu, lobby perkantoran, kitchen set, furniture, dan lain-lain. Bersama kami, wujudkan ruangan modern impian anda
Status Toko	Reseller / Toko Free

Edit Informasi Toko

Kunjungi Toko

Langkah selanjutnya untuk memasukan produk adalah klik menu toko > daftar produk

The screenshot shows the user interface of the Kantunwantun website. At the top, there is a navigation bar with the logo 'KANTUNWANTUN' and a search bar. A dropdown menu is open, showing options like 'Pengaturan', 'Daftar Produk', 'Alamat Transaksi COD', 'Orders Pusat (Reseller)', 'Komplain (Terlapor)', 'Orders Masuk', and 'Upgrade Toko'. A red arrow points to the 'Daftar Produk' option. Below the navigation bar, there is a section for 'Identitas Toko / Reseller' with a profile picture of 'Inspiratif Interior' and a table of store information.

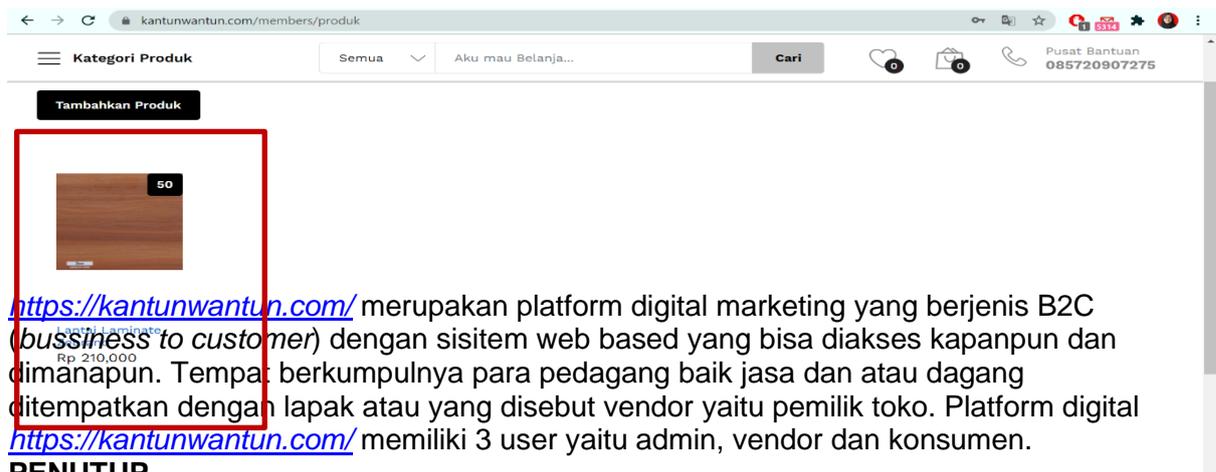
URL Lapak	https://kantunwantun.com/u/inspiratif-interior
Nama Reseller	Inspiratif Interior
Nama Daerah	Ujung Berung, Kota Bandung, Jawa Barat
Alamat Lengkap	Jalan Babakan Betawi No. 189 RT 04 / RW 08 Pasirwangi Kecamatan Ujung Berung, Kota Bandung
Kontak Toko	0895707059393
Kurir	Semua Kurir
Keterangan	Inspiratifinterior merupakan perusahaan yang bergerak dibidang interior, exterior, service. Yang meliputi desain kamar tidur modern, ruang tamu, lobby perkantoran, kitchen set, furniture, dan

Klik "tambahkan produk"

The screenshot shows the 'Produk Anda' page on the Kantunwantun website. A red arrow points to a black button labeled 'Tambahkan Produk'. Below the button, there is a message: 'Maaf, anda belum memiliki produk untuk dijual,... Klik Disini Untuk mulai Posting Produk!'.

Selanjutnya muncul halaman untuk mengisi produk. Isi kelengkapan data produk tersebut hingga lengkap sesuai dengan produk yang akan di upload

Berikut adalah tampilan untuk produk yang berhasil di upload



<https://kantunwantun.com/> merupakan platform digital marketing yang berjenis B2C (*business to customer*) dengan sistem web based yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Tempat berkumpulnya para pedagang baik jasa dan atau dagang ditempatkan dengan lapak atau yang disebut vendor yaitu pemilik toko. Platform digital <https://kantunwantun.com/> memiliki 3 user yaitu admin, vendor dan konsumen.

PENUTUP

Matakuliah kewirausahaan termasuk kelompok matakuliah keahlian khusus (KK) di semester 3 dengan bobot 2 sks. Capaian pembelajaran matakuliah kewirausahaan yaitu setelah mengikuti mata kuliah ini di harapkan mahasiswa memahami arti dari sebuah Kewirausahaan dan bisa mengaflikasikan faktor-faktor dan tujuan dari Kewirausahaan serta mampu menjelaskan mengenai langkah-langkah pengoptimalan mengenai Kewirausahaan dalam mencapai tujuan. Melihat dari capaian pembelajaran tersebut, perlu mengacu penyesuaiannya terhadap kurikulum Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), *Outcome-Based Education* (OBE) dan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang sedang dalam proses untuk mempersiapkannya, terlebih aktivitas mahasiswa yang sudah lebih cepat dalam penerapan kewirausahaan, diantaranya yaitu menjadi *reseller* atau vendor di *platform* digital marketing baik di *online shop* ataupun di *marketplace*, dan dengan sejalanannya arus informasi digital yang berkembang cepat serta layanan fasilitas digital marketing yang lebih mudah di akses, minat mahasiswa pada usaha *platform* digital marketing semakin meningkat. Untuk memfasilitasi mahasiswa dalam minat berwirausaha yaitu melalui proses pembelajaran dengan mengembangkan bahan ajar matakuliah kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Langkah penerapan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media <https://kantunwantun.com/> merupakan platform digital marketing yang berjenis B2C (*bussiness to customer*) dengan

sisitem web based yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Tempat berkumpulnya para pedagang baik jasa dan atau dagang ditempatkan dengan lapak atau yang disebut vendor yaitu pemilik toko. Platform digital <https://kantunwantun.com/> memiliki 3 user yaitu admin, vendor dan konsumen. Untuk mengakses platform digital marketing <https://kantunwantun.com/> telah di jelaskan pada langkah – langkah membuat akun kantunwantun dan langkah – langkah membuat toko di kantunwantun. Penerapkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* <https://kantunwantun.com/>. Saran dala penelitian yaitu pengembangan bahan ajar dilakukan masih lingkungan internal kampus, kedepannya melanjutkan penelitian pengembangan Bahan Ajar bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* melibatkan dosen, guru dan praktisi dengan melakukan focus group discussin (FGD). Langkah penerapkan bahan ajar bahan ajar kewirausahaan berbasis digital marketing dengan media *marketplace* <https://kantunwantun.com/> Marketplace <https://kantunwantun.com/> kedepannya lebih berkembang dengan perhatian kepada UMKM dan mahasiswa untuk dapat berkolaborasi menciptakan wirausaha baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayodya,W. (2020). UMKM 4.0 strategi UMKM Memasuki Era Digital. Elex Media Komputindo : Jakarta.
- Casson,M. (2012). entrepreneurship (teori, jejarig, sejarah). Rajawali Pers : Jakarta.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Cet-5. Bandung: CV Alfabeta.
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anderson, L. W. & Krathwohl, D.R., et al. (2001). A taxonomy for learning, teaching, and assessing: A revision of bloom’s taxonomy of educational objectives. Boston, MA (Pearson Education Group): Allyn & Bacon
- Ambarwati. (2015). Pengaruh Pelayanan Koperasi Terhadap Minat Pembelian Anggota Kp-Ri “Mentas” Kecamatan Purworejo. Sumber: <https://Garuda.Ristekbrin.Go.Id/Documents/Detail/1311058> (Diakses tanggal 16 Mei 2021)
- Mustofa, Muchammad Arif. (2014, hlm. 11). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI Teknik Audio Video SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman. <https://eprints.uny.ac.id/16081/> (Diakses tanggal 19 Maret 2020)
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). Tingkat Pengangguran Terbuka (TBT). Diunduh di [https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html#:~:text=Tingkat%20pengangguran%20terbuka%20\(TPT\)%20Agustus,juta%20orang%20dari%20Agustus%202019](https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html#:~:text=Tingkat%20pengangguran%20terbuka%20(TPT)%20Agustus,juta%20orang%20dari%20Agustus%202019). (Diakses tanggal 19 Maret 2020)
- Oktaviani (2018) Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. jurnal Profesi Humas volume 3 no 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/15878/8587> (Diakses tanggal 16 Mei 2021)