

PENGARUH AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI TERHADAP KUALITAS PENGELOLAAN KEUANGAN (Studi Empiris Di Puskesmas Mijen 1 Demak)

Abdul Latif¹, Fitria Rohmatika², Ratih Pratiwi³, Mochammad
Purnomo^{4,1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wahid
Hasyim Semarang

Jl. Menoreh Tengah X No.22, Sampangan, Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa
Tengah 50232

e-mail: 1rongsoktua11@gmail.com, 2vitriarf.16@gmail.com, 3rara@unwahas.ac.id,
4purnomo@unwahas.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kualitas pengelolaan keuangan di Puskesmas Mijen 1 Demak. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi dan angket. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 62 responden. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS dan alat analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji model dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) secara simultan akuntabilitas dan transparansi terhadap kualitas pengelolaan keuangan di Puskesmas Mijen 1 Demak, dan (2) secara parsial akuntabilitas dan transparansi terhadap kualitas pengelolaan keuangan di Puskesmas Mijen 1 Demak

Kata Kunci: *Akuntabilitas, Transparansi dan kualitas pengelolaan keuangan*

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of accountability and transparency on the quality of financial management at Mijen 1 Health Center Demak. Research data obtained through documentation and questionnaires. The sample used in the study was 62 respondents. The data obtained were processed using SPSS and the data analysis tools used were validity tests, reliability tests, model tests and hypothesis testing. The results of the analysis show that (1) simultaneously accountability and transparency on the quality of financial management at Mijen 1 Demak Health Center, and (2) partially accountability and transparency on the quality of financial management at Mijen 1 Demak Health Center.

Keywords: *accountability, transparency and quality of financial management*

1. PENDAHULUAN.

A. Latar Belakang

Auditor sektor publik telah melihat kekurangan dalam waktu singkat. Instansi pemerintah, bisnis militer, dan organisasi publik lainnya semakin fokus pada metode perlengkapan. Laporan keuangan dimaksudkan untuk memberikan informasi penting tentang keadaan dan cara kerja suatu entitas tertentu untuk membantu dalam pengambilan keputusan. Ketersediaan keuangan yang lebih baik dijamin oleh margin mata uang yang berkualitas tinggi.

Persyaratan reputasi dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP), yaitu relevansi, ketergantungan, keterbandingan, dan pemahaman, harus berkualitas pengelolaan keuangan. SAP adalah alat hukum yang menerapkan pengelolaan utang publik yang efisien dan efektif.

Dua bidang terpenting yang menjadi fokus Puskesmas adalah sosial dan ekonomi, dan mereka harus mengikuti praktik bisnis yang sehat dan mendapatkan perjanjian pinjaman yang mematuhi SAK. Memastikan akuntabilitas dan transparansi dalam operasional penukaran mata uang Puskesmas sangat penting untuk memastikan layanan berkualitas tinggi.

Antara lain, Puskesmas Mijen I menghadapi berbagai tantangan, yaitu pemahaman pegawai terhadap Rencana Anggaran Kegiatan dan kekurangan tenaga akuntansi. Anggaran, neraca, dan catatan laporan keuangan, sebagai laporan pertanggungjawaban, disusun sebagai bagian dari upaya mendorong akuntabilitas dan keterbukaan.

Transparansi dan akuntabilitas merupakan hal yang krusial dan penting dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan Puskesmas. Namun karena lambatnya penyampaian materi sehari-hari dan proses manual yang padat karya, Puskesmas Mijen I mengalami kesulitan dalam mencapai kredibilitas dan transparansi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak transparansi dan akuntabilitas terhadap kualitas peminjaman uang di Puskesmas Mijen I Demak.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan penyelesaian masalah di atas, maka timbul permasalahan sebagai berikut:

1. Apa dampak akuntabilitas terhadap kualitas pengelolaan keuangan di Puskesmas Mijen I Demak?
2. Bagaimana pengaruh transparansi terhadap kualitas pengelolaan Keuangan di Puskesmas Mijen I Demak?
3. Bagaimana pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kualitas pengelolaan keuangan di Puskesmas Mijen I Demak?
4. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kualitas pengelolaan Keuangan di Puskesmas Mijen I Demak

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang dikemukakan di atas, berikut adalah tujuan penelitian yang muncul:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan dampak akuntabilitas terhadap kualitas pengelolaan Keuangan di Puskesmas Mijen I Demak.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan dampak transparansi terhadap kualitas pengelolaan keuangan di Puskesmas Mijen I Demak.
3. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kualitas pengelolaan keuangan di Puskesmas Mijen I Demak.
4. Untuk mengetahui variabel manakah jika ada yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap kualitas pengelolaan Keuangan di Puskesmas Mijen I Demak.

D. Kajian Pustaka

Kualitas pengelolaan keuangan

Menurut Agus Sartono (2015), Pengelolaan keuangan dapat diartikan sebagai pengelolaan keuangan yang bijaksana yang melibatkan penggunaan dana dalam berbagai bentuk investasi yang efektif, termasuk pengelolaan dana atau pendidikan yang efisien.

- Indikator Nilai Tukar Mata Uang

Menurut Martono dan Harjito (2008), terdapat tiga fungsi utama dalam pertukaran mata uang dan juga digunakan sebagai dimensi pertukaran mata uang. Fungsi-fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. kebijakan investasi
- b. Kebijakan Pendanaan
- c. Pengelolaan aktif

Akuntabilitas

Menurut Suherman (2007), hal ini berarti setiap komponen penggerak kegiatan perusahaan berfungsi sesuai dengan kebutuhan dan tingkat kesulitan masing-masing individu.

- Indeks Akuntabilitas (AKI) terdiri dari tiga komponen:

- a. Akuntabilitas kejujuran dan legalitas (AKI)
- b. Akuntabilitas Proses (AKI)
- c. Akuntabilitas Program (AKI)
- d. Akuntabilitas kebijakan

Transparansi

Menurut Andrianto (2007), transparansi adalah proses berbagi informasi secara terbuka, merangkul keberagaman, dan memberikan ruang partisipasi aktif seluruh lapisan masyarakat dalam proses perolehan dana publik.

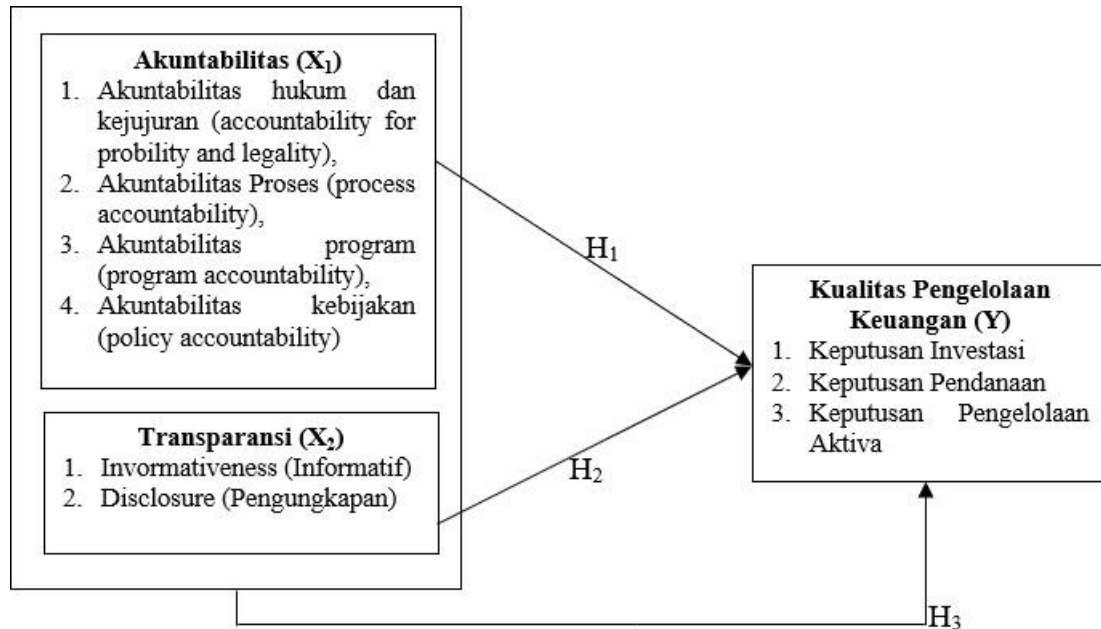
Indikator Transparansi menurut Mardiasmo (2009) adalah sebagai berikut:

A. Informativeness (keinformatifan): menyebarkan informasi, berita, penjelasan mekanisme, prosedur, data, dan fakta kepada pemangku kepentingan yang memerlukan informasi yang jelas dan akurat.

B. Pengungkapan (pengungkapan): menyebarkan informasi kepada masyarakat umum, atau pemangku kepentingan, mengenai kegiatan dan pekerjaan keuangan.

E. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang yang diamati, tujuan penelitian ini adalah untuk memverifikasi apakah terdapat pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kualitas nilai tukar mata uang di Mijen 1 Demak. Untuk lebih jelasnya, berikut dapat dilihat kerangka rumusan teorinya:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

F. Hipotesis

Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Terhadap kualitas pengelolaan keuangan di Puskesmas Mijen I Demak dituga pengaruh positif dan signifikan.
- Terdapat peningkatan transparansi yang positif dan signifikan terhadap kualitas penukaran uang di Puskesmas Mijen I Demak.
- Terjadi peningkatan yang signifikan dalam hal transparansi dan akuntabilitas serta kesepakatan bersama mengenai kualitas penukaran mata uang di Puskesmas Mijen I Demak.
- Variabel yang berkorelasi paling positif dan signifikan terhadap kualitas nilai tukar mata uang di Puskesmas Mijen I Demak

Tabel 1. Penelitian Sebelumnya

No	Judul/Peneliti/Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil
1.	Gerryan Putra, M. Rasuli, Eka Haryani (2017) Pengaruh Akuntabilitas Keuangan, Pengawasan Keuangan Daerah, Dan Transparansi Anggaran Terhadap Pengelolaan Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Indragiri Hulu	Akuntabilitas keuangan, pengawasan, transparansi dan pengelolaan keuangan	Regresi linier berganda	Temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai tukar tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai tukar mata uang sehingga menyebabkan H1 menurun. Sedangkan uji t untuk menguji hipotesis 2 menunjukkan terdapat pengaruh positif kebijakan mata uang regional terhadap kebijakan valuta asing, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 dengan $p < 0,05$. Sebaliknya uji t untuk menguji hipotesis 3 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara transparansi anggaran dengan tingkat suku bunga kredit keuangan, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi mempunyai dampak positif terhadap peminjaman mata uang; ini menunjukkan bahwa H3 tercermin.
2.	Aksesibilitas dan Transparansi Masyarakat Terkait Mekanisme Penukaran Mata Uang /Chintia Ayu Tamara, Yunus Tete Konde/ (2016)	Akuntabilitas public, transparansi dan mekanisme pengelolaan keuangan	Smart PLS	Hasil penelitian dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan kepercayaan masyarakat dan transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peminjaman uang kartal.
3.	Perubahan Transparansi dan Akuntabilitas Terkait Penggunaan Mata Uang Lokal (Studi pada Pemerintah Desa Provinsi Garut)/Fitri Sukmawati dan Alfi	Transparansi, akuntabilitas dan pengelolaan keuangan	Regresi berganda	Temuan penelitian menunjukkan bahwa, secara sederhana, transparansi tidak berpengaruh terhadap pertukaran keuangan desa; Namun akuntabilitas

	Nurfitriani/ 2019			berdampak pada pertukaran keuangan desa. Namun secara simultan, transparansi dan akuntabilitas berdampak negatif terhadap nilai tukar keuangan desa, dengan tingkat kontribusi sekitar 29,2%.

2. METODE

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif

b. Sumber Data Penelitian

- Data primer

Salah satu hal yang dimasukkan dalam data primer adalah sikap responden terhadap variabel penelitian yang membandingkan variabel penelitian aksesibilitas dan transparansi sebagai variabel dependen dan kualitas pengajuan pinjaman sebagai variabel independen yang dikembangkan dalam penelitian ini.

- Data sekunder

Data yang dimaksud berasal dari catatan resmi, laporan kejadian, serta literatur yang meliputi: jumlah orang yang melaporkan penyimpangan struktur organisasi, Jabatan deskripsi, dan sumber lainnya.

c. Subjek/Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Puskesmas Mijen 1 Kabupaten Demak, dilakukan mulai bulan februari sampai juni tahun 2021 dan untuk bidang penelitian adalah pengaruh pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap kualitas pengelolaan keuangan di Puskesmas Mijen I Demak

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data meliputi:

- Pelajaran dasar;
- pengamatan.
- Kuesioner Penyebaran

e. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat validitas suatu instrumen.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengetahui konsistensi suatu pengukuran yang tidak stabil bila sering diterapkan pada titik lemah.

3. Uji F (Anova)

Menurut Uji F, setiap variabel bebas atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh yang saling eksklusif terhadap variabel terikat (Ghozali, 2007).

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada awalnya Uji Koefisien determinasi (R^2) mengurangi kemampuan model dalam merepresentasikan variasi variabel dependen.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda karena terdapat dua variabel terikat dan satu variabel bebas.

6. Uji Hipotesis

7. Uji t (Pengujian signifikansi secara sendiri-sendiri)

Berdasarkan grafik tersebut, beberapa perubahan kecil pada satu variabel independen/penjelas dapat diamati ketika membandingkannya dengan variabel dependen (Ghozali, 2007).

8. Uji F (pengujian Signifikasi secara bersama-sama/simultan)

F-statistik digunakan untuk memperkirakan pengaruh signifikan seluruh variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Y).

9. Uji Koefisien Beta Standart (pengujian variabel)

Digunakan untuk mengetahui variabel independen mana yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel dependen. Koefisien yang dihasilkan dari garis regresi yang telah dinormalisasi akan memberikan tanda terendah pada variabel independen, artinya variabel independenlah yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
(X_1)	1	0,702	0,207	Valid
	2	0,467	0,207	Valid
	3	0,787	0,207	Valid
	4	0,742	0,207	Valid
	5	0,679	0,207	Valid
	6	0,571	0,207	Valid
	7	0,844	0,207	Valid
	8	0,699	0,207	Valid
(X_2)	1	0,578	0,207	Valid
	2	0,513	0,207	Valid
	3	0,887	0,207	Valid
	4	0,862	0,207	Valid
(Y)	1	0,670	0,207	Valid
	2	0,582	0,207	Valid
	3	0,795	0,207	Valid
	4	0,749	0,207	Valid
	5	0,654	0,207	Valid
	6	0,669	0,207	Valid

Sumber: Data Primer 2021

Contoh tabel : (buat kolom sesuai dibawah ini)

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
(X ₁)	1	0,702	0,207	Valid
	2	0,467	0,207	Valid
	3	0,787	0,207	Valid
	4	0,742	0,207	Valid
	5	0,679	0,207	Valid
	6	0,571	0,207	Valid
	7	0,844	0,207	Valid
	8	0,699	0,207	Valid
(X ₂)	1	0,578	0,207	Valid
	2	0,513	0,207	Valid
	3	0,887	0,207	Valid
	4	0,862	0,207	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa setiap variabel yang diteliti menunjukkan bahwa setiap indikator mempunyai nilai r hitung > r tabel, artinya setiap indikator valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	α hitung	Standar α	Keterangan
Akuntabilitas (X ₁)	0.761	0.60	Reliabel
Transparansi (X ₂)	0.747	0.60	Reliabel
Kualitas Pengelolaan Keuangan (Y)	0.754	0.60	Reliabel

Sumber: Data Primer
2021

Berdasarkan hasil tabel uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa setiap variabel mempunyai koefisien Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60, hal ini menunjukkan bahwa prinsip koreksi setiap variabel dapat diandalkan dan layak digunakan dalam penelitian.

c. Uji Anova

Tabel 5 Hasil Uji Anova

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	595.830	2	297.915	796.880	.000 ^b
Residual	22.057	59	.374		
Total	617.887	61			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel hasil uji anova di atas dapat diketahui bahwa Fhitung 796.880 dari 2-61 adalah 3,15 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$ yang berarti variabel akuntabilitas (X1) dan transparansi (X2) mewakili variabel akuntabilitas (X1) dan transparansi (X2). model yang baik atau mumpuni yang dapat mempengaruhi kualitas penyaluran kredit keuangan (Y). Hasil uji F di atas menunjukkan bahwa model dianggap fit.

d. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.982 ^a	.964	.963	.61143

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel hasil koefisien determinasi yang telah ditentukan di atas, nilai Adjusted R Square() adalah sekitar 963 atau 96,3%. Dengan demikian, variabel transparansi dan akuntabilitas dapat mempengaruhi kualitas pinjaman mata uang. Sedangkan sisanya sebesar 3,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

e. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.097	.585		1.874
	X1	.290	.055	.391	5.279
	X2	.850	.104	.605	8.179

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel hasil uji regresi berganda line di atas dapat diartikan hasil sebagai berikut:

- Koefisien regresi menunjukkan bahwa akseptabilitas data mempunyai beta positif sebesar 0,391. Hal ini menunjukkan bahwa seiring dengan meningkatnya akuntabilitas, kualitas penyaluran kredit di bank juga meningkat.
- Koefisien regresi menunjukkan bahwa transparansi memiliki koefisien beta positif sekitar 0,605. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun transparansi meningkat, kualitas layanan pengiriman uang di puskesmas juga meningkat.

f. Uji Hipotesis

Uji t (Pengaruh secara parsial)

Berdasarkan tabel 7 di atas terlihat bahwa uji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pertama Pengujian Hipotesis

Hipotesis pertama menurunkan dampak kewajiban terhadap kualitas pinjaman mata uang. Hasil didasarkan pada koefisien beta positif sebesar 0,391, dan koefisien signifikansi sebesar $0,0005 < \text{sim} < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima. Lebih lanjut dapat dibuktikan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas peminjaman uang di puskesmas.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

Kedua hipotesis tersebut mengurangi dampak transparansi terhadap kualitas pinjaman mata uang. Koefisien determinasinya adalah koefisien beta positif sebesar 0,605 dan koefisien signifikansi sebesar $0,0005 < \text{sim} < 0,05$. Hal ini berarti kedua hipotesis diterima. Lebih lanjut dapat ditunjukkan bahwa transparansi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas peminjaman uang di puskesmas.

Uji F (Pengaruh secara Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) relatif satu sama lain. Untuk penjelasan lebih jelas mengenai hasil uji hipotesis T lihat tabel 4.9 diatas. Selain itu, pertimbangan diberikan terhadap pengujian hipotesis ketiga, yaitu untuk mengevaluasi dampak volatilitas dan akuntabilitas terhadap kualitas pinjaman mata uang. Berdasarkan hasil data dapat disimpulkan bahwa Fhitung 796.880 dari 2-61 adalah sekitar 3,15 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel akuntabilitas (X1) dan transparansi (X2) merupakan model yang baik atau mampu. yang dapat mempengaruhi kualitas penyaluran kredit mata uang (Y). Hasil uji F model di atas menunjukkan bahwa model fit. Variabel ini secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kualitas peminjaman uang karta di Puskesmas Mijen I Demak.

Uji Koefisien Beta Standart (Pengaruh yang paling dominan)

Tujuan dari uji beta standart adalah untuk mengetahui variabel independen mana yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel dependen. Koefisien yang dihasilkan dari garis regresi yang telah dinormalisasi akan memberikan tanda tertinggi pada variabel independen, artinya variabel independenlah yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel dependen. Untuk lebih jelasnya, hasil uji hipotesis koefisien beta diperoleh dari tabel 4.10 di atas. Selain itu juga dipertimbangkan pengujian hipotesis ketiga yaitu variabel kedua yang merupakan gabungan variabel independen (transparansi dan akuntabilitas) yang berpengaruh terhadap kualitas nilai tukar mata uang. Berdasarkan hasil data, koefisien determinasi beta sebesar 0,605 dan koefisien signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,0001. Ini juga merupakan nilai dengan koefisien beta positif tertinggi jika dibandingkan dengan variabel independen lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel transrparansi merupakan variabel yang paling terkena dampak negatifnya terhadap kualitas pengelolaan keuangan di Puskesmas Mijen I Demak.

Pembahasan

Akuntabilitas Berpengaruh Terhadap Kualitas Pengelolaan Keuangan

Hipotesis pertama menurunkan dampak kewajiban terhadap kualitas pinjaman mata uang. Hasil didasarkan pada koefisien beta positif sebesar 0,391, dan koefisien

signifikansi sebesar $0,0005 < \text{sim} < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima. Lebih lanjut dapat dibuktikan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas peminjaman uang di puskesmas.

Berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel akuntabilitas, terdapat delapan pernyataan yang dilontarkan responden. Namun dari rangkaian kumulatif tanggapan tersebut, hanya ada satu pernyataan yang memiliki signifikansi statistik tertinggi, yaitu pernyataan responden bersedia memberikan sampel jika besar sampelnya 4,04. Ini membantu mengidentifikasi pekerja yang menangani uang dengan baik. Mereka juga memahami dan menghargai setiap tugas yang diselesaikan, dan ketika mereka melakukannya, mereka akan mampu mengevaluasi kualitas pekerjaan yang dihasilkan. Namun jika pekerjaan tersebut diselesaikan dengan hasil yang kurang ideal, maka pekerja yang rajin akan dapat menerima imbalan ketika pekerjaan tersebut selesai.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel akuntabilitas memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap kualitas peminjaman uang kartal di Puskesmas Mijen I Demak.

Transparansi Berpengaruh Terhadap Kualitas Pengelolaan Keuangan

Kedua, hipotesis tersebut mengurangi dampak transparansi terhadap kualitas pinjaman mata uang. Koefisien determinasinya adalah koefisien beta positif sebesar 0,605 dan koefisien signifikansi sebesar $0,0005 < \text{sim} < 0,05$. Hal ini berarti kedua hipotesis diterima. Lebih lanjut dapat ditunjukkan bahwa transparansi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas peminjaman uang di puskesmas.

Berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel akuntabilitas, terdapat empat pernyataan yang dilontarkan responden. Namun dari sepuluh pernyataan responden hanya ada satu yang mempunyai nilai nilai paling tinggi yaitu pernyataan bahwa setiap informasi yang diberikan peneliti jelas dan dapat dipercaya yaitu sebesar 3,98. Hal ini menunjukkan bahwa setiap informasi yang diberikan dan dibicarakan oleh para wali Puskesmas dapat dipahami dan dimaknai secara jelas oleh para wali atau bahkan oleh masyarakat pengunjung. Ketika informasi dalam database memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, maka kualitas pertukaran mata uang juga tinggi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas peminjaman uang kartal di Puskesmas Mijen I Demak.

Akuntabilitas dan Transparansi Berpengaruh Terhadap Kualitas Pengelolaan Keuangan

Pemerataan dan transparansi juga berdampak pada kualitas pinjaman mata uang. Hal ini didukung oleh hasil uji anova pada tabel 5 yang diperoleh dan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 6 yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap kualitas peminjaman uang kartal di puskesmas.

Transparansi Merupakan Variabel Yang Paling Berpengaruh Terhadap Kualitas Pengelolaan Keuangan

Terkait dengan variabel transparansi dan akuntabilitas, variabel dominan yang mempunyai pengaruh terhadap kualitas peminjaman uang kartal adalah variabel transparansi. Hal ini didukung dengan hasil koefisien beta yang terdapat pada Tabel 7 di atas.

4. KESIMPULANDAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil hipotesis, termasuk data dan analisis, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Akuntabilitas berdampak terhadap kualitas penukaran uang di Puskesmas Mijen I Demak.
2. Transparansi berdampak pada kualitas penukaran mata uang di Puskesmas Mijen I Demak.
3. Transparansi dan akuntabilitas berdampak terhadap kualitas penukaran uang di Puskesmas Mijen I Demak.
4. Salah satu variabel yang paling signifikan mempengaruhi kualitas nilai tukar mata uang di Puskesmas Mijen I Demak adalah transparansi.

b. Saran

Dari hasil penelitian di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepala Puskesmas
Dalam mengelola dana organisasi, pimpinan organisasi harus berani mengambil risiko dan berinvestasi dari awal hingga akhir jangka waktu dana tersebut. Alasannya adalah untuk secara konsisten memberikan panduan dan melakukan cross-check terhadap validasi data yang dimasukkan ke dalam laporan pertukaran terkait.
2. Pegawai
Untuk mengetahui kualitas pelayanan penukaran mata uang, diperlukan adanya komite pengawas yang terkena dampak dari hal tersebut. Oleh karena itu, pengawas harus terus meningkatkan kemampuannya dalam menangani layanan penukaran mata uang dan terus meningkatkan transparansi dalam menangani pertukaran mata uang..

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir. 2014. Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi. Andi.Yogyakarta
- Agus, Sartono. 2015. Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Agus Harjito, Martono. 2008. Manajemen Keuangan, edisi 1. Yogyakarta: EKONISIA.
- Andrianto, Nico. 2017. Transparansi dan Akuntabilitas Publik melalui EGovernment. Malang: Bayumedia Publisng.
- Abdul Hafiz, Tanjung. 2010. Akuntansi, Transparansi, dan Akuntabilitas Keuangan Publik. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Bachtiar Arif 2008, Jurnal Akuntabilitas Vol 1 No.1, Keuangan Negara: Antara Harapan dan Realitas
- Ghozali, Imam, 2017, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hapwood dan Tomkins juga Elwood (1993) yang diterjemahkan oleh Mahmudi, bahwa "Dimensi akuntabilitas yang harus dipenuhi oleh lembaga-lembaga publik. Jurnal Akunansi
- Hadi, S. (2010). Metodologi Research. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti, (2015), Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Edisi Ketujuh. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- I Made Sudana. 2011. Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik. Jakarta: Erlangga
- Mardiasmo. 2014. Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah. Yogyakarta: Andi.
- Mardiasmo. 2009. Akuntansi Sektor Publik. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Polidano, C., "Why Bureaucrats Can't Always Do What Ministers Want: Multiple Accountabilities in Westminster Democracies." Public Policy and Administration 13, No. 1, Spring 1998, p 38.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 61 Tahun 2007 Tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum Daerah
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan
- Prawironegoro, Darsono dan Purwanti, Ari, (2007), Akuntansi manajemen. Edisi ke-2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Salim, Peter dan Yenny Salim, 1991, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Modern English Press.
- Suherman S. K., 2017. Insulin dan Antidiabetik Oral. Dalam: Gunawan, S.G. Farmakologi dan Terapi. Edisi 5. Jakarta: Balai Penerbit FKUI. pp: 485; 489- 93.
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabet.
- Utari, Dewi, dkk. 2014. Manajemen Keuangan: Kajian Praktik dan Teori dalam Mengelola Keuangan Organisasi Perusahaan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Walters, Aydelotte, Miller, 2010, "Putting more Public in Policy Analysis", Journal Public Administration. Review, July/August/2000, 60,4.

PENGARUH *GREEN MARKETING* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Produk Air Mineral Merek AQUA di Sampangan, Semarang)

Achmad Wahyudi¹, R. A. Marlien², Ryono³

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Stikubank

^{2,3} Program Studi Manajemen, Institut Teknologi Bisnis Semarang

e-mail : ¹achmadwahyudi688@gmail.com,

²marliennasehat@gmail.com,

³riyono8474@gmail.com

ABSTRAK

Semakin banyaknya isu mengenai peringatan global menyebabkan perilaku masyarakat semakin cinta dan peduli terhadap kelestarian lingkungan. Adanya permasalahan tersebut, perusahaan menerapkan strategi pemasaran berbasis lingkungan atau disebut green marketing. Selain green marketing, perusahaan harus mampu menjaga brand image produknya agar mampu bersaing di pasar. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul “Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Air Mineral Merek AQUA Di Daerah Sampangan Semarang)”, mempunyai rumusan masalah mengenai pengaruh green marketing, pengaruh brand image, serta pengaruh green marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian Responden yang merupakan konsumen AQUA di Sampangan Semarang berjumlah 135 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data diperoleh dari data primer dan data sekunder, analisis menggunakan regresi linier. Hasil pengolahan dan analisis data, green marketing (green product, green price, green place, green Promotion) dan brand image terhadap keputusan pembelian AQUA di Sampangan Semarang adalah positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan dan nilai determinannya sebesar 63,20%. Variabel tempat hijau merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian produk air mineral.

Kata Kunci : green marketing, green product, green price, green place, green Promotion, brand image dan keputusan pembelian

ABSTRACT

The increasing number of issues about global warnings causes people's behavior to be more loving and concerned about environmental sustainability. The existence of these issues, the company applies an environmental- based marketing strategy or called green marketing. In addition to green marketing, companies must be able to maintain the product brand image in order to be able to compete in the market. Therefore, a study entitled "The Effect of Green Marketing and Brand Image on Purchasing Decisions (a study on AQUA brand mineral water products in the Sampangan area, Semarang)", has the problem formulation of the effect of green marketing, the influence of brand image, and the influence of green marketing and brand image towards the purchase decision. These respondents

numbered 135 people who were AQUA consumers in Sampangan, Semarang. The sampling technique uses purposive sampling. Data obtained from primary data and secondary data, analysis using linear regression. The results of data processing and analysis, green marketing (green products, green prices, green places, green promotion) and brand image of the AQUA purchase decision in Sampangan, Semarang are positive and significant both partially and simultaneously and the determinant value is 63.20%. The green place variable is the variable that has the most influence on the decision to purchase mineral water products.

Keywords: *green marketing, green product, green price, green place, green promotion, brand image and purchasing decisions*

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era *globalisasi* banyak sekali yang membahas isu – isu tentang lingkungan. Salah satunya adalah isu tentang *global warning* atau pemanasan global.

Perubahan kondisi ini, menyebabkan perubahan perilaku masyarakat dimana mereka lebih peduli dengan lingkungan. Dengan adanya perubahan perilaku masyarakat menyebabkan perubahan strategi perusahaan dimana perusahaan menyelipkan pelestarian lingkungan di visi dan misi perusahaan mereka, yakni *green marketing*. *Green marketing* merupakan pemasaran hijau atau lingkungan terdiri dari semua kegiatan yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi pertukaran apapun dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, sehingga kepuasan dari kebutuhan dan keinginan ini terjadi, dengan dampak merugikan minimal terhadap lingkungan sekitar. Perubahan sikap konsumen yang lebih pintar (*smart customer*) mendorong perusahaan untuk selalu memperhatikan lingkungan sekitar saat memproduksi suatu produk (Polonsky, 1994). *Green marketing* terdiri dari *green product*, *green price*, *green place*, dan *green promotion*. Dengan penggunaan strategi ini diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian.

Salah satu perusahaan yang menerapkan strategi *green marketing* ketika memasarkannya adalah AQUA. Dimana AQUA merupakan salah satu perusahaan air mineral pertama yang menggunakan strategi tersebut. AQUA mulai menggunakan staretgi *green marketing* mulai tahun 2006 yang dinamakan “AQUA Lesari”, dimana program ini memiliki empat pilar utama yakni perlindungan sumber daya air; optimalisasi kemasan dan pengumpulan sampah; distribusi berkelanjutan; dan pengurangan jejak karbon.

Pada hasil studi yang dilakukan oleh Kusnandar dan Rinandiyana (2017) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh *green marketing* yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan hasil studi yang dilakukan oleh Romandon dkk (2014) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh *green marketing* yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan hasil studi ini yang menjadikan alasan penulis untuk memasukkan variabel *green marketing* pada penelitiannya.

Terdapat beberapa hal yang ditawarkan suatu perusahaan sebagai pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. Salah satunya adalah citra merek dari produk yang diinginkan. Citra merek merupakan salah satu hal yang penting karena menggambarkan seperti apa merek tersebut dimata konsumen. Citra merek menurut Hawkins dan

Mothersbaugh (2010), “*brand image to the schematic memory of a brand*”. Artinya citra merek mengacu pada skematis suatu merek. Dengan kata lain perkembangan suatu citra merek mampu menjadi pendorong masyarakat ketika melakukan keputusan pembelian.

Citra merek AQUA sangat baik dimata masyarakat, dikarenakan AQUA merupakan perusahaan air mineral pertama di Indonesia, selain itu AQUA memiliki *market share* yang cukup luas di Indonesia, khususnya daerah Sampangan, Semarang.

Berikut ini merupakan *market share* AQUA :

Tabel 1
Market Share dalam Kemasan

Merek	Tahun 2017	Tahun 2018
AQUA	73.4 %	73.3 %
Ades	5.5 %	6.1 %
Club	3.4 %	4.5 %
Cleo	3.4 %	4.1 %
Indomaret	2 %	1.9 %
Le Mineral	12 %	14 %

Sumber : Indomaret Sampangan, Semarang 2019

Pada tabel diatas produk AQUA sendiri memiliki harga yang cukup mahal dibandingkan dengan produk merek air mineral lainnya. Dilansir dari artikel di www.duajurai.com oleh Hendry Sihaloho (2017), Michael Lei Mena (Marketing and Communication AQUA group) mengatakan “ada alasan kenapa harga AQUA lebih mahal dibandingkan dengan merek lain yakni mereka menjaga mineral yang seimbang di dalam air serta tidak melakukan injeksi mineral sehingga lebih alami”. Selain itu bahwa “sumber air yang diambil merupakan sumber yang berizin yang memiliki kualitas yang bagus serta tidak ada kandungan yang berbahaya”. Adanya alasan diatas, menjadikan faktor pendorong yang menyebabkan air mineral dalam kemasan menjadi lebih mahal dibandingkan dengan produk air mineral lainnya.

Market Share ini digolongkan 3 bagian, dimana terdiri dari gelas, botol, dan galon. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2017) menyatakan bahwa citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan hasil studi yang dilakukan oleh Arimbawa & Ekawati (2017) menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya perbedaan hasil studi tersebut, penulis tertarik untuk memasukkan variabel citra merek dalam penelitiannya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

a. Green Marketing

Green marketing “Green or environmental marketing consist of all activities designed to generate and facilitate any exchanges intended to satisfy human needs or wants, such that the satisfaction of these needs and wants occurs, with minimal detrimental impact on the natural environmental”.

Artinya pemasaran hijau atau lingkungan terdiri dari semua kegiatan yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi pertukaran apapun dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, sehingga kepuasan dari kebutuhan dan keinginan ini terjadi, dengan dampak merugikan minimal terhadap lingkungan sekitar. Perubahan sikap konsumen yang lebih pintar (*smart customer*) mendorong perusahaan untuk selalu

memperhatikan lingkungan sekitar saat memproduksi suatu produk.

Definisi ini menggabungkan banyak komponen tradisional dari definisi pemasaran, yaitu "Semua kegiatan yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap pertukaran yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan manusia " [Stanton dan Futrell 1987]. Oleh karena itu memastikan bahwa kepentingan organisasi dan semua konsumennya dilindungi, karena pertukaran sukarela tidak akan terjadi kecuali pembeli dan penjual saling menguntungkan. Definisi di atas juga mencakup perlindungan lingkungan alam, dengan berusaha meminimalkan dampak buruk dari pertukaran ini terhadap lingkungan. Poin kedua ini penting, bagi manusia mengkonsumsi pada dasarnya merusak lingkungan alami. (Untuk membuat produk yang akurat klaim hijau harus menyatakan bahwa mereka "kurang berbahaya bagi lingkungan" daripada "Ramah Lingkungan."). Dengan demikian pemasaran hijau harus meminimalkan kerusakan lingkungan, tidak harus menghilangkannya.

Green marketing memanipulasi 4 elemen dari bauran pemasaran (*Marketing Mix*) sesuai pendapat Kotler dan Keller (2012:25) yang mengklarifikasinya. Hasil ini sama dengan yang diutarakan oleh Prakash (2002) yakni penggolongannya sebagai berikut :

1. *Green Product*

Menurut D'Souza *et al.*, (2006)

"Green produk itself which provides the primary core benefit to the consumer but also the other social benefit that the costumer perceives if would have such as being environmentale safe". *Green product* merupakan produk yang memiliki manfaat bagi konsumen dan juga memiliki manfaat sosial yang dirasakan oleh konsumen seperti ramah terhadap lingkungan. Dimana produk ini selain memberi manfaat bagi penggunaanya (konsumen) juga dapat memberi manfaat bagi lingkungan yakni tidak merusak lingkungan yang berdampak pada keusakan pada konsumen, seperti terjangkitnya penyakit akibat kerusakan lingkungan.

a. *Green Price*

Menurut Charter (749; 2003) *green price* adalah harga yang diberikan kepada konsumen, dimana konsumen memberikan suatu intensif dikarenakan berbasis ramah lingkungan. Dengan meningkatnya konsumen yang pintar maka akan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ramah lingkungan. Ketika permintaan sangat responsif, harga yang lebih rendah akan menjadi strategi yang berhasil bagi perusahaan tetapi memiliki sifat positif dari produk tentang lingkungan yang sama (Boztepe, 2012).

b. *Green Place*

Green place merupakan fisik suatu produk yang memiliki dampak pada lingkungan secara langsung dan tempat yang hijau menjadi perhatian bukan hanya tempatnya tetapi juga dimulai dari tempat proses produksi dan alat produksi , hingga distribusi produk yang dilakukan (Kristiana, 2018).

c. *Green Promotion*

Green promotion atau *green adversiting* merupakan iklan yang memberi tahu / informasi bahwa produk mereka pro- lingkungan dari produk dan layanan mereka, menurut Alnaick dan Yilmaz (2012).

b. **Citra Merek**

Menurut Hastuti (2018) citra merek adalah kesan dalam benak konsumen mengenai

pesan dan pengalaman merek, menghasilkan gambar yang berada di benak konsumen. Menurut Foster (2016)

“Brand image is a unique set of associations in the mind of customers regarding what a brand stand for and the implied promises the brand makes”.

Artinya citra merek adalah serangkaian asosiasi unik dalam benak pelanggan mengenai apa yang diperjuangkan merek dan janji tersirat yang dibuat merek. Ini berarti bahwa citra merek adalah sekumpulan asosiasi unik dalam benak pelanggan tentang apa yang berdiri untuk merek.

c. Perilaku Konsumen

Menurut Peter dan Olso (6; 2013) perilaku konsumen merupakan perilaku yang melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi. Menurut Solomon (28; 2018)

“Consumer behavior cover a lot ground : it is yhe study of the processes involved when individuals or groups, purchase, use, or dispose of product services, ideas, or experiences to satisfy needs and desires”. Artinya perilaku konsumen mencakup banyak hal : ini adalah studi tentang proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau membuang produk, layanan, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

d. Keputusan Pembelian

Menurut Foster (2016)

“The purchasing decision is the process be wich consumers make the decision to purchase a variety of product and brands that began with introduction of needs, information reasearch, evaluasition of information, making purchase and the evaluate the decision after purchasing”. Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen membuat keputusan untuk membeli berbagai produk yang dimulai dengan pengenalan kebutuhan, penelitian informasi, evaluasi informasi, membuat pembelian dan kemudian mengevaluasi keputusan setelah pembelian. Sedangkan menurut Kotler (2009) Keputusan pembelian adalah tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu, yaitu : Pengenalan masalah; Pencarian informasi; Evaluasi alternative; Keputusan membeli atau tidak; dan Perilaku pasca pembelian

C. Pengembangan Hipotesis

a. Pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian

Pada penelitian Givan, dkk (2019) bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *green product* terhadap keputusan pembelian. Selain itu, pada penelitian Priyono (2017) bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *green product* dengan keputusan pembelian. Keduanya setuju bahwa semakin baik produk bagi lingkungan maka semakin baik pula keputusan pembelian suatu produk oleh konsumen.

H1: persepsi *green product* (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)

b. Pengaruh *green price* terhadap keputusan pembelian

Pada penelitian yang dilakukan Septifani ,dkk (2014) bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *green price* dengan keputusan pembelian. Pada penelitian Putripeni, dkk (2014) bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *green price* terhadap keputusan pembelian. Meskipun produk yang menggunakan *green marketing* memiliki harga yang relatif mahal dibandingkan produk konvensional lainnya tetapi dua penelitian tersebut menyebutkan bahwa konsumen siap untuk membayar produk lebih mahal (sedikit mahal) dibandingkan produk konvensional lainnya asal harga tersebut sewajarnya asalkan produk tersebut sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.

H2: persepsi *green price* (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)

c. Pengaruh *green place* terhadap keputusan pembelian

Pada penelitian Kusnandar dan Rinandiyana (2017) bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *green place* terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian Putripeni dkk (2014) bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *green place* terhadap keputusan pembelian. Kedua peneliti tersebut setuju bahwa semakin banyak toko/retail yang berbasis *green* dengan mudah konsumen untuk memperoleh produk itu. Selain itu akan dan memberikan informasi kepada konsumen sehingga menarik konsumen untuk mendorong proses keputusan pembelian.

H3: persepsi *green place* (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)

d. Pengaruh *green promotion* terhadap keputusan pembelian

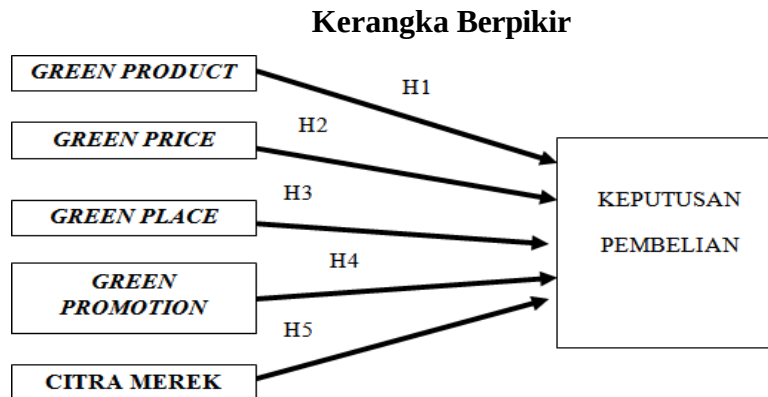
Pada penelitian Paysal (2016) menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *green promotion* terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian Allamsyah, dkk (2017) bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *green promotion* terhadap keputusan pembelian. Kedua peneliti beranggapan bahwa promosi yang berbasis hijau maka akan menarik konsumen serta dapat memberikan kesan yang positif terhadap produk tersebut.

H4: persepsi *green promotion* (X4) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)

e. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian

Pada penelitian Syuhada (2017) mengatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian Putripeni, dkk (2014) bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Semakin baiknya citra merek suatu produk maka akan membuat meningkatnya konsumen untuk membeli produk tersebut.

H5 : persepsi citra merek (X5) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)



Gambar 1.1 Kerangka berpikir

2. METODE PENELITIAN

Objek penelitian adalah PT Tirta Investama yang memproduksi produk air mineral bermerek AQUA, sedangkan subyek penelitian ini adalah *green marketing* (*green product*, *green price*, *green promotion*, dan *green place*) dan citra merek pada produk air mineral AQUA.

Variabel independen (bebas), yaitu *Green Product* (X_1), *Green Price* (X_2), *Green Place* (X_3), *Green Promotion* (X_4) dan Citra Merek (X_5). Variabel dependen (terikat), yaitu Keputusan Pembelian (Y). Populasi yang digunakan adalah konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk air mineral merek AQUA sehingga populasi penelitian ini tidak dapat dihitung secara pasti.

Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Jumlah sampel 135 orang yang mengonsumsi dan membeli produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Semarang.

2.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

a. *Green product*

Merupakan produk yang memiliki manfaat bagi konsumen dan juga memiliki manfaat sosial yang dirasakan oleh konsumen seperti ramah terhadap lingkungan. Dimana produk ini selain memberi manfaat bagi penggunanya (konsumen) juga dapat memberi manfaat bagi lingkungan yakni tidak merusak lingkungan yang berdampak pada kerusakan pada konsumen, seperti terjangkitnya penyakit akibat kerusakan lingkungan, menurut D'Souza. et al (2006). Indikatornya menurut Wiyadi (2015) yakni : Tidak membahayakan kesehatan; Tidak menyebabkan kerusakan; Penggunaan energi yang tidak berlebihan; Kemasan tidak membahayakan; Efek dari kemasan; dan Bahan kemasan tidak menyebabkan limbah yang berbahaya.

b. *Green price*

Adalah harga yang diberikan kepada konsumen, dimana konsumen memberikan suatu intensif dikarenakan berbasis ramah lingkungan menurut Charter (749; 2003). Indikatornya menurut Charter (2003) yakni Harga lebih mahal dan Kesesuaian harga dengan barang yang didapatkan.

c. *Green place*

Green place merupakan fisik suatu produk yang memiliki dampak pada lingkungan secara langsung dan tempat yang hijau menjadi perhatian bukan hanya

tempatya tetapi juga dimulai dari tempat proses produksi dan alat produksi hingga distribusi Indikatornya menurut Kristina (2018) yakni Kebersihan tempat produksi; Pendistribusian yang tepat waktu; dan Lokasi distributor strategis.

d. *Green promotion*

Green promotion atau *green adversiting* merupakan iklan yang memberi tahu / informasi bahwa produk mereka pro- lingkungan dari produk dan layanan mereka, menurut Alnaick dan Yilmaz (2012). Indikatornya menurut Palwa (2014) yakni Iklan sesuai dengan produk dan komunikatif; Iklan tidak mengandung hal SARA; dan Iklan mendukung kegiatan lingkungan

e. Citra Merek

Citra merek didefinisikan sebagai persepsi tentang suatu merek sebagaimana tercermin oleh asosiasi merek yang dimiliki oleh konsumen, menurut Keller (1993). Indikatornya menurut Keller (1993) yakni Popularitas merek; Informasi merek mudah diingat; Merek konsisten; Produk sesuai keinginan dan kebutuhan; Memberikan jaminan atas produk; Ketenaran produk; dan Berbeda dengan yang lain.

f. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap evaluasi, kopnsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan (Kotler 2009:188). Indikatornya menurut Kotler (2009) yakni Alasan memilih produk; Keunggulan merek; Proses pendistribusian; Pembelian dilakukan sesuai keadaan; dan Proses melakukan pembayaran.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Responden

Responden laki-laki sebanyak 83 responden (61,5%) sedangkan wanita yaitu sebanyak 52 responden (38,5%). Responden yang berusia 17 – 26 tahun yaitu sebanyak 57 responden (42,2%). Mengingat di daerah Sampangan, Semarang cukup banyak sekolah dan perguruan tinggi.

Responden tingkat pendidikan terakhir terbanyak yakni SMA sebanyak 41 responden (30,4%), cukup tinggi dibandingkan dengan Diploma , Sarjana dan Pascasarjana. Responden yang memiliki mahasiswa sebanyak 45 (33,3%) lebih tinggi dibandingkan dengan pegawai negeri, wirausaha, pensiunan, pegawai swasta, dan lain-lainnya. Jumlah responden yang memilih produk air mineral paling tinggi mahasiswa (45). Hal ini disebabkan Sampangan merupakan wilayah perkuliahan jadi wajar apabila ada banyak mahasiswa yang tinggal disana.

Pendapatan tiap bulan Rp 1.550.000 – Rp 4.550.000 sebanyak 52 responden (38,5 %). Berdasarkan hasil diatas, menunjukan bahwa banyak responden yang memiliki pendapatan tiap bulannya Rp 1.550.000 – Rp4.550.000 dikarenakan sesuai dengan UMR daerah Semarang dan wiraswasta yang dimana mereka membeli produk air mineral AQUA memiliki harga yang cukup murah, citra merek baik serta perusahaan AQUA ikut serta membantu pelestarian lingkungan selain itu biasanya mahasiswa memiliki uang saku yang diberikan orang tuanya tiap bulan sebesar Rp 1.550.000 – Rp 4.550.000.

3.2 Deskripsi Variabel

Semua variabel (*green product*, *green price*, *green place*, *green promotion*, citra merek dan keputusan pembelian) rata – rata memiliki nilai 4 yang artinya kebanyakan responden setuju dengan kuesioner yang telah diajukan.

3.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil uji validitas variabel *Green Product* (X1), *Green Price* (X2), *Green Place* (X3), *Green Promotion* (X4), Citra Merek (X5) dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai KMO lebih dari 0,5 yang menandakan bahwa kriteria kecukupan sampel penelitian ini telah terpenuhi analisis faktor dapat dilakukan. Indikator – indikator semua variabel seluruhnya mempunyai nilai *loading faktor* lebih dari 0,4 sehingga semua indikator dinyatakan valid.

Reliabilitas indikator-indikator variabel *Green Product* (X1), *Green Price* (X2), *Green Place* (X3), *Green Promotion* (X4), Citra Merek (X5) dan Keputusan Pembelian (Y) sudah $> \alpha$ Cronbach 0,7 berarti semua indikator-indikator dari variabel independen dan variabel dependen ini adalah reliable dan bisa dilakukan analisis lebih lanjut.

3.3.1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

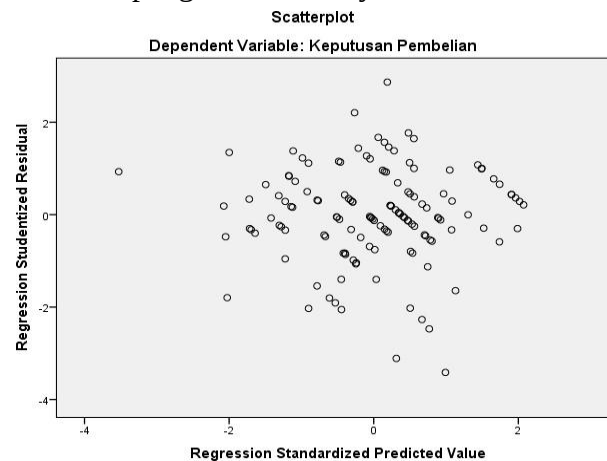
Berdasarkan pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* diketahui bahwa nilai test *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1.106 dan signifikan 0,162 atau diatas 0,05. Jadi hasilnya adalah H_A ditolak dan H_0 diterima yakni data residual berdistribusi normal.

b) Uji Multikolonieritas

Dari hasil pengujian diketahui bahwa hasil korelasi antar variabel independen tampak bahwa variabel *Green Product* yang mempunyai korelasi yang cukup tinggi dengan variabel *Green Promotion* dengan tingkat korelasi sebesar (-0.284) atau 28.4%. Oleh karena itu, korelasi ini masih dibawah syarat yakni 95%. Hasil ini dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas yang serius. Selain itu, diketahui nilai *tolerance* juga tidak menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10.

c) Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.



Gambar 2
Hasil uji grafik scatterplot

Dari gambar grafik *scatterplot*, titik titik menyebar merata tanpa membentuk pola sehingga dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastitas.

3.4 Uji Model

Uji F nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat diketahui bahwa *green product*, *green price*, *green place*, *green promotion*, dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Koefisien determinasi sebesar 0,632 artinya bahwa *green product*, *green price*, *green place*, *green promotion*, citra merek dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 63,20% sedangkan sisanya 37,80% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian.

3.5 Analisis data dan Hipotesis

Persamaan regresi sebagai berikut ini :

$$Y = 0,161 X_1 + 0,197 X_2 + 0,248 X_3 + 0,175 X_4 + 0,237 X_5$$

Persamaan regresi diatas maka dapat dilihat koefisien regresinya (Beta) hasil tersebut menunjukkan bahwa :

- 1) Pengaruh *Green Product* (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,161 (positif). Hal ini menunjukkan bahwa apabila *green product* semakin baik, maka keputusan pembelian akan semakin baik pula. Hasil uji t nilai signifikansi sebesar (0,026), maka H_0 ditolak dan **H1 diterima**.
- 2) Pengaruh *Green Price* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,197 (positif). Hal ini berarti bahwa apabila *green price* semakin baik, maka akan semakin baik pula keputusan pembelian. Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar (0,017), maka H_0 ditolak dan **H2 diterima**.
- 3) Pengaruh *Green Place* (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,248 (positif). Hal ini berarti bahwa apabila *green place* semakin baik, maka semakin baik pula keputusan pembelian. Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar (0,000), maka H_0 ditolak dan **H3 diterima**.
- 4) Pengaruh *Green Promotion* (X_4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,175 (positif). Hal ini berarti bahwa apabila semakin baik *green promotion*, maka semakin baik pula keputusan pembelian. Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar (0,017), maka H_0 ditolak dan **H4 diterima**.
- 5) Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,237 (positif). Hal ini berarti bahwa apabila semakin baik citra merek, maka semakin baik pula keputusan pembelian. Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar (0,001), maka H_0 ditolak dan **H5 diterima**. Berdasarkan analisis data diatas,

variabel yang paling dominan adalah X_3 (*Green place*).

3.6 PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian Pengaruh *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Semarang yang membuat **hipotesis 1 diterima**. Semakin baik *green*

product maka dapat meningkatkan keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Semarang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Givan dkk (2019) dan Priyono (2017), yang menghasilkan *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Hasil Penelitian Pengaruh *Green Price* terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa *green price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Semarang dan **hipotesis 2 diterima**. Semakin baik *green price* maka meningkatkan keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA. Hasil pada penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Septifani (2014) dan Putripeni (2014) yang menunjukkan bahwa *green price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

C. Hasil Penelitian Pengaruh *Green Place* terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa *green place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Semarang dan **hipotesis 3 diterima**. Semakin baik *green place* maka dapat meningkatkan keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Semarang. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Kusnandar dan Rinandiyana (2017) dan Putripeni dkk (2014) yang menunjukkan bahwa *green place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

D. Hasil Penelitian Pengaruh *Green Promotion* terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa *green promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Semarang dan **hipotesis 4 diterima**. Semakin baik *green promotion* maka semakin meningkatkan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Paysal (2016) dan Allamsyah dkk (2017) yang menghasilkan *green promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

E. Hasil Penelitian Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis 5 menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Semarang dan **hipotesis 5 diterima**. Semakin baik citra merek maka dapat meningkatkan keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Semarang. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhada (2017) dan Putripeni dkk (2014) yang menghasilkan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diungkapkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel (*Green product*, *Green price*, *Green Place*, *Green Promotion*, dan Citra Merek) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti semakin baik (*Green product*, *Green price*, *Green Place*, *Green Promotion*, dan Citra Merek) maka menyebabkan keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Jawa Tengah semakin meningkat.

Secara simultan, kelima variabel (*green product*, *green price*, *green place*, *green promotion*, dan citra merek) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Jawa Tengah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- i. Variabel *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Jawa Tengah. Pada variabel *green product* memiliki beberapa indikator yang kurang begitu kuat seperti pengecekan produk, pengupdate (penggantian) mesin terbaru dan efek kandungan kemasan terhadap produk. Seharusnya pada produk AQUA memberikan informasi tentang informasi – informasi ini, dikarenakan kebanyakan konsumen jarang membuka web resmi milik AQUA.
- ii. Variabel *green price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Jawa Tengah. Variabel *green price* memiliki dua indikator yang cukup kuat, jadi mereka hanya memberikan alasan yang kuat kenapa harganya lebih mahal dibandingkan dengan produk air mineral lainnya selain itu selalu meningkatkan kualitas dan mutu produk sebab produknya lebih mahal dibandingkan dengan produk air mineral lainnya.
- iii. Variabel *green place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Jawa Tengah. Variabel ini merupakan variabel yang paling dominan dibandingkan dengan variabel – variabel yang diteliti. Oleh karena itu, perusahaan harus memilih lokasi yang sangat strategi, proses pendistribusian yang efisien serta melakukan inovasi – inovasi dalam mengatasi keterlambatan pengiriman produk akibat bencana.
- iv. Variabel *green promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Jawa Tengah. Pada perusahaan AQUA kurang begitu inovatif dalam mengembangkan *green promotion*, hal ini menyebabkan masyarakat kurang begitu memperoleh informasi dari kegiatan *green promotion* yang dilakukan oleh AQUA. Oleh karena itu, sarannya AQUA melakukan kegiatan *green promotion* melalui media elektronik, internet dan surat kabar. Dengan adanya hal tersebut akan memberikan informasi bahwa produk air mineral merek AQUA menggunakan *green promotion* pada produknya.
- v. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk air mineral merek AQUA di Sampangan, Jawa Tengah. Dimana citra merek perusahaan AQUA sudah cukup bagus dimata masyarakat, jadi hal yang perlu dilakukan hanya mempertahankan citra merek mereka di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Muhammad dan R. A. Marlien. 2019. “*Pengaruh Perluasan Merek, Kualitas Merek, dan Kualitas Produk terhadap Citra Merek dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Merek Clothing DBLC di kota Semarang)*”. Semarang : Unisbank
- Ai Chin Nor Haslinda binti Mohd Lawi Zuraidah Sulaiman Adaviah Mas, T., Farrah Merlinda Muharam, O., & Hon Tat, H. (2019). *Effect of Green Brand Positioning, Knowledge, and Attitude of Customers on Green Purchase*

- Intention*. Journal of Arts & Social Sciences, 3(1), 23–33.
- Allen A. Ch. Manongko, Henry J. D. Tamboto, S. R. W. (2020). *Green Consumer Behavior in the Perspective of Green Marketing and Theory of Planned Behavior*. Technium Social Sciences Journal, 7, 312–320
<https://techniumscience.com/index.php/socalsciences/article/view/332/124>
- Alnaick, Umit dan Yilmaz, Cengiz. 2012. *“The Effectiveness of Green Advertising : Influences of Clam Specifity, Product Environmental Relevance and Consumers Pro- Environmental Orientation”*. Turkey : Economic Interferences. Volume XIV No 31.
- Baker, J, Michael. 2003. *The Marketing Book Fifth Edition*. British : Oxford.
- Boztepe, Aysel. 2012. *“Green Marketing and Its Impact on Consumer Buying Behavior”*. European Journal of Ecomomic and Political Studies. EJEPS 5.
- Bryne, Michael. 2003. *“OIKOS PHD Summer Academy 2001 Environmental Management & Policy and Related Aspects of Sustainability”*. School of Management : University of Newcastle.
- Charter, . 2003. *The Marketing Book*. British : Butterworth-Heinemann.
- Dadang. 2008. *Global Warning*. Bandung : Erlangga.
- Dahlstrom, Robert. 2010. *Green Marketing Management*. USA : South Western Cengage Learning.
- D’ Souza et.al. 2006. *“Green Product and Corporate Strategy: An Empirical Investigation Volume 1, No 2”*. Emerald Publishing Group.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Foster, Bob. 2016. *“Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product Amidis (Case Study on Bintang Tranding Company)”*. American Reseach Journals. Volume 2.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Givan, dkk. 2019. *“Faktor – Faktor Penentu Keputusan Pembelian Green Product Natural Coffe”*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 3 Nomor 1 (01 – 13).
- Hasanah, N. (2020). *Pengaruh Green Product, Green Advertising Dan Green Trust Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Himalaya Herbals (Studi Pada Pengunjung Palapa Toserba Surabaya)*. UPN “Veteran” Jawa. <http://repository.upnjatim.ac.id/763/>
- Hastuti, Hajar, Nusrai, dkk. 2018. *“Effect of Brand Image and Price Percesption On Purchase Decision”*. IQSR Journal of Bisnis and Management (IQSR- JBM) Volume 20, Issue 8.
- Hariyani dan Sastrana. 2010. *“Praktik Green Marketing Pada Perusahaan – Perusahaan di Indonesia”*. Akademi Sekretari Budi Luhur.
- Hawkins, I, Del & Mothersbaugh, L, David. 2010. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy Eleventh Edition*. The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen Edisi Pertama*. Yogyakarta : Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Keller, Kevin Lane. 1993.

- "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity"*. Amerika : Journal of Marketing, Vol 57 No 1.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi Keiga Belas*, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta : Penerbit Erlangga. Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kristiana, I Gusti Agung Ayu. 2018. *"Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Green Promotion terhadap Perilaku Pascapembelian Konsumen Air Minum dalam Kemasan di Kabupaten Bandung"*. Jurnal Indonesia Membangun. Vol 17 No 2.
- Kusnandar, Deasy dan Rinandiyana, Lucky Radi. 2017. *"The Influence of Green Marketing on Purchase Decision with Brand Image as Mediate Variable"*. Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. Sustainable Competitive Advantage-7.
- Melviana, Armely dkk. 2004. *Bumi Makin Panas Ancaman Perubahan Iklim di Indonesia*. Jakarta: Pelangi.
- Nurhayati, Siti. 2017. *"Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta"*. Yogyakarta : Akademi Manajemen Administrasi. Volume IV.
- Palwa, M Ridho. 2014. *"Perancangan Buku Global Warning untuk Siswa Sekolah Dasar"*. Universitas Padang.
- Peattie, K & Charter, M. 2003. *Green Marketing*. In Baker, M.J (Eds). *The Marketing Book*. Great British : Butterworth-Heinemann.
- Peter, Paul J & Olso, C Jerry. 2013. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta : Salemba Empat.
- Polonsky, Michael Jay. 1994. *"An Introduction to Green Marketing"*. Los Angeles : Electronic Green Journal.
- Prakash, Aseem. 2002. *"Green Marketing, Public Policy and Managerial Strategie"*. Wiley InterScience
- Priyono, Andi. 2017. *"Pengaruh Green Marketing dan Identitas Merek pada Citra Merek terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Ultra Milk di Area Pemasaran Jakarta"*. Universitas Pancasila, Jakarta : Industrial Engineering Journal (IEJ) Volume 6 No 1.
- Solomon, R, Michael. 2018. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being Eleventh Edision*. British Library : Pearson Education.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFANBETA, cv.
- Wiyadi. 2015. *"Pengaruh Implementasi Strategi Pemasaran Hijau dan Karakteristik Konsumen terhadap Pilihan Produk (studi Empiris pada Konsumen AMDK di Surakarta)*. FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta. Volume 19, Nomor 2.
- Wu, Shwu-Ing dan Chen, Yen Jou. 2010. *"The Impact of Green Marketing and Perceived Innovation on Purchase Intention for Green Product"*. Taiwan : Internasional Journal of Marketing Studies, Vol 6 No 5.

Dampak *Non-Performing Loan* dan Inflasi Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perbankan di Indonesia Tahun 2017-2021)

Agustina Dian Putri Manurung^{1,*} Isfenti Sadalia² Syahyunan³

^{1,2,3}Universitas Sumatera Utara

Jl. Dr. T. Mansur No.9, Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara

e-mail: 1agustinadian43@gmail.com, 2isfentisadalia@gmail.com, 3syahyunanbustami@yahoo.com

Abstrak

Bank adalah fondasi sistem keuangan suatu negara dan memainkan peran penting dalam menyediakan likuiditas dalam perekonomian pasar. Namun, mereka akan menghadapi hambatan besar dalam bentuk risiko kredit dan permasalahan makroekonomi yang akan berdampak langsung pada pendapatan mereka. Studi ini mengevaluasi kemungkinan dampak *non-performing loan* dan inflasi terhadap profitabilitas bank di Indonesia menggunakan statistik data panel pada sampel 39 bank yang terdaftar di BEI, dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, dengan tahun penelitian berkisar antara tahun 2017 hingga 2021. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah dan bagaimana kredit bermasalah dan inflasi mempengaruhi profitabilitas bank yang diukur dengan *rasio return on assets* (ROA). Temuan utama penelitian ini adalah ROA berkorelasi negatif dengan *non-performing loan* dan berkorelasi positif dengan inflasi. Berdasarkan temuan tersebut, kami menyarankan manajemen untuk lebih melakukan kontrol dan fokus pada sistem penyaluran kreditnya karena jika proporsi kredit macet meningkat maka akan mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi perbankan.

Kata kunci: *Inflasi, Non-Performing Loan, Profitabilitas*

Abstract

Banks are the foundation of a country's financial system and play a critical role in supplying liquidity in a market economy. However, they will confront significant obstacles in the form of credit risk and macroeconomic issues that will have a direct impact on their revenue. This study evaluates the possible impact of *non-performing loans* and inflation on bank profitability in Indonesia using panel data statistics on a sample of 39 IDX-listed banks chosen using a *purposive sampling* method, with research years ranging from 2017 to 2021. The major goal is to determine whether and how *non-performing loans* and inflation affect bank profitability as measured by the *return on assets* (ROA) ratio. The main finding of this study is that ROA is negatively correlated with *non-performing loans* and positively correlated with inflation. Based on these findings, we advise management to exercise more control and focus on its credit distribution system because if the proportion of bad loans increases, it will also result in significant losses for banks.

Keywords: *Inflation, Non-Performing Loan, Profitability*

1. PENDAHULUAN

America Institute of Banking menyatakan bahwa perbankan adalah salah satu industri yang tanpa keberadaannya industri lain hampir tidak bisa hidup (*almost fatally handicapped*) (Putra, 2021:7). Artinya, industri-industri lain “hampir” tidak dapat melaksanakan kegiatan bisnis sebagaimana mestinya tanpa keberadaan industri perbankan. Hal ini disebabkan adanya ketergantungan yang mendalam atas jasa pelayanan bank serta kebutuhan akan peran bank

dalam melakukan pengumpulan dana masyarakat guna penyaluran kembali dana tersebut, dalam bentuk pemberian kredit ke industri lain. Jika tidak, maka akan mengganggu bahkan dapat merusak sistem perekonomian nasional hingga menjadi lumpuh. Karena peran bank yang begitu besar dalam perekonomian nasional sehingga layaklah jika disebut perbankan sebagai penopang utama dalam sistem perekonomian nasional.

Peran perbankan sebagai penopang utama sistem perekonomian nasional, mengharuskan perbankan untuk memiliki kinerja yang baik pula. Gilbert (dalam Syofyan, 2003) menjelaskan bahwa untuk melihat seberapa baik kinerja suatu bank, maka dapat dilihat melalui kemampuan bank tersebut dalam menghasilkan laba dari berbagai aktivitas yang dilakukannya. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Ikatan Bankir Indonesia (2016:39) yang menyatakan bahwa salah satu faktor penentu keberhasilan bank dalam mencapai tujuan utama yaitu dengan cara mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki bank yang tercermin pada tingkat profitabilitas yang diinginkan.

Menurut Jumono (2022:5), proksi yang tepat untuk mengukur profitabilitas perbankan adalah dengan menggunakan rasio *return on assets*. Hal ini dikarenakan secara akurat, profitabilitas juga dapat menggambarkan tujuan fundamental perusahaan, yaitu memaksimalkan nilai pemegang saham (*maximize value of firm*). Berikut ini adalah data *return on asset* perbankan di Indonesia pada tahun 2017-2021:

Tabel 1. Rata-Rata ROA Perbankan Tahun 2017-2021

Tahun	Return on Asset
2017	0,98
2018	1,23
2019	1,13
2020	0,47
2021	0,42

Sumber: Olah Data (2023)

Sesuai Peraturan Bank Indonesia No. 6/9/PBI/2004, kriteria ROA yang ideal adalah 1,5%. Tabel 1 menunjukkan bahwa selama kurun waktu lima tahun, rata-rata ROA perbankan Indonesia masih kurang dari standar yang ditetapkan Bank Indonesia sebesar 1,5%. Hal ini mengindikasikan bahwa bank belum mampu mengelola asetnya secara efektif dan efisien sehingga keuntungan yang diperoleh tidak dapat memenuhi standar yang ditetapkan Bank Indonesia. Jika hal ini terus berlanjut, maka akan berdampak pada tingkat kesehatan bank itu sendiri.

Return on asset yang menurun bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti faktor internal dan faktor eksternal. Salah satu faktor internal yang dapat menyebabkan turunnya laba perbankan adalah pemberian kredit. Perbankan yang tidak memiliki manajemen yang baik ketika menyalurkan kreditnya akan mengakibatkan munculnya risiko bank yang disebut dengan risiko kredit.

Non-performing loan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menilai risiko kredit pada industri perbankan. Menurut Murni dan Sabijono (2018), kualitas kredit yang rendah (buruk) akan meningkatkan risiko, terutama jika pemberian kredit dilakukan tanpa mengikuti prinsip kehati-hatian dan perluasan pemberian kredit kurang terkendali sehingga menyebabkan bank menanggung risiko yang lebih tinggi yang jika jumlahnya besar akan berdampak terhadap pendapatan perbankan dan akan berimbas kepada kinerja perbankan itu sendiri. Sopanah (2021:362) menjelaskan bahwa penyebab utama menurunnya pendapatan bank adalah karena meningkatnya jumlah *non-performing loan* (kredit bermasalah) yang mereka hadapi. Lebih lanjut, Rusnaini *et al.* (2019), mengatakan bahwa seiring dengan tingginya rasio NPL, maka kemungkinan suatu bank mengalami kesulitan keuangan akan

menjadi semakin meningkat. Oleh karena itu, dalam hal ini, nilai ROA suatu bank akan menurun seiring dengan meningkatnya rasio NPL. Rasio Kondisi ini juga akan berdampak pada penurunan kinerja keuangan bank.

Dilain sisi, faktor eksternal yang dapat menyebabkan turunnya laba perbankan adalah faktor makro ekonomi yang disebut inflasi. Menurut Muktar (2016:18), inflasi secara umum dapat mengakibatkan menurunnya investasi suatu negara, mendorong kenaikan suku bunga, mendorong investasi spekulatif, kegagalan dalam melakukan investasi, terhambatnya pelaksanaan pembangunan, ketidakstabilan perekonomian, defisit neraca pembayaran, dan menurunnya taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Hal senada juga disampaikan oleh Suryani (2017:65) yang menyatakan bahwa kenaikan inflasi akan berdampak pada kenaikan suku bunga, yang akan mempengaruhi kelancaran pembayaran kredit dan menurunkan permintaan nasabah terhadap kredit, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya pendapatan Bank dari produk kredit. Almansour *et al.* (2021) dalam penelitiannya menemukan adanya pengaruh negatif dan signifikan antara inflasi dan profitabilitas perusahaan pada sektor perbankan di Jordan.

Penelitian tentang pengaruh NPL dan inflasi terhadap profitabilitas telah dilakukan sebelumnya, namun masih menemukan hasil yang berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Anisa & Suryandari (2021) dan Kitonyi *et al.* (2019) yang menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara non-performing loan dan profitabilitas yang diukur dengan ROA. Namun Ikhsan & Jumono (2022) dan Sugianto *et al.* (2020) menemukan hasil yang bertolak belakang, dimana non-performing loan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA. Sedangkan dalam penelitian tentang pengaruh inflasi terhadap profitabilitas, Al-Homadi *et al* (2020) menemukan hasil dimana inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas yang diukur dengan ROA dan ROE di perusahaan India. Sedangkan Ginting *et al* (2023) tidak berhasil menemukan pengaruh antara inflasi dan ROA.

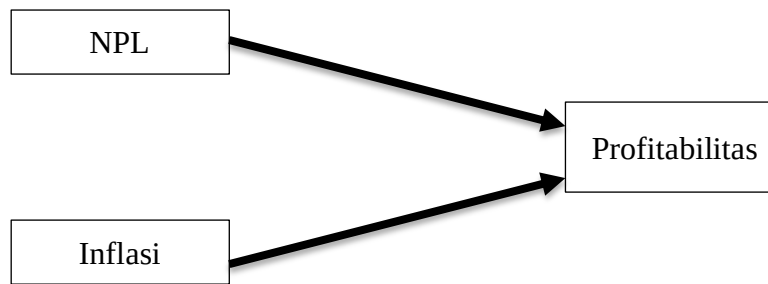
Menurut penelitian ini, salah satu penyebab menurunnya profitabilitas perbankan adalah meningkatnya *non-performing loan* dan inflasi. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menilai dampak *non-performing loan* dan inflasi terhadap profitabilitas perbankan.

2. METODE

Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh perbankan Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini sampel dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan menggunakan kriteria pemilihan sampel sebagai berikut: 1) seluruh bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; 2) bank yang *listed* sebelum tahun 2017; 3) bank yang menerbitkan laporan keuangan tahun 2017-2021; dan 4) bank yang mencantumkan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Berdasarkan kriteria pengambilan sampel tersebut, teridentifikasi 39 bank yang memenuhi kriteria. Jumlah data observasi pada penelitian ini berjumlah 195 dengan 5 tahun observasi yaitu tahun 2017 hingga 2021.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi data panel dengan software E-views yang digunakan untuk mengevaluasi hipotesis tentang pengaruh variabel independen (*non-performing loan* dan inflasi) terhadap variabel dependen (profitabilitas). Adapun model penelitian dalam penelitian data panel ini adalah sebagai berikut:

$$ROA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 NPL_{i,t} + \beta_2 Inflasi_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian pada Gambar 1 diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : *Non performing loan* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas
H2 : Inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Analisis Statistik Deskriptif

Table 2. Hasil Analisis Deskriptif

	NPL	Inflasi	ROA
Mean	3.657641	2.602000	0.857795
Maximum	22.27000	3.610000	6.500000
Minimum	0.050000	1.680000	-5.770000
Std. Dev.	2.617451	0.736012	2.114994
Observations	195	195	195

Sumber: Olah Data (2023)

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai nilai maksimum, minimum, mean, dan standar deviasi variabel-variabel penelitian seperti *Non Performing Loan* (NPL), Inflasi, dan *Return on Assets* (ROA). Data dikumpulkan dari laporan tahunan 39 perbankan yang terdaftar di Indonesia dari tahun 2017 hingga 2021. Karena beberapa data hilang selama periode ini, sampel akhir kami terdiri dari 195 observasi.

Tabel 2 merangkum statistik deskriptif variabel dependen (ROA) dan variabel independen (*non-performing loan* dan inflasi). Nilai maksimum ROA adalah 6,50 dan nilai minimum adalah -5,77 dengan nilai rata-rata ROA adalah 0,85. Nilai maksimum ROA mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mampu memanfaatkan aset mereka dengan baik sehingga menghasilkan keuntungan. Berbanding terbalik dengan nilai minimum ROA yang mengindikasikan bahwa perbankan tersebut mengalami kerugian dikarenakan pemanfaat aset yang tidak optimal sehingga belum mampu mencatatkan keuntungan. Untuk variabel NPL, nilai maksimum sebesar 22,27 dan nilai minimum sebesar 0,05 dengan nilai rata-rata NPL sebesar 3,65. Sedangkan inflasi memiliki nilai maksimum yaitu 3,61 dan nilai minimum sebesar 1,68 dengan rata-rata inflasi sebesar 2,60.

3.1.2 Pemilihan Model Data Panel

Ada tiga teknik pemodelan yang tersedia untuk memilih model data panel: *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Dalam pemilihan model data panel, uji Chow merupakan pengujian pertama yang harus dilakukan terlebih dahulu.

Tabel 3. Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	9.578289	(38,154)	0.0000
Cross-section Chi-square	236.529998	38	0.0000

Sumber: Olah Data (2023)

Pada uji chow apabila nilai prob. $< 0,05$ maka penelitian akan dilanjutkan dengan uji hausman, namun apabila nilai prob $> 0,05$ maka penelitian akan dilanjutkan dengan uji langrange multiplier.

Pada Tabel 2 nilai probabilitas *cross-section chi-square* sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga penelitian ini akan dilanjutkan dengan model *fixed effect model* (FEM) dengan menggunakan uji Hausman.

Tabel 4. Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.000000	2	1.0000

Sumber: Olah Data (2023)

Pada uji hausman apabila nilai prob $< 0,05$ maka penelitian akan menggunakan model *fixed effect model* (FEM), namun apabila nilai prob. $> 0,05$ maka penelitian akan menggunakan model *random effect model* (REM).

Pada Tabel 3 nilai probabilitas *cross-section random* sebesar $1.000 > 0.05$ sehingga kesimpulannya penelitian ini akan menggunakan model *random effect model* (REM) untuk menguji hipotesis penelitian.

3.1.3 Pengujian Hipotesis menggunakan Random Effect Model (REM)

a. Uji Koefisien Determinasi (R-Squared)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Deteminasi

Weighted Statistics			
R-squared	0.141816	Mean dependent var	0.294385
Adjusted R-squared	0.132876	S.D. dependent var	1.243145
S.E. of regression	1.157610	Sum squared resid	257.2917
F-statistic	15.86411	Durbin-Watson stat	1.363940
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Olah Data (2023)

Nilai *R-square* pada Tabel 4 mengindikasikan bahwa variabel bebas *non-performing loan* (X_1), dan inflasi (X_2) mampu menjelaskan 14,18% variansi data pada variabel terikat profitabilitas (Y). Selebihnya, sebanyak 85,82% variansi data pada profitabilitas dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini.

Tabel 4 juga memberikan informasi bahwa secara bersama-sama variabel *non-performing loan* (X_1), dan inflasi (X_2) mampu mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel terikat profitabilitas (Y). Keputusan ini diperoleh berdasarkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau melalui nilai signifikansi F-test yang lebih kecil dari 0,05 (Sig F = 0,000).

b. Uji Hipotesis

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Model REM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.742072	0.405215	1.831305	0.0686
NPL	-0.204181	0.042216	-4.836628	0.0000
Inflasi	0.331493	0.110169	3.008960	0.0030

Sumber:Olah Data (2023)

Dengan menggunakan informasi pada Tabel 5, model regresi *random effect model* (REM) dapat disajikan sebagai berikut:

$$ROA_{i,t} = -0.20NPL_{i,t} + 0.33Inflasi_{i,t} + [CX=R]$$

Dengan interpretasi sebagai berikut:

- Nilai koefisien regresi variabel NPL adalah -0.20. Nilai ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen lain bersifat konstan, maka setiap kenaikan satu-satuan nilai NPL akan diikuti dengan penurunan profitabilitas (ROA) sebesar -0.20 satuan.
- Nilai koefisien regresi variabel inflasi adalah 0.33. Nilai ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen lain bersifat konstan, maka setiap kenaikan satu-satuan nilai inflasi akan diikuti dengan peningkatan profitabilitas (ROA) sebesar 0.33 satuan.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Dampak Non-Performing Loan terhadap Profitabilitas Perbankan

Dari hasil uji statistik diketahui bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal yang mana menyatakan bahwa *non-performing loan* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Dengan kata lain, peningkatan *non-performing loan*, akan menyebabkan profitabilitas perbankan mengalami penurunan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Singh *et al.* (2021) yang menemukan bahwa *non performing loan* memberikan dampak negatif terhadap *return on assets* pada bank komersial Nepalese. Dikatakan bahwa *non-performing loan* mencerminkan standar kinerja bank. Bank diwajibkan oleh undang-undang untuk melaporkan rasio NPL mereka sebagai ukuran tingkat risiko kredit bank dan kualitas kredit yang diberikan. Rasio yang tinggi berarti bahwa bank berada pada risiko kerugian yang lebih besar jika tidak mengembalikan jumlah pinjaman yang terhutang, sedangkan rasio yang kecil berarti bahwa pinjaman yang diberikan memiliki risiko yang rendah bagi bank. Pertumbuhan NPL melibatkan perlunya ketentuan karena menurunkan keuntungan secara keseluruhan. Apabila proporsi kredit bermasalah bank tinggi maka akan semakin besar penurunan profitabilitas yang dapat diderita perbankan. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Bhattarai (2017) yang menyimpulkan bahwa adanya pengaruh negatif signifikan antara *non performing loan* dengan kinerja keuangan yang di ukur dengan *return on equity*.

Hasil berbeda dikemukakan oleh Ningsih & Dewi (2020) yang meneliti pengaruh *non performing loan* terhadap *return on assets* pada bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini menemukan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antar kedua variabel. Dikatakan bahwa, pertumbuhan NPL, namun tetap diikuti dengan kemampuan manajemen perusahaan yang baik dalam mengelola dan menagih kredit yang mereka berikan, pada akhirnya akan tetap mendorong peningkatan pendapatan perbankan.

3.2.2 Dampak Inflasi terhadap Profitabilitas Perbankan

Dari hasil uji statistik diketahui bahwa inflasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam mempengaruhi profitabilitas perbankan. Hasil ini berbanding terbalik dengan hipotesis awal yang menyatakan bahwa inflasi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Pada umumnya, inflasi dapat memberikan dampak positif dan negatif dalam perekonomian suatu Negara, tergantung seberapa besar tingkat keparahan inflasi tersebut. Inflasi yang masih berada dibawah target rata-rata, tidak akan menimbulkan dampak negatif melainkan dapat memberikan keuntungan bagi suatu Negara.

Dalam penelitian ini, yang menyebabkan dampak positif inflasi dikarenakan di negara Indonesia menerapkan pola *inflation targeting*, yang mana bank sentral Indonesia melalui kebijakan moneter nya mengontrol jumlah uang yang beredar untuk mengendalikan inflasi.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Tan & Floros (2012) yang meneliti pengaruh inflasi terhadap profitabilitas perbankan di China. Temuan hasil penelitian ini menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara inflasi dan profitabilitas. Dikatakan bahwa, inflasi bila diantisipasi akan memberi bank kesempatan untuk menyesuaikan tingkat suku bunga, menghasilkan pendapatan yang meningkat lebih cepat daripada biaya, dengan dampak positif pada profitabilitas. Hal yang sama dikemukakan oleh Jakson & Tamuke (2022) yang juga meneliti pengaruh inflasi terhadap kinerja keuangan di Sierra Leone. Hasil penelitian ini menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara inflasi terhadap kinerja keuangan. Dikatakan bahwa, meskipun inflasi bertindak sebagai penghambat kinerja, bank biasanya terpaksa mengalihkan sumber daya dari kegiatan yang lebih produktif dalam upaya untuk fokus pada keuntungan dan kerugian dari inflasi mata uang. Fenomena ini tidak berlaku di Sierra Leone sebagaimana ditunjukkan oleh hasil empiris. Orang dapat menunjukkan bahwa mungkin bank telah memperhitungkan efek distorsi inflasi terhadap profitabilitas mereka.

Namun ada beberapa penelitian yang menemukan hasil tidak sejalan dengan penelitian ini, seperti penelitian yang dilakukan oleh Almansour *et al.* (2021) yang menemukan adanya pengaruh negatif dan signifikan antara inflasi dan kinerja keuangan perusahaan pada sektor perbankan di Jordan. Sedangkan Abdullahi & Yusuf (2022) tidak berhasil menemukan adanya pengaruh antara inflasi terhadap kinerja keuangan perusahaan pada Bank di Nigeria.

4. KESIMPULANDAN SARAN

a. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan guna meneliti dampak yang ditimbulkan oleh *non-performing loan* dan inflasi terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini menemukan adanya pengaruh negatif dan signifikan *nn-performing loan* dan profitabilitas yang diukur dengan *return on assets*. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan *non-performing loan* akan mengakibatkan menurunnya *return on asset* perbankan. Penyebab dari hal ini dikarenakan semakin tingginya rasio NPL perbankan, maka akan mengakibatkan semakin bertambah pula biaya CKPN yang harus ditanggung bank dan pada akhirnya akan mengurangi pendapatan perbankan itu sendiri.

Sedangkan jika dilihat dari sisi inflasi, inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas yang diukur dengan *return on assets*. Hal ini menginfikasikan bahwa kenaikan inflasi akan memberikan keuntungan bagi profitabilitas perbankan. Penyebab dari hal ini dikarenakan negara Indonesia yang telah menentukan batas inflasi pada umumnya, sehingga meskipun inflasi mengalami peningkatan, namun peningkatan itu masih berada dibatas wajar yang dapat diterima, yang pada akhirnya tidak telalu mengguncang perbankan di Indonesia.

Dalam penelitian ini, kami hanya meneliti satu faktor eksternal dan satu faktor internal yang diduga mempengaruhi profitabilitas. Disarankan bagi para peneliti selanjutnya untuk menambahkan faktor internal dan faktor eksternal lainnya yang diduga mempengaruhi

profitabilitas perbankan di Indonesia.

b. Saran

Dilihat dari sisi pemberian kredit perbankan, dapat disimpulkan bahwa dalam hal pemberian kredit meskipun rata – rata *non performing loan* masih berada di bawah batas yang ditetapkan pemerintah, namun hal itu secara langsung berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Oleh sebab itu, perusahaan harus memperbaiki startegi mereka dalam hal pemberian kredit kepada pihak eksternal. Meskipun masih berada di level yang masih dapat diterima, namun setiap persen *non performing loan* akan menambah biaya CKPN yang pada akhirnya akan mempengaruhi besarnya keuntungan yang akan diperoleh perusahaan.

Jika dilihat dari faktor eksternal perusahaan, dimana inflasi memberikan kontribusi yang positif bagi perbankan. Hal ini dapat menjadi kekuatan bagi perbankan, karena meski terjadi peningkatan inflasi, perbankan Indonesia tidak tergoncang. Namun meski demikian, perbankan harus tetap waspada dan lebih meningkatkan kebijakan-kebijakan mereka yang berhubungan dengan makro ekonomi di Indonesia, agar apabila inflasi meningkat di masa depan, perbankan Indonesia tetap mampu bertahan, bahkan tetap mampu menjadi penopang bagi Negara dan masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahi, A., & Yusuf, Y. (2022, Maret). The Determinants of Islamic Bank Performance: An Assessment of Jaiz Bank Plc Nigeria. *Journal of Accounting and Taxation*, II(1), 1-17.
- Al-Homaidi, E. A., Almaqtari, F. A., Yahya, A. T., & Khaled, A. S. (2020). Internal and External Determinants of Listed Commercial Banks' Profitability in India: Dynamic GMM Approach. *International Journal of Monetary Economics and Finance*, 13(1), 34-67. doi:<https://doi.org/10.1504/IJMEF.2020.105333>
- Almansour, A. Y., Alzoub, H. M., Almansour, B. Y., & Almansour, Y. M. (2021). The Effect of Inflation on Performance: An Empirical Investigation on the Banking Sector in Jordan. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 97-102. doi:10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0097
- Anisa, H.V., & Suryandari, D. (2021). The Effect of NPL, GCG Self Assessment, ROA, and CAR on Firm Value (Empirical Study on Commercial Banks Listed on the Indonesia Stock Exchange). *Accounting and Finance Studies*, 1(2), 111-124. doi:10.47153/afs12.1352021
- Bhattarai, Y. R. (2017). Effect of Non Performing Loan on the Profitability of Commercial Bank in Nepal Yuga. *Journal of Management Research*, 10(2), 15-32. doi:<https://doi.org/10.1017/CB09781107415324.004>
- Ginting, C., Putri, N. M., Wardani, H. F., Nopian, R., & Nasution, M. I.. (2023). The Influence of Inflation and Net Profit Margins on Banking Sector Stock Prices in Mediation of Profitability on the Indonesian Stock Exchange for the 2017-2021 Period. *Proceeding Medan International Conference Economics and Business*, 1(1), 272-282.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2016). *Memahami Supervisi Audit Intern Bank*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ikhsan, M., & Jumono, S. (2022). The Effect of Non Performing Loan (NPL), Independent Commissioner (KMI), and Capital Adequacy Ratio (CAR) on Firm Value (PBV) Mediated by Return on Assets (ROA). *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 2(5), 810-824. doi:<https://doi.org/10.35877/454RI.qems1063>

- Jakson, E. A., & Tamuke, E. (2022). Credit Risk Management and the Financial Performance of Domiciled Banks in Sierra Leone: An Empirical Analysis. *Journal of Economic Policy Research*, 9(1), 139-164. doi:10.26650/JEPR1012975
- Jumono, S. (2022). *Monograf Kinerja Dan Kekuatan Bersaing Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kitonyi, J. M., Sang, W., & Muriithi, D. (2019). Non Performing Loan and Financial Performance of Microfinance Institutions in Kenya. *The Strategic of Business & Change Management*, 6(3), 840-848.
- Muktar, B. (2016). *Bank dan lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Kencana.
- Murni, S., & Sabijono, H. (2018, Juli). Peran Kinerja Keuangan dalam Menentukan Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 5(2), 97-107.
- Ningshi, S., & Dewi, M. W. (2020). Analisis Pengaruh Rasio NPL, BOPO Dan CAR Terhadap Kinerja Keuangan Pada Bank Umum Konvensional Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 21(1), 71-78.
- Putra, A. P. (2021). *Hukum Perbankan: Analisa Mengenai Perjanjian Kredit dan Keterkaitannya dengan Batalnya Perkawinan Debitur serta Alternatif Penyelesaiannya*. Surabaya: Scopindo.
- Rusnaini, S., Hamirul, & Ariyanto. (2019). Non Performing Loan dan Return on Asset di Koperasi Nusantara Muara Bungo. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(1), 1-18.
- Singh, S. K., Basuki, B., & Setiawan, R. (2021). The Effect of Non Performing Loan on Profitability: Empirical Evidence from Nepalese Commercial Bank. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 709-716. doi:10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0709
- Sopannah, A. (2021). *Isu Kontemporer Ekonomi dan Bisnis*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sugianto, S., Oemar, F., Hakim, L., & Endri, E. (2020). Determinants of Firm Value in The Banking Sector: Random Effect Model. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(8), 208-218.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Syofyan, S. (2003, April). Keputusan "Go Public" Hubungan dengan Kinerja Bank-Bank Swasta di Indonesia. *Media Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 75-97.
- Tan, Y., & Floros, C. (2012). Bank profitability and inflation: the case of China. *Emerald*, 39(6), 675-696. doi:10.1108/01443581211274610

Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Kabupaten Kendal

Ahmad Dwi Nurdiyanto¹, Hesti Ristanto^{2,1,2}Institut Teknologi dan Bisnis SemarangJln.
Jenderal Sudirman No. 346 Semarang
e-mail: 1ad.nurdiyanto@gmail.com, 2hestiristanto@gmail.com

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu tumpuan sektor perekonomian di Indonesia. Perkembangan UMKM di Kabupaten Kendal terus meningkat dari segi kuantitasnya. Sehingga perlu ditingkatkan juga dari segi kualitasnya untuk menumbuhkan minat beli masyarakat terhadap produk UMKM di Kabupaten Kendal. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kota Kendal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk UMKM di Kabupaten Kendal. Penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 orang sebagai responden untuk memberikan respon terhadap instrument yang diberikan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif untuk mengetahui hubungan kausalitas variabel. Analisis yang dilakukan dengan menguji hipotesis dan mengukur besarnya pengaruh antar variabel yang memiliki hubungan kausalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Citra merek mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci:inovasi produk, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian

Abstract

MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) are one of the pillars of the economic sector in Indonesia. The development of MSMEs in the Kendal Regency continues to increase in terms of quantity. So it also needs to be improved in terms of quality to increase people's buying interest in MSMEs products in Kendal Regency. The aim of this research is to determine the influence of product innovation on purchasing decisions, the influence of product quality on purchasing decisions, the influence of brand image on purchasing decisions for MSMEs products in Kendal City. The population in this research are consumers of MSMEs products in Kendal Regency. This research took a sample of 100 people as respondents to provide responses to the instruments given. The research method used is a quantitative method to determine the causality of variables. The analysis is carried out by testing hypotheses and measuring the magnitude of the influence between variables that have a causal relationship. The research results show that product innovation has a positive influence on purchasing decisions. Product quality has a positive influence on purchasing decisions. Brand image has a positive influence on purchasing decisions.

Keywords: product innovation, product quality, brand image, purchasing decisions

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu tumpuan sektor perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM (www.disdagkopukm.kendalkab.go.id) pada tahun 2022 terdapat sebanyak 40 ribu lebih pelaku UMKM yang berada di Kabupaten Kendal. Terdapat kenaikan dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya yang berkisar sejumlah 22 ribu pelaku UMKM. Dari sejumlah pelaku UMKM di Kabupaten Kendal tersebut mayoritas adalah dibidang makanan dan minuman. Pertumbuhan jumlah yang signifikan tersebut harus diimbangi dengan mutu dan kualitas dari UMKM tersebut. Salah satu parameter mutu dan kualitas dilihat dari produk yang dihasilkan. Produk yang memiliki *value* akan menjadi keunggulan tersendiri bagi *competitor*. Sehingga produk yang dihasilkan salah satunya harus memiliki inovasi yang dapat meningkatkan nilai (*value*) dari produk itu sendiri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sari, N. E., & Roza, 2017) bahwa inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Inovasi produk memiliki peran penting di dalam memberikan nilai tambah terhadap suatu produk. Sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan membuat inovasi dalam pengembangan produk yang dihasilkan. Inovasi produk dikembangkan berdasarkan ide atau pemikiran yang menyesuaikan kebutuhan konsumen saat ini. Mengikuti perkembangan *trend* yang saat ini terjadi. Inovasi bersifat dinamis yang dapat berubah sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan konsumen. Menurut (Ma'ruf, 2020) inovasi produk memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Menurut (Laeli *et al.*, 2022) keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk dapat ditingkatkan melalui kualitas produk yang dihasilkan. Menurut (Kotler and Keller, 2009) kualitas produk memiliki peranan penting bagi konsumen untuk memberikan nilai lebih terhadap produk tersebut baik secara *tangible* dan *intangible* yang dapat menunjukkan atribut atau sifat yang terdapat pada produk. Perilaku seseorang untuk menilai terhadap suatu produk dapat ditunjukkan dalam memberikan penilaian terhadap kualitas produk tersebut. Kualitas produk terutama pada makanan dapat ditunjukkan berupa rasa, daya tahan produk, *packaging*, dan sebagainya. Menurut (Ranto, 2014) kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian suatu produk. Kualitas produk secara fisik atau *tangible* dapat ditunjukkan melalui wujud secaranyata dari produk dan manfaat pada produk tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nurdiyanto and Kurniawan, 2020) menunjukkan bahwa keputusan pembelian salah satunya dipengaruhi oleh kualitas produk.

Selain produk yang diwujudkan secara nyata dari apa yang dirasakan konsumen, secara *intangible* juga memberikan dampak pada *value* suatu produk. Pengenalan suatu produk dapat ditunjukkan dengan nama atau merek dari produk. merek merupakan komponen yang penting di dalam memperkenalkan suatu produk. Kesan yang dirasakan konsumen terhadap suatu produk yang diterima dari manfaat yang diperoleh akan memberikan dampak terhadap penilaian pada suatu produk. Sehingga untuk mengingatkan suatu produk yang dirasakan perlu adanya identitas atau nama dari suatu produk yaitu berupa merek. Menurut (Aaker, 2018) *brand* merupakan suatu tanda berupa gambar atau namayang dimaksudkan untuk menjadi unsur pembeda dengan produk lain. Menurut (Rachmawati *et al.*, 2020) mendapatkan hasil penelitian bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut (Nugroho JSetiadi, 2003) bahwa konsumen akan melakukan keputusan pembelian yang didasari atas kesan yang diberikan terhadap suatu produk atas dasar citra yang positif suatu merek. Menurut (Meylinawati, 2014) komponen yang terdapat di dalam citra merek adalah citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk yang merupakan

bagian dari citra merek. Menurut (Nurdiyanto *et al.*, 2020) citra merek yang baik akan memberikan dampak terhadap nilai lebih yang diberikan terhadap merek tersebut dan berimplikasi terhadap kesan yang didapatkan oleh konsumen.

Beberapa kajian yang telah dilakukan yang telah diuraikan di atas di dalam meningkatkan keputusan pembelian sangat diperlukan perhatian pada produk yang dihasilkan pada UMKM. Produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM akan dapat memberikan *value* terhadap konsumen apabila memiliki *value added* pada atribut produk. Kualitas produk dapat dinilai secara *tangible* dan *intangible* berupa secara fisik atau nyata dari produk itu sendiri dan berdasarkan kesan yang melekat pada produk tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis mengambil judul tentang pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian

(Kotler, 2016) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian terjadi Ketika konsumen menemukan keinginan dan kebutuhan yang dicari. Keputusan pembelian konsumen merupakan hasil dari tahapan-tahapan yang dilalui konsumen yang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembeli itu sendiri dan evaluasi pasca pembelian. Sedangkan menurut (Alma, 2016) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*. Menurut (Tjiptono, 2007) keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen.

Inovasi Produk

Menurut (N. J. Setiadi, 2003) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Sedangkan menurut (Kosasih, 2009) inovasi produk merupakan cara dimana produk, bahan, tahapan pemrosesan, metode, teknologi diperbaharui dan ditingkatkan, dan layanan dikembangkan untuk menambah nilai sesuai dengan kebutuhan lingkungan. Inovasi produk memberikan nilai tambah terhadap produk itu sendiri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sari, N. E., & Roza, 2017) bahwa inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tika *et al.*, 2022) bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kualitas Produk

Menurut (Kotler and Keller, 2017) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Sedangkan menurut (Schiffman *et al.*, 2007) kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Nurdiyanto and Kurniawan, 2020) mendapatkan hasil bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Ranto, 2014) bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian suatu produk.

Citra Merek

Menurut (Schiffman *et al.*, 2007) citra merek merupakan kumpulan asosiasi suatu merek yang tersimpan dalam benak atau dalam pikiran konsumen. (Meylinawati, 2014) menyatakan bahwa komponen yang terdapat di dalam citra merek adalah citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk yang merupakan bagian dari citra merek. Menurut (Rachmawati *et al.*, 2020) citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Ranto, 2014) bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini adalah *explanatory research* melalui pendekatan kuantitatif. *Explanatory research* memberikan penjelasan berkaitan dengan adanya hubungan variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan uji hipotesis sebagai dasar analisis untuk mendapatkan hasil atas model yang dibangun (Ghozali, 2016). Pengujian hipotesis dilakukan atas dasar empirik sesuai dengan kondisi di lapangan. Populasi merupakan seluruh elemen yang terdiri dari sebuah peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang mirip dan menjadi perhatian orang lain (Ferdinand, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk UMKM di Kabupaten Kendal. Sampel yang diambil yang merupakan bagian dari populasi yaitu sejumlah 100 orang yang ditetapkan untuk memberikan jawaban dalam bentuk kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber yaitu responden yang akan memberikan jawaban secara langsung dari kuesioner yang diberikan. Metode pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel

secara acak tetapi dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner untuk diberikan jawaban responden yang merupakan tanggapan atau jawaban atas pernyataan yang diberikan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan uji regresi linier berganda dengan melakukan pengujian data menggunakan alat analisis program SPSS. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik dan gambaran responden dengan memberikan keterangan dan penjelasan. Tahap awal yang dilakukan untuk mengolah data sebelum dilakukan uji hipotesis yaitu dengan menguji instrumen yang digunakan. Pengujian dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas data. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan. Kriteria uji validitas yaitu dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel. Dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (r hitung) dengan nilai r tabel untuk derajat kebebasan ($df = \text{degree of freedom}$) $n-k$ dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya. Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Pengertian analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen

sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2013). Analisis regresi pada penelitian ini yaitu $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$.

Uji model dilakukan untuk mengetahui fit atau tidaknya dari model yang dibangun yaitu dengan melihat pada hasil output Anova. Sedangkan untuk mengetahui seberapa kontribusi dari variabel independent terhadap variabel dependent yaitu dengan melihat output hasil uji R square pada Model Summary. Selanjutnya pada uji hipotesis yaitu pengujian yang dilakukan dalam rangka untuk mengetahui pernyataan yang masih lemah untuk membuktikan yang sigfatnya masih sementara.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen produk UMKM di Kabupaten Kendal sebanyak 100 responden. Berdasarkan jenis kelamin responden diketahui sebesar 31% laki-laki dan 69% perempuan. Berdasarkan usia 16-25 tahun sebesar 36%, 26-35 sebesar 25%, 36-45 tahun sebesar 23%, sedangkan lebih dari 45 tahun 16%. Mayoritas konsumen adalah pada usia 16-25 tahun. Dapat disimpulkan bahwa konsumen dari kalangan remaja. Selanjutnya berdasarkan kategori pekerjaan pelajar/mahasiswa sebesar 53%, PNS sebesar 11%, wiraswasta 20%, lainnya 16%. Sehingga dapat diketahui bahwa mayoritas terbesar konsumen dari produk UMKM adalah dari kalangan pelajar/mahasiswa.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk keterkaitan item pertanyaan dalam satu variabel. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus moment pearson. Pengujian validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Inovasi Produk	Indikator 1	0.652	0.165	Valid
		Indikator 2	0.737		Valid
		Indikator 3	0.776		Valid
2	Kualitas Produk	Indikator 1	0.724	0.165	Valid
		Indikator 2	0.675		Valid
		Indikator 3	0.743		Valid
3	Citra Merek	Indikator 1	0.817	0.165	Valid
		Indikator 2	0.784		Valid
		Indikator 3	0.759		Valid
5	Keputusan Pembelian	Indikator 1	0.723	0.165	Valid
		Indikator 2	0.750		Valid
		Indikator 3	0.714		Valid

Tabel 1 di atas menunjukkan nilai r tabel sebesar 0.165 menjelaskan pada angket variabel inovasi produk (X_1) terdapat 3 item pernyataan/indikator yang keseluruhan valid berdasarkan perbandingan r hitung dan r tabel, variabel kualitas produk (X_2) terdapat 3 item pernyataan/indikator yang keseluruhan valid berdasarkan perbandingan r hitung dan r tabel, variabel citra merek (X_3) terdapat 3 item pernyataan/indikator yang keseluruhan valid berdasarkan perbandingan r hitung dan r tabel, dan variabel Keputusan pembelian (Y) yang keseluruhannya juga dinyatakan valid, karena nilai r hitung > r tabel. Maka, berdasarkan uji validitas tersebut diperoleh kesimpulan bahwa pernyataan keseluruhan

dinyatakan valid.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai *Alpha* melebihi 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut reliabel. Hasil perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Inovasi Produk	0.712	Reliabel
2	Kualitas Produk	0.863	Reliabel
3	Citra Merek	0.817	Reliabel
5	Keputusan Pembelian	0.831	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 di atas hasil pengujian reliabilitas didapatkan bahwa semua nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 yang merupakan ketentuan dari kriteria reliabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Regresi linier

Regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda antara inovasi produk (X_1), kualitas produk (X_2), dan citra merek (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan menggunakan program SPSS dalam proses penghitungannya dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Regresi Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.367	1.631		8.264	.000		
Inovasi_Produk	.163	.062	.176	2.510	.027	.764	1.261
Kualitas_Produk	.527	.096	.383	2.320	.013	.892	1.463
Citra_Merek	.325	.105	.570	6.184	.000	.708	1.687

a Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Persamaan regresi : $Y = 8,367 + 0,163X_1 + 0,527X_2 + 0,325X_3 + e$

Berdasarkan hasil analisis dan output di atas didapatkan persamaan regresi dan dapat diberikan informasi sebagai berikut :

1. Koefisien regresi untuk semua variabel bernilai positif, memberikan arti bahwa pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah positif. Menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan variabel independen maka akan terjadi peningkatan juga terhadap variabel dependen.
2. Koefisien regresi untuk variabel inovasi produk sebesar 0,163, menunjukkan bahwa apabila inovasi produk semakin baik maka keputusan pembelian akan meningkat.
3. Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk sebesar 0,527, menunjukkan bahwa apabila kualitas produk semakin baik maka keputusan pembelian akan meningkat.
4. Koefisien regresi untuk variabel citra merek sebesar 0,325, menunjukkan bahwa apabila citra merek semakin baik maka keputusan pembelian akan meningkat.

Uji Model

Uji R Square (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (inovasi produk, kualitas produk dan citra merek) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Tabel 4. Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,702 ^a	,653	,635	1,083

a. Predictors: (Constant), Inovasi_Produk, Kualitas_Produk, Citra_Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,635 menunjukkan bahwa variabel inovasi produk, kualitas produk dan citra merek memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 63,5%, sisanya 36,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis Uji t

Kriteria pengujian hipotesis untuk uji t (parsial) dari variabel independen terhadap variabel dependen :

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, artinya tidak ada pengaruh positif secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, artinya ada pengaruh yang positif secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% maka nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Serta untuk nilai signifikansi $< 0,05$.

Berdasarkan hasil analisis dengan perhitungan matematis diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel inovasi produk sebesar 2,510 nilai signifikansi sebesar 0,027. Maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk sebesar 2,320 nilai signifikansi sebesar 0,013. Maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel citra merek sebesar 6,184 nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian secara statistik dari hipotesis yang dibangun, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Inovasi produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Citra merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka pelaku UMKM agar lebih focus pada kualitas produk untuk memenuhi harapan konsumen. Pelaku UMKM lebih dapat memberikan inovasi terhadap produk agar memberikan *value added* terhadap produk yang dihasilkan. Meningkatkan intensitas pengenalan merek dan identitas usaha agar lebih dapat memberikan informasi dan lebih mengenalkan kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A.D. (2018) *Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta (1 st ed)*. Jakarta: Mitra Utama.
- Alma, B. (2016) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ferdinand, A. (2014) 'Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen'.
- Ghozali, I. (2016) 'Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya'.
- Kosasih (2009) *Inovasi produk*. Mitra Wacana Media : Jakarta.
- Kotler, P. (2016) *Marketing management. 15th edition / Philip Kotler; Kevin Lane Keller*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2009) *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, L. (2017) *Marketing Manajement, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Laeli, D. *et al.* (2022) 'Pengaruh Digital Marketing, Label Halal, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris UMKM Oleh-Oleh Getuk Eco Magelang)', *Borobudur Management Review*, 2(2), pp. 87–111. Available at: <https://doi.org/10.31603/BMAR.V2I2.7006>.
- Ma'ruf, M.A. (2020) 'Pengaruh Marketing Syariah, Inovasi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada UMKM Pengusaha Jenang Karomah Kudus)'.
- Meylinawati, D. (2014) *PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP MEREK TERHADAP EKUITAS HANDPHONE NOKIA DI KOTA PURWOREJO, SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Available at: <https://doi.org/10.37729/SJMB.V10I1.A.1262>.
- Nurdiyanto, A. *et al.* (2020) 'PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP EKUITAS MEREK', *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3). Available at: <https://doi.org/10.35794/JMBI.V7I3.31443>.
- Nurdiyanto, A. and Kurniawan, D. (2020) *PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE BERBASIS E*, *journal.feb-uniss.ac.id*.
- Rachmawati, S.D. *et al.* (2020) 'Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian', *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 7(1),

- pp. 25– 29. Available at: <https://doi.org/10.19184/EJEBA.V7I1.14849>.
- Ranto, D.W.P. (2014) ‘Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk UKM Di Yogyakarta’, *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori dan Implementasi*, 5(2), pp. 206–218. Available at: <https://journal.umy.ac.id/index.php/bti/article/view/1382>.
- Sari, N. E., & Roza, S. (2017) ‘PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BISNIS PADA UMKM KERIPIK PISANG DHARMA JAYA’, 6(3), pp. 195–207. Available at: <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/4255/5973>.
- Schiffman *et al.* (2007) *Consumer Behavior 7 th. Edition*. 7th edn. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, N. J. (2003) *Perilaku konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Setiadi, Nugroho J (2003) *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Kencana Prenada Media, Jakarta ISBN: 979-3465-18-2.
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Tika, E. *et al.* (2022) ‘Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah’, *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), pp. 1144–1149. Available at: <https://doi.org/10.54371/JIIP.V4I5.538>.
- Tjiptono, F. (2007) *Service, quality satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- www.disdagkopukm.kendalkab.go.id (2023) *Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Kendal*. Available at: <https://disdagkopukm.kendalkab.go.id/>.

UPAYA-UPAYA DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SKECHERS PADA TOKO AFTER.DISC

Alfin Muslikhun¹ & Wellie Sulistijanti²

Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang

Jl. Prof. Dr. Hamka No.KM.1, Tambakaji, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa

Tengah50185

alfin.muslikhun@itesa.ac.id & wellie.sulistijanti@itesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan menguji seberapa besar pengaruh faktor yang memiliki persanan dalam meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli sepatu original di toko sepatu After.disc. Populasi yang ada dalam penelitian yaitu semua pelanggan yang membeli sepatu Skechers di toko sepatu After.disc dengan jumlah konsumen yang tidak terbatas. Sampel penelitian berjumlah 100 orang yang dihitung dengan memakai rumus *Lameshaw* dan metode pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Data diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 22. Hasil pengujian Hipotesis 1 (H1) menyatakan bahwa harga memiliki peran positif signifikan pada keputusan pembelian. Hipotesis 2 (H2) menyatakan Citra Toko memiliki peran positif signifikan pada Keputusan Pembelian. Hipotesis 3 (H3) menyatakan kualitas produk memiliki peran positif signifikan pada keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 73,7% yang berarti keputusan pembelian dalam penelitian ini dipengaruhi variabel harga, citra toko, maupun kualitas produk. Untuk sisanya 26,3% merupakan pengaruh dari variabel lain. Pengujian secara simultan menghasilkan Harga, Citra toko, maupun Kualitas Produk secara bersama-sama memiliki peranan dalam Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Harga, Citra Toko, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to test how much influence factors have in increasing consumers' decisions to buy original shoes at the After.disc shoe store. The population in the research is all customers who buy Skechers shoes at the After.disc shoe store with an unlimited number of consumers. The research sample consisted of 100 people who were calculated using the Lameshaw formula and the sampling method used the Accidental Sampling method. The data was processed using the SPSS version 22 application. The results of testing Hypothesis 1 (H1) state that price has a significant positive role in purchasing decisions. Hypothesis 2 (H2) states that store image has a significant positive role in purchasing decisions. Hypothesis 3 (H3) states that product quality has a significant positive role in purchasing decisions. The coefficient of determination value is 73.7%, which means that purchasing decisions in this study are influenced by price variables, store image and product quality. The remaining 26.3% is the influence of other variables. Simultaneous testing produces price, store image and product quality which together play a role in purchasing decisions.

Keywords: Price, Store Image, Product Quality, Purchasing Decisions

1. PENDAHULUAN

Peralihan era revolusi industri 4.0 menuju ke 5.0 ini, dunia usaha mulai beralih dari berjualan *offline* menjadi berjualan *online*. Era digitalisasi yang begitu pesat membuat banyak pedagang mau tidak mau harus mengubah sistem penjualannya (Kasali, 2016). (Kotler & Armstrong, 2017) menjelaskan konsumen di era digitalisasi ini cenderung membeli produk melalui *smartphone (mobile internet)*, mereka menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Shannon dan Joel (2017) menjelaskan dalam bukunya bahwa pada tahun 2016 di Amerika terjadi peningkatan penjual ritel *E-Commerce* sebesar 35% dari tahun 2015, hal ini disebabkan banyaknya konsumen yang melakukan pembelian secara *online*. Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dikatakan bahwa produsen mulai beralih berjualan secara *online* karena lebih mudah menjangkau konsumen. Produsen yang masih menggunakan sistem penjualan tradisional semakin tergerus oleh perkembangan zaman jika tidak melakukan perubahan (Kasali, 2016).

Toko Sepatu After.Disc merupakan toko sepatu yang menjual produk sepatu original dari berbagai brand terkemuka luar negeri. Sepatu yang sering dicari konsumen di Toko After.Disc adalah sepatu merk Skechers. Produk sepatu ini merupakan produk sepatu asal Amerika Serikat yang sudah terkenal di dunia. Toko sepatu After.Disc menjual sepatu Skechers dengan harga terjangkau diantara toko lain dengan kualitas original. Citra merek Skechers sudah tidak diragukan lagi dalam dunia penjualan sepatu.

Penjualan sepatu Skechers di toko sepatu After.Disc sering mengalami fluktuasi setiap bulannya. Hal ini diduga karena konsumen selalu berhati-hati dalam mencari informasi sebelum memutuskan membeli. Banyak upaya-upaya yang dapat digunakan agar konsumen membeli sepatu merk Skechers adalah harga yang terjangkau dibandingkan toko sepatu lainnya, Citra Toko sepatu After.Disc di mata masyarakat, dan kualitas produk sepatu yang masih sering dipertanyakan konsumen. Toko sepatu After.Disc menjual sepatu melalui penjualan *offline* dan *online* melalui *marketplace* bukalapak, tokopedia, dan shopee.

(Nurfauzi, 2023) menjelaskan bahwa harga memiliki peran dalam keputusan pembelian konsumen. Semakin terjangkaunya harga tawar pesaing, dari sinilah keputusan untuk membeli dapat meningkat. Penelitian lainnya dari (Nurfauzi, 2023), (Doni Marlius, 2023), (Muhammad Abdul Kohar Septyadi, 2022), (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022), dan (Maryam Batubara, 2022) menemukan temuan harga memiliki peranan dalam meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli produk.

Citra toko After.Disc pada *marketplace* sudah tidak perlu diragukan lagi. Toko sepatu After.Disc memiliki Bintang yang tinggi dan menjadi toko unggulan di *marketplace* karena *review* dari pembeli yang positif, jujur, amanah, dan berani memberikan jaminan uang Kembali serta sepatu diberikan gratis jika terbukti itu barang palsu. Hal ini membuat pembeli semakin percaya dan berkeinginan untuk membeli produk sepatu Skechers di toko sepatu After.Disc. Penelitian dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Rama Rosadi, 2023), (Shinta Nuriyah, 2022), dan (Ayu Kurniasih, 2021) menemukan bahwa citra toko yang baik akan dapat mempengaruhi konsumen agar memutuskan membeli suatu produk.

Selain dari harga dan citra toko sepatu After.Disc, kualitas produk sepatu Skechers yang dijual oleh sepatu After.Disc adalah pionir utama buat konsumen saat membeli. Produk yang asli pasti memberikan sesuatu yang berbeda sehingga membuat konsumen menjadi puas dan berkeinginan membeli kembali suatu saat nanti. Penelitian yang membahas tentang kualitas dengan keputusan pembelian dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Nurfauzi, 2023), (Maryam

Batubara, 2022), dan (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022) menghasilkan temuan jika kualitas produk yang unggul akan mempengaruhi konsumen untuk membeli.

Rumusan masalah yang terkandung dalam penelitian yaitu menguji variabel yang digunakan (harga, citra toko, kualitas produk) dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepatu Skechers di sepatu After.Disc. Penelitian ini bertujuan mengukur anemo penjualan sepatu merk Skechers dan minat masyarakat membeli sepatu Skechers.

A. KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Perilaku Konsumen

(Kotler & Keller, 2017) menjelaskan perilaku konsumen merupakan ilmu yang membahas tentang peran seseorang baik secara individu maupun kelompok dalam berperilaku di kehidupan sehari-hari untuk dapat memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan. (Kotler & Armstrong, 2017) menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah kegiatan konsumen dalam memilih kebutuhan sesuai merek yang paling mereka sukai. Keputusan pembelian pastinya dipengaruhi dari beberapa pertimbangan. Faktor-faktor tersebut memiliki peran masing-masing dalam diri konsumen diantaranya harga, citra (*image*), dan kualitas produk.

(Tjiptono, 2019) menjelaskan harga merupakan satuan nilai produk yang menjadi pembanding untuk mendapatkan hak milik perorangan atas produk tersebut. (Kotler & Keller, 2017) menjelaskan citra toko merupakan nilai yang dibentuk oleh suatu usaha untuk mendeskripsikan segalanya yang terlihat dan dapat konsumen rasakan. Sedangkan kualitas produk menurut (Assauri, 2018) adalah keunggulan yang ada pada suatu barang yang mencerminkan atas nilai penciptaan suatu barang tersebut.

B. Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen saat membeli pastinya memiliki beberapa faktor yang mempengaruhinya, salah satu faktor yaitu harga. Konsumen cenderung mencari barang yang harganya murah dibandingkan harga yang mahal. Sebelum membeli konsumen akan mengecek perbandingan harga atas produk yang serupa. Jika dirasa harganya terjangkau dan cocok, maka secara langsung konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut. Toko sepatu After.Disc dalam menjual produk sepatu Skechers mempunyai harga jual yang terjangkau dari toko sepatu yang lain.

Produk sepatu *Skechers* yang dijual oleh toko sepatu After.Disc merupakan produk *original* (tidak palsu), harga yang ditawarkan juga relatif terjangkau dibandingkan dari toko sepatu yang lain. Beberapa penelitian terdahulu dari (Nurfauzi, 2023), (Doni Marlius, 2023), (Muhammad Abdul Kohar Septyadi, 2022), (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022), dan (Maryam Batubara, 2022) menemukan bahwa harga memiliki peranan dalam membentuk keputusan konsumen. Maka dari itu, penjelasan dan pemaparan diatas dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H1 : Adanya pengaruh positif signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian

Citra toko menjadi tolak ukur yang penting bagi konsumen saat berbelanja. Konsumen cenderung mencari toko yang memiliki citra baik dan sudah terkenal karena dapat dipastikan produk yang dijual sudah terjamin mutu dan standarisasi produknya. Dengan adanya citra

toko yang baik, konsumen secara langsung tidak perlu pertimbangan dalam berbelanja. Untuk itu, citra toko harus benar-benar diciptakan dan harus dijaga demi menjaga konsumen agar saat berbelanja menjadi nyaman dan memutuskan untuk membeli di toko tersebut.

Citra Toko sepatu After.Disc dalam menjual sepatu original sudah tidak diragukan lagi. Produk sepatu *Skechers* yang telah terjual juga sudah banyak. Penjualan sepatu *Skechers* secara *offline* maupun *online* telah berlangsung selama bertahun-tahun dan banyak pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan toko yang dikelola dengan baik. Pembeli rata-rata sudah mengetahui akan merk sepatu *Skechers*. Mereka cenderung langsung *check out* pembelian sepatu *Skechers*. Hal ini karena citra toko sepatu After.Disc sudah baik di mata masyarakat.

Penelitian dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Rama Rosadi, 2023), (Shinta Nuriyah, 2022), dan (Ayu Kurniasih, 2021) menemukan adanya pengaruh yang positif dari citra toko pada keputusan konsumen untuk membeli. Berdasarkan dari uraian yang telah dipaparkan, sehingga bisa dirumuskan hipotesis berikut:

H2 : Adanya pengaruh positif signifikan Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

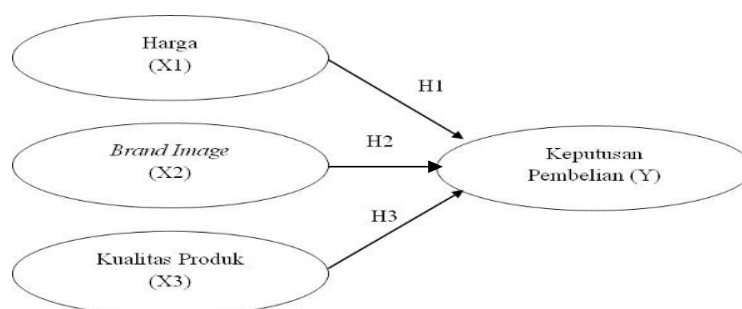
Kualitas produk akan selalu menjadi tolak ukur utama konsumen dalam memutuskan membeli. Konsumen saat melakukan pembelian akan selalu melihat sisi kualitas terlebih dahulu. jika dirasa kualitasnya bagus, mereka akan membeli produk tersebut. demikian dengan sepatu *Skechers*. Toko sepatu After.Disc menjual produk sepatu *Skechers* original. Kualitas sepatu *Skechers* original sudah dipastikan bahannya pasti berkualitas. Selain dari bahan yang berkualitas, tampilan dari sepatu *Skechers* juga sangat menarik dan trendi sehingga banyak konsumen yang mencarinya.

Varian sepatu *Skechers* yang dijual Toko sepatu After.Disc juga sangat beragam dan mengikuti perkembangan zaman. Dengan kualitas produk yang bagus, dibarengi dengan citra toko yang sudah dikenal masyarakat, dan harga yang murah. Konsumen tanpa pertimbangan panjang akan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Penelitian yang membahas tentang kualitas dengan keputusan pembelian dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Nurfauzi, 2023), (Maryam Batubara, 2022), dan (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022) menghasilkan temuan bahwa adanya pengaruh positif kualitas produk pada keputusan konsumen dalam membeli. Berdasarkan penjelasan dan paparan, sehingga bisa dirumuskan suatu hipotesis adalah sebagai berikut :

H3 : Adanya pengaruh positif signifikan variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

H1 = Adanya pengaruh positif signifikan variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian. H2 = Adanya pengaruh positif signifikan variabel Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian.

H3 = Adanya pengaruh positif signifikan variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian *eksplanatory*. Populasi yang digunakan yaitu seluruh pembeli *offline* atau pembeli yang datang dan melakukan pembelian sepatu merek *Skechers* di toko sepatu After.Disc. Sampel dinilai berdasarkan pembeli yang bersedia menjadi responden saat membeli produk sepatu *Skechers*. Sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshaw dan didapatkan sampel sejumlah 100 responden/orang. Untuk metode dalam menganalisis data menggunakan program SPSS versi 22 dengan melakukan pengujian (instrumen data, kelayakan model, dan Uji Regresi Berganda).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil data yang telah diolah maka dapat dipaparkan dimana pembeli sepatu *Skechers* paling tertinggi yaitu berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 85 orang. Sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 15 orang. Umur responden pembeli sepatu *Skechers* terbanyak berumur 31-35 tahun sebanyak 37 orang. Sedangkan pembeli yang penggunaannya sedikit yaitu responden yang berumur antara 16 hingga 20 tahun sebanyak 5 orang. Tingkat pendidikan responden terbanyak yang membeli sepatu *Skechers* adalah mahasiswa jenjang S1 sejumlah 40 orang dan disusul oleh jenjang D3 sebanyak 35. Sedangkan jenjang SMA/SMK sejumlah 25 orang.

Uji Instrumen Data

Berdasarkan hasil pengujian instrumen data, dapat ditunjukkan bahwa nilai r hitung $\geq$ angka r tabel = 0,165 ($df-2 = 100-2 = 98$). Sehingga dapat dikatakan jika indikator pada setiap variabel yang digunakan dinyatakan valid. Sedangkan pengujian reliabilitas menghasilkan nilai koefisien $\alpha \geq 0,70$. dari hasil ini, maka dapat diindikasikan variabel independen dinyatakan reliabel.

Uji Kelayakan Model

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	590.831	3	196.944	93.338	.000 ^a
	Residual	202.559	96	2.110		
	Total	793.390	99			

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Tabel diatas menyatakan bahwa nilai F hitung sebesar $93,338 > 2,73$ (F tabel), nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan ketiga variabel independen secara bersama-sama mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian. Sedangkan pengujian koefisien determinasi (*product moment*) menunjukkan nilai sebesar 0,737 yang dapat diartikan ketiga variabel independen

memiliki prosentase pengaruh sebesar 73,7% pada keputusan pembelian. Nilai residu 26,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak disebutkan.

Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Standardized Coefficients		
	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.978	5.275	.022
Harga (X1)	.544	20.346	.000
Citra Toko (X2)	.244	5.650	.017
Kualitas Produk (X3)	.335	9.238	.002

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel yang dipaparkan, dapat diketahui hasil sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis 1 (H1) ditunjukkan nilai t hitung = 20,346 > t tabel = 1,660, dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Maka dapat dikatakan Harga memiliki peranan dalam mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli sepatu Skechers. (*Hipotesis 1 diterima*).
2. Hasil pengujian hipotesis 2 (H2) ditunjukkan nilai t hitung = 5,650 > t tabel = 1,660, dengan nilai sig 0,017 < 0,05. Maka dapat dikatakan Citra Toko memiliki peranan dalam mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli sepatu Skechers. (*Hipotesis 2 diterima*).
3. Hasil pengujian hipotesis 3 (H3) ditunjukkan nilai t hitung = 9,238 > t tabel = 1,660, dengan nilai sig 0,002 < 0,05. maka dapat dikatakan Kualitas Produk memiliki peranan dalam mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli sepatu Skechers. (*Hipotesis 3 diterima*).

Analisis Regresi Berganda

$$Y = 2,978 + 0,544 X_1 + 0,244 X_2 + 0,335 X_3$$

1. Nilai konstanta pada persamaan regresi berganda tersebut adalah 2,978. Hal ini menyatakan bahwa jika nilai variabel independen lainnya sebesar nol (0), sehingga Keputusan Pembelian senilai 2,978
2. Koefisien regresi Harga (X₁) adalah 0,544. Hal ini dapat diartikan apabila Harga mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka variabel independen yaitu Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,544.
3. Koefisien regresi Citra Toko (X₂) adalah 0,244. Hal ini menunjukkan apabila Citra Toko mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka variabel independen yaitu Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,244.
4. Koefisien regresi pada variabel Kualitas Produk (X₃) adalah 0,335. Hal ini dapat diartikan bila variabel Kualitas Produk meningkat senilai satu (1) satuan dan variabel lain dinyatakan konstan, dapat diartikan variabel Keputusan Pembelian juga akan meningkat senilai 0,335.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari pengolahan data maka dapat dinyatakan bahwa harga memiliki peranan penting pada konsumen dalam memutuskan untuk membeli sepatu Skechers sehingga dapat diinterpretasikan semakin tepat penentuan harga jual sepatu Skechers di toko sepatu After.disc, maka konsumen akan semakin yakin untuk memutuskan untuk membeli sepatu Skechers. Hasil ini serupa dengan temuan dari (Nurfauzi, 2023), (Doni Marlius, 2023), (Muhammad Abdul Kohar Septyadi, 2022), (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022), dan (Maryam Batubara, 2022) yang menghasilkan temuan jika harga memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli.

Kekuatan daya tarik yang membuat konsumen untuk membeli sepatu Skechers di toko sepatu After.disc adalah harga yang terjangkau. Sebelum melakukan pembelian, pastinya konsumen akan melihat harga barang tersebut. Harga barang menjadi tolak ukur perbandingan toko satu dengan toko yang lain. Konsumen memutuskan untuk membeli sepatu Skechers di toko sepatu After.disc karena harga di toko ini termasuk dalam termurah diantara toko sepatu *original*. Harga jual sepatu Skechers di toko sepatu After.disc berkisar Rp 300.000 sampai Rp 700.000, motif dan modelnya pun sangat beragam. Sedangkan penjualan di toko lain termurah bisa mencapai Rp 1.000.000 sehingga jarak harganya terpaut cukup jauh dengan toko sepatu lain. Hal ini yang menjadi kekuatan untuk menarik pembeli agar membeli produk sepatu Skechers di toko ini.

Toko sepatu After.disc berusaha memberikan harga yang murah tetapi tidak murahan agar mampu membuat calon pembeli untuk memutuskan beli produk sepatu Skechers di toko sepatu After.disc. Selain itu, Toko sepatu After.disc juga memberikan suatu jaminan pengembalian uang 100% cuma-cuma jika sepatu Skechers palsu. Dengan adanya jaminan ini pastinya membuat konsumen akan semakin tertarik untuk membeli di toko sepatu After.disc. Lambat laun, pembeli di toko sepatu After.disc semakin meningkat karena mereka merasa keputusan membeli sepatu di toko ini sangat tepat. Banyak juga konsumen yang setelah membeli di toko sepatu After.disc, membeli ulang (*re-order*) kembali karena sudah membuktikan sendiri.

Semakin tepat toko sepatu After.disc dalam memberikan harga jual sepatu Skechers, maka konsumen semakin yakin untuk membeli sepatu Skechers. Jadi hipotesis yang dirumuskan terbukti.

Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS menyatakan bahwa citra toko memiliki peranan penting pada keputusan konsumen untuk membeli sehingga dapat diinterpretasikan semakin baik citra toko After.disc dalam menjual sepatu Skechers maka akan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli sepatu Skechers. Hasil ini serupa dengan temuan dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Rama Rosadi, 2023), (Shinta Nuriyah, 2022), dan (Ayu Kurniasih, 2021) yang menghasilkan temuan penelitian bahwa citra toko memiliki peranan penting dalam membentuk keinginan konsumen untuk membeli.

Citra toko menjadi bagian penting dari pertimbangan dari pembeli. Citra toko yang sudah dikenal oleh masyarakat pastinya produknya selalu menjadi perhatian pembeli. Citra dari toko sepatu After.disc di *marketplace* sudah tidak bisa diragukan lagi. Sedangkan untuk penjualan secara offline hanya masih dikenal oleh wilayah sekitar, karena tempatnya masih di daerah Bubakan, Cangkiran Boja. Eksistensi toko sepatu After.disc dalam penjualan sepatu

original dari tahun ke tahun membuktikan bahwa berjualan secara profesional. Pembeli yang sudah tahu akan posisi toko sepatu After.disc dan mengetahui sepatu *Skechers*, pastinya sudah tidak ragu lagi dalam mengambil keputusan membeli produk.

Toko sepatu After.disc menjual sepatu *Skechers* dengan kualitas *original*. Sudah banyak pembeli yang membeli produk sepatu *Skechers* dan memberikan testimoni yang baik dalam penilaiannya. Hal ini juga akan mendukung citra yang baik untuk Toko sepatu After.disc dalam penjualan. Dengan dukungan dari testimoni para pembeli, membuktikan diri bahwa Toko sepatu After.disc adalah toko yang amanah dan tidak curang dalam menjual barang sehingga citra toko sepatu After.disc juga akan semakin baik. Penjualan di *Marketplace*, Toko sepatu After.disc sudah termasuk *star seller* dalam penjualan sepatu *original*.

Pencapaian ini merupakan hasil dari kerja keras Toko sepatu After.disc dalam menjaga amanah yang akhirnya citra Toko sepatu After.disc semakin eksis yang membuat konsumen tidak berpikir ulang jika membeli sepatu di toko After.disc. Hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini terbukti.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS menghasilkan temuan bahwa kualitas produk sepatu *Skechers* memiliki peranan dalam membentuk keputusan konsumen untuk membeli. Temuan ini serupa dengan hasil penelitian terdahulu dari (Ika Diah Saputri, 2023), (Nurfauzi, 2023), (Maryam Batubara, 2022), dan (Caroline Lystia Rut Winasis, 2022) yang menyatakan jika kualitas produk selalu berperan dalam membentuk keputusan pembelian.

Kualitas dari sepatu *Skechers* sudah tidak perlu diragukan lagi. Sepatu *Skechers* adalah produk sepatu dengan merk dagang dari Amerika Serikat yang sudah eksis sejak dahulu. Pengalaman berpuluh-puluh tahun membuat sepatu *Skechers* mempunyai tempat tersendiri di hati konsumen. Bahan-bahan dasar pembuatan sepatu *Skechers* menggunakan bahan pilihan dan dikerjakan dengan sangat baik yang membuat sepatu *Skechers* mempunyai kualitas dengan sangat unggul.

Kualitas produk merupakan bagian penting dalam memutuskan pembelian selain dengan dari faktor harga dan citra toko. Konsumen memilih sepatu dengan kualitas yang sangat baik karena untuk keawetan pemakaian. Selain dari keawetan saat pemakaian, sepatu *Skechers* juga memiliki motif yang menarik dan trendi yang membuat konsumen sangat menyukai produk sepatu *Skechers*. Toko sepatu After.disc menjual sepatu *Skechers original*. Hal ini membuat konsumen yang awalnya hanya mengecek di *marketplace* jadi memutuskan membeli produk sepatu *Skechers*. Konsumen yang sudah mengetahui produk sepatu *Skechers* pastinya akan langsung membeli apalagi di dukung dengan harga jual di Toko sepatu After.disc yang murah. Jadi membuktikan bahwa kualitas yang terstandar dengan baik akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk. Rumusan hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Hasil Pengujian dari hipotesis 1 yang dirumuskan (H1) menyatakan bahwa harga memiliki peranan penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli sepatu *Skechers*. Hal ini dapat diartikan semakin tepat penentuan harga jual sepatu *Skechers* di toko sepatu After.disc akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli sepatu *Skechers* di toko After.disc.

2. Pengujian hipotesis 2 (H2) menghasilkan temuan citra toko memiliki pengaruh pada konsumen untuk memutuskan membeli. Sehingga dapat diinterpretasikan semakin eksis dan baik citra toko sepatu After.disc dalam menjual sepatu *Skechers* akan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli sepatu *Skechers* di toko After.disc.
3. Pengujian hipotesis 3 (H3) menghasilkan temuan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli sepatu *Skechers*. Hal ini dapat diartikan kualitas produk sepatu *Skechers* yang baik dan terstandar akan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli sepatu *Skechers* di toko After.disc.

Saran

1. Bagi Toko Sepatu After.disc
Untuk terus meningkatkan keputusan pembelian sepatu, toko sepatu After.disc dapat menjangkau setiap konsumen dan mendata konsumen yang pernah membeli produk sepatu sehingga akan timbul *feedback* yang baik bagi toko sepatu After.disc karena pelanggan merasa dihormati dan toko tidak kehilangan jejak pembeli apabila pembeli ingin *reorder* kembali.
2. Penelitian selanjutnya
Bagi peneliti yang akan meneliti tentang keputusan pembelian, hendaknya mengembangkan variabel lain yang masih memiliki peranan dalam keputusan pembelian diantaranya promosi, pemberian diskon, kepercayaan, pemberian hadiah, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ayu Kurniasih, A. M. (2021). Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada 212 Mart Cabang Garuda Medan. *AL- QASD Journal*, Vol. 3 No. 1 Februari 2021 Hal.53-62.
- Caroline Lystia Rut Winasis, H. S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga Promosi, Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Terapan*, Volume 3, Issue 4, Maret 2022 (392-403).
- Doni Marlius, N. J. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji . *Jurnal Economina*, Volume 2, Nomor 2, Februari 2023.
- Ika Diah Saputri, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research*, Vol 4, No 2, Juni 2023, pp. 134–141.
- Kasali, R. (2016). *Disruption*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing. Edisi 15*. Global Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, L. (2017). *Marketing Manajement, 15th Edition New*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Maryam Batubara, P. R. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Volume 4 No 5 (1327-1342).

- Muhammad Abdul Kohar Septyadi, M. S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Volume 3, Issue 1, 2022 (301-313).
- Nurfauzi, Y. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 4(1) 2023 : 183-188.
- Rama Rosadi, L. A. (2023). Pengaruh Atmosfer Toko dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Superindo Supermarket Karawang). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi*, Vol. 2, No.1, Bulan Juni: 79–84.
- Shinta Nuriyah, M. A. (2022). Pengaruh Citra Toko, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Bening Bungah. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, Juni 2022, Vol 2 No 1, 53-60.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta: Andy Offset.

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022

Arini Novandalina¹, Fidyah Yuli Ernawati², Rokhmad Budiyo³

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

Jalan. Menoreh Utara Raya No. 11 Semarang

e-mail: 1arini.novandalina@gmail.com, 2fidyah.yuli13@gmail.com,

3rokhmad.budiyo6@gmail.com

Abstrak

Struktur modal merupakan perimbangan atau perbandingan antara modal asing dengan modal sendiri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah struktur aset, profitabilitas dan ukuran perusahaan menegndalikan struktur modal pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020-2022. Populasi dalam penelitian ini perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022 yang berjumlah 33 perusahaan. Sampel dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh total 20 perusahaan selama 3 tahun. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur aktiva berpengaruh signifikan terhadap struktur modal yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$. Profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal yang ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,017 < 0,050$. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,096 > 0,050$. Koefisien determinan sebesar 0,378, artinya variabel struktur aktiva, profitabilitas dan ukuran perusahaan mempunyai peranan sebesar 37,8% untuk menjelaskan variabel struktur modal

Kata kunci: *Struktur Modal, Struktur Aktiva, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan*

Abstract

Capital structure is a balance or comparison between foreign capital and own capital. The aim of this research is to find out whether asset structure, profitability and company size control the capital structure of food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2020-2022. The population in this research is food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021, totaling 33 companies. The sample was selected using purposive sampling method in order to obtain a total of 20 companies for 3 years. The analytical method used in this study is the Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression and Hypothesis Testing. The results of this research show that asset structure has a significant effect on capital structure as indicated by a significance value of $0.000 < 0.050$. Profitability has an effect on capital structure as indicated by a significant value of $0.017 < 0.050$. Firm size has no significant effect on capital structure as indicated by a significance value of $0.096 > 0.050$. The coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.378. This means that the variables of asset structure, profitability and company size have a role of 37.8% in explaining or explaining the capital structure variables.

Keywords: *Capital Structure, Asset Structure, Profitability, Company Size*

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti saat ini persaingan dalam berbagai hal kian hari kian meningkat, termasuk dalam kegiatan bisnis pada perusahaan-perusahaan manufaktur. Hal ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi manajemen perusahaan untuk dapat mempertahankan eksistensi dan untuk dapat bersaing dengan perusahaan pesaing yang sejenis agar dapat memakmurkan perusahaan dan para pemegang saham. Salah satu keputusan penting yang dihadapi oleh manajemen dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan adalah keputusan pendanaan atau struktur modal, dimana struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara modal asing dengan modal sendiri.

Struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang (long-term liabilities) dan modal sendiri (shareholders'equity) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan (Muh Fuad, 2019).

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang memiliki rata-rata struktur modal terbesar dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya, sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja dan sektor yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Peran yang begitu besar pada sektor industri manufaktur terhadap perekonomian negara menjadi daya untuk dilakukan penelitian tentang struktur modal pada industri tersebut (Tobing, 2020).

Struktur aktiva (Asset Structure) adalah penentuan beberapa besarnya alokasi untuk masing-masing komponen aktiva, baik aktiva lancar maupun baktiva tetap. Struktur aktiva perusahaan memainkan peranan penting dalam menentukan pembiayaan perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset tetap jangka panjang yang tinggi, dikarenakan permintaan akan produk mereka tinggi. Hal tersebut akan mengakibatkan penggunaan utang jangka panjang. Perusahaan yang sebagian aktivanya berupa piutang dan persediaan barang yang nilainya sangat tergantung pada kestabilan tingkat profitabilitas, tidak terlalu tergantung pada pembiayaan jangka pendek.

Mendukung penelitian yang dilakukan oleh Darsono (2014), bahwa memiliki struktur aktiva berpengaruh positif yang signifikan. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan struktur aktiva yang besar akan lebih mudah untuk mendapatkan pendanaan eksternal karena struktur aktiva yang besar dapat dijadikan agunan atau jaminan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yanni (2021) dan Melviyana (2021) bahwa struktur aktiva berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal.

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencapai keuntungan. Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Besarnya keuntungan harus dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal mendapatkan keuntungan.

Dalam beberapa penelitian yang pernah dilakukan menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif yang signifikan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Setyorini, dkk (2016) Berbeda dengan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abiprayasa, Muhammad Khafid dan Linda (2014), bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal.

Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan pada neraca akhir tahun. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah bertambah dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan aset yang kecil.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (firm size) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap struktur modal (DER) menurut Darsono (2013).

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Merna dan Sarton (2016) bahwa ukuran perusahaan (firm size) tidak berpengaruh signifikan.

2. METODE (12 point)

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022 yang berjumlah 33 perusahaan. Sampel yang dipilih menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh sebanyak 20 perusahaan selama 3 tahun. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Asumsi Klasik, Regresi linier berganda dan Uji Hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi karakteristik sampel yang digunakan didalam penelitian yaitu jumlah sampel (N), rata-rata sampel (mean), minimum dan maximum serta standar deviasi untuk masing-masing variabel.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Struktur Aktiva (X1)	60	.45	3.16	1.0129	.48786
Profitabilitas (X2)	60	.04	1.02	.3896	.23575
Ukuran Perusahaan (X3)	60	13.62	30.62	22.3549	6.23525
Struktur Modal (Y)	60	-2.13	2.30	.6816	.65570
Valid N (listwise)	60				

Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diuji dengan statistik parametrik terdistribusi secara normal atau tidak. Berikut disajikan uji kolmogorov smirnov. Data yang di olah 60 sampel perusahaan, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.81344461
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.061
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
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.

Nilai signifikansi uji normalitas metode kolmogorov smirnov sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,050 artinya data pada penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Hasil pengujian autokorelasi dapat ditunjukkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.640 ^a	.409	.378	.83495	2.304

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan (X3), Profitabilitas (X2), Struktur Aktiva (X1)

b. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

Berdasarkan tabel 3 diketahui nilai durbin-watson sebesar 2.304. Selanjutnya nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai table durbin-watson pada signifikansi 5%. Nilai durbin-watson sebesar 2.304 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1.6889 dan lebih kecil dari (4-du) ($4 - 1.6889 = 2,3111$) atau bisa diringkas $1.6889 < 2.304 < 2,3111$ artinya data terhindar dari gejala autokorelasi.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk menguji apakah variabel independent (Struktur Aktiva, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan) berpengaruh terhadap variabel dependen (Struktur Modal)

Tabel 4. Uji Regresi Linier

Coefficients a						
Model		Unstandardized	Standardized	t	Sig.	
		Coefficients	Coefficients			
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	.204	.450		.454	.652
	Struktur Aktiva (X1)	.662	.139	.744	.4.760	.000
	Profitabilitas (X2)	-.052	.021	.253	-2.450	.017
	Ukuran Perusahaan (X3)	-.033	.020	-.265	-1,695	.096

a. Dependent Variabel: Struktur Modal (Y)

Dari persamaan regresi penelitian ini adalah:

$$Y = 0.204 + 0.662X1 - 0.052X2 - 0.033X3$$

Persamaan diatas dapat dianalisis sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 0,204 menyatakan jika semua variabel Struktur Aktiva, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan nilainya adalah 0, maka Struktur Modal akan bernilai 0,204
- Variabel Struktur Aktiva memiliki nilai koefisien 0,662, artinya adanya peningkatan Struktur Aktiva sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan terhadap Struktur Modal sebesar 0,662
- Variabel Profitabilitas memiliki nilai koefisien -0,052 adanya penurunan Profitabilitas sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan terhadap Struktur Modal -0,052
- Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai koefisien -0,033 adanya penurunan Ukuran Perusahaan sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan penurunan terhadap Struktur Modal -0,033

Uji Goodnes Of Fit Model

Uji kelayakan model ini digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan cocok atau tidak (Ghozali, 2011). Hasil pengujian kelayakan model dapat ditunjukkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 5. Uji Goodnes of Fit Model

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.046	3	9.015	12.932	.000 ^b
	Residual	39.040	56	.697		
	Total	66.086	59			

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan (X3), Profitabilitas (X2), Struktur Aktiva (X1)

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ($12.932 > 2.77$), dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak H_a diterima yang artinya variabel X1 sampai X3 jika diuji secara bersama-sama atau simultan maka hasilnya cocok dan berpengaruh terhadap variabel Y.

Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji setiap hipotesis yang ada dengan menggunakan uji statistik yang tepat. Hasil Uji t sebagai berikut:

- Struktur Aktiva berpengaruh terhadap struktur modal dimana t hitung sebesar $4,760 > t$ tabel sebesar 2,00324
- Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap struktur modal dimana t hitung sebesar $-2,450 < t$ tabel sebesar 2,00324
- Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap struktur modal dimana t hitung sebesar $-1,695 < t$ tabel sebesar 2,00324

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Estimate
1	.640a	.409	.378	.83495

a. Predictors: (Constant), Company Size (X3), Profitability (X2), Asset Structure (X1)

Dari tabel 6 terlihat nilai R Square 0.409 atau 40,9%, sedangkan sisanya 59,1% dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini atau nilai error.

4. KESIMPULANDAN SARAN

a. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa Struktur Aktiva dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Struktur Modal, sedangkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Struktur Modal pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022

b. Saran

Saran yang bisa diberikan adalah agar perusahaan lebih memperhatikan, memanfaatkan serta mengolah segala aset dan segala sumber daya yang dimiliki dan yang sudah dipercayakan agar bisa meningkatkan laba perusahaan sehingga memungkinkan bisa menarik para investor untuk menanamkan investasinya ke dalam perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Muh Fuad "Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai pasar terhadap harga saham pada sub sektor pertambangan logam dan mineral di bursa efek Indonesia (bei) Jurnal Manajemen 11.2(2019):170-178
- Bursa Efek Indonesia. Daftar Perusahaan Manufaktur di BEI (Online). www.idx.co.id diakses tanggal 25 September 2019.
- Darsono, D. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia TH 2009-2010. *Jurnal Widya Ganeswara*, 24(1)
- Lukman Surjadi, Viviana. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Perusahaan Manufaktur Di BEI Periode 2015-2017." *Jurnal Ekonomi* 24.1 (2019):129-143.
- Milansari, R., Masitoh, E., & Siddi, P. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Di BEI. *Jurnal Akuntansi: Transparansi Dan Akuntabilitas*, 8(1), 1-10.

- Mukhlani, Khairiy, dan Meina Wulansari Yusniar, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal (Studi kasus pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011- 2014)." *JWM(Jurnal Wawasan Manajemen)* 4.2(2016):113-125
- Pebriyanti, N. K. D., Sukadana, I. W., & Widnyana, I. W. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Emas*, 1(1).
- Riyanto, Bambang. 2013. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Saham Ok. Perusahaan Manufaktur di BEI. (Online), www.sahamok.com pada tanggal 20 September 2019.
- Saputri, Yanni. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2015-2018. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 1(01).
- Seba, Melviyana. (2021). Pengaruh Struktur Aset, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2016-2020 (Doctoral Dissertation, Universitas Tarumanagara).
- Setyorini, Minarsih, Maria Magdalena; Haryono, Andi Tri. Pengaruh Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), dan Earning Per Share (EPS) terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus Pada 20 Perusahaan Periode 2011- 2015). *Journal of Management*, 2016, 2.2.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Surjadi, Merna, dan Sartono Sinambela. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur." *Jurnal Akuntansi* 9.2 (2017).
- Tobing, M. L. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2017* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Medan).

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persistensi Laba Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2020

Darmawan¹, Arini Novandalina², Fandil³
^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang
Jalan Menoreh Utara Raya No. 11 Semarang

e-mail: 1darmawan.sjt@gmail.com, 2arini.novandalina@gmail.com, 3fandilbprka@gmail.com

Abstrak

Perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang dapat meningkatkan kegiatan operasional perusahaan. Kegiatan dari hasil operasional perusahaan yang menunjukkan pendapatan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan disebut dengan laba. Tujuan dari penelitian ini adalah utk mengetahui tingkat hutang, ukuran perusahaan dan arus kas operasi terhadap persistensi laba. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020 yang berjumlah 30 perusahaan. Sampel yang dipilih menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh sebanyak 28 perusahaan selama 2 tahun . Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Asumsi Klasik, Regresi linier berganda dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat hutang, ukuran perusahaan dan arus kas operasi berpengaruh signifikan terhadap persistensi laba pada perusahaan property dan real estate di Bursa Efek Indonesia. Saran yang dapat dijadikan pertimbangan dalam hal pengambilan keputusan untuk melakukan investasi pada saham dan juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan kebijakan untuk meningkatkan persistensi laba

Kata kunci: *Tingkat Hutang, Ukuran Perusahaan, Arus Kas Operasi dan Persistensi Laba*

Abstract

The company's aim is to obtain profits that can improve the company's operational activities. Activities resulting from company operations that generate income greater than the costs incurred are called profits. The aim of this research is to determine the level of debt, company size and operating cash flow on sustainable profits. The population in this research is property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2020, totaling 30 companies. The sample selected used a purposive sampling method so that 28 companies were obtained over 2 years. The analytical methods used in this research are the Classical Assumption Test, multiple linear regression and Hypothesis Testing. The results of this research show that debt levels, company size and operating cash flow have a significant effect on sustainable profits in property and real estate companies on the Indonesia Stock Exchange. Suggestions that can be taken into consideration when making decisions to invest in shares and it is also hoped that they can be used as consideration in making decisions and policies to increase profit persistence.

Keywords: *Debt Level, Company Size, Operating Cash Flow and Profit Persistence*

1. PENDAHULUAN

Perusahaan didirikan untuk memperoleh laba yang dapat meningkatkan kegiatan operasional perusahaan. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan adalah laporan keuangan. Kegiatan dari hasil operasional perusahaan yang menunjukkan pendapatan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan disebut dengan laba. Menurut Subramanyam (2012) mengatakan laba adalah hasil kegiatan operasional perusahaan dalam suatu periode untuk dapat memberikan informasi sebagai indikator pengambilan keputusan. Laba bermanfaat untuk pengambilan keputusan investor karena laba menjadi tujuan perusahaan agar dapat menjalankan kegiatan operasinya. Salah satu komponen dari kualitas laba adalah persistensi laba.

Persistensi laba akuntansi adalah laba akuntansi yang diharapkan dimasa depan bisa diimplikasikan oleh laba akuntansi tahun berjalan (Djamaluddin, 2018) melalui perencanaan yang dilakukan manajer, sedangkan income smoothing adalah Tindakan untuk mengecilkan fluktuasi laba yang dilakukan setiap tahunnya melalui pemindahan pendapatan dari perolehan laba yang tinggi hingga kerugian yang didapatkan dalam suatu periode.

Faktor-faktor yang dapat dikaitkan dan mempengaruhi persistensi laba adalah tingkat hutang, kepemilikan manajerial, arus kas operasi dan ukuran perusahaan. Perusahaan dalam membayarkan kewajiban jangka pandang adalah merupakan kesanggupan tingkat hutang, dimana hutang diartikan sebagai seluruh kewajiban perusahaan kepada kreditur atau pihak lain yang memberikan pinjaman modal kepada perusahaan (Astika, 2013).

Hutang pastinya memiliki konsekuensi berupa pembayaran bunga dan resiko kegagalan. Tingginya tingkat hutang mendorong perusahaan untuk melakukan peningkatan terhadap persistensi laba. Semakin besar tingkat hutang suatu perusahaan semakin tinggi persistensi laba. Hasil penelitian Sabrina dan Kharisma (2017) mengatakan bahwa tingkat hutang mempengaruhi laba, tetapi hasil penelitian Ainun dan Jasman (2019) mengatakan bahwa tingkat hutang tidak mempengaruhi persistensi laba.

Ukuran perusahaan adalah faktor yang lain dalam mempengaruhi persistensi laba. Baik atau tidaknya kinerja perusahaan bisa ditentukan dari ukuran perusahaan, biasanya investor memiliki kepercayaan yang lebih pada perusahaan besar, karena dapat meningkatkan kinerja pada perusahaannya dalam meningkatkan kualitas dari laba yang diperoleh oleh perusahaan tersebut (Salsabila dkk, 2016), dimana hasil penelitian Mega dan Heinrych (2020) mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap persistensi laba.

Aspek lain yang memiliki pengaruh terhadap persistensi laba adalah aliran kas operasi dimana suatu laporan yang berisikan pengaruh kas dari kegiatan operasi, kegiatan transaksi investasi serta kegiatan transaksi pembiayaan atau pendanaan serta kenaikan atau penurunan bersih pada kas di suatu perusahaan selama satu periode. Aliran kas operasi adalah suatu proksi atau melihat berapa kas yang dikeluarkan untuk menghasilkan laba dan pengoperasiannya (Chowijaya, 2014). Hasil penelitian Aprilia dan Zaki (2020) mengatakan bahwa arus kas operasi berpengaruh positif terhadap persistensi laba, sedangkan hasil penelitian Supriyono (2021) mengatakan bahwa arus kas operasi berpengaruh negative terhadap persistensi laba.

2. METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020 yang berjumlah 30 perusahaan. Sampel yang dipilih menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh sebanyak 28 perusahaan selama 2 tahun. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Asumsi Klasik, Regresi linier berganda dan Uji Hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi karakteristik sampel yang digunakan didalam penelitian yaitu jumlah sampel (N), rata-rata sampel (mean), minimum dan maximum serta standar deviasi untuk masing-masing variabel.

Tabel 1: Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tingkat Hutang (X1)	56	.05	.95	.3723	.20917
Ukuran Perusahaan (X2)	56	5932483.00	60862926586750	5857720486833	11750114887793.
Total Arus Kas operasi (X3)	56	- 2468524620	40071036475863	7201740572704	53541163365165
		.00	80.00	5.8600	6.20000
Persistensi Laba (Y)	56	-.05	.38	.0362	.06098
Valid N (listwise)	56				

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa tingkat hutang memiliki nilai minimum sebesar 0.05; nilai maksimum sebesar 0.95 dan nilai rata-rata sebesar 0.3723. Ukurn perusahaan menunjukkan bahwa nilai minimum sebesar 5.932.483,00; nilai maksimum sebesar 60.862.926.586.750,00 dan nilai rata-rata sebesar 5.857.720.486.833,4110. Arus kas operasi menunjukkan bahwa nilai minimum sebesar , nilai maksimum sebesar -2.468.524.620,00, dan nilai rata-rata sebesar 4.007.103.647.586.380.00. Persistensi laba menunjukkan bahwa nilai minimum sebesar -0.05; nilai maksimum sebesar 0.38 dan nilai rata-rata sebesar 0.0362.

Uji Normalitas

Untuk mengetahui sebaran data yang diperoleh harus dilakukan uji normalitas terhadap data yang bersangkutan. Berikut disajikan dengan uji kolmogrov smirnov. Data yang diolah 30 sampel perusahaan, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2: Pengujian Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25676217
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.055
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Nilai signifikansi uji normalitas metode kolmogorov smirnov sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,050 artinya data pada penelitian ini terdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan Teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) (Ghozali, 2016). Hasil pengujian multikolinearitas dapat ditunjukkan dalam table dibawah ini:

Tabel 3: Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity	
		Unstandardized		Standardized			Statistics	
		Coefficients		Coefficients			Toler	
		Std.						
Model		B	Error	Beta	t	Sig.	ance	VIF
1	(Constant)	-1.889	.856		-2.206	.032		
	Tingkat Hutang (X1)	.366	.137	.321	2.681	.010	.907	1.102
	Ukuran Perusahaan (X2)	.127	.052	.478	2.448	.018	.342	2.922
	Total Arus Kas (X3)	-.192	.050	-.724	-3.822	.000	.363	2.754

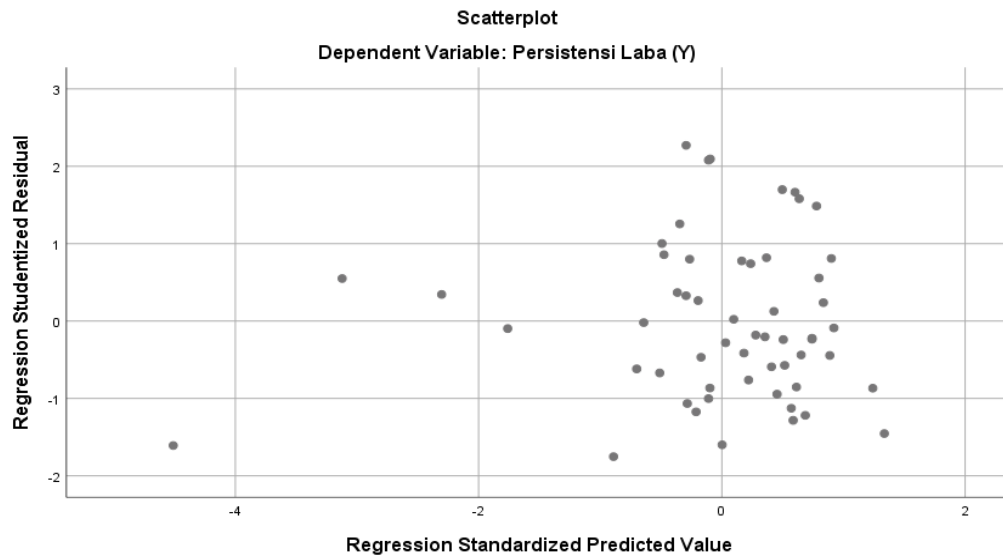
a. Dependent Variable: Persistensi Laba (Y)

Dari tabel 3 di atas, nilai tolerance seluruh variabel independen $> 0,10$. Di samping itu, nilai VIF seluruh variabel independen juga < 10 . Hal ini berarti bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yang berarti semua variabel dapat digunakan.

Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2016). Dibawah ini merupakan hasil pengujian sampel dengan uji normalitas menggunakan model Scatterplot:

Gambar 1: Scatterplot



Berdasarkan gambar 1 diatas titik-titik pada grafik tersebut menyebar tidak berarah dan tidak beraturan artinya data pada penelitian ini terhindar dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk menguji apakah variabel Tingkat Hutang, Ukuran Perusahaan dan Total Arus Kas berpengaruh terhadap variabel Persistensi Laba

Tabel 4: Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized		
	Unstandardized Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-1.889	.856		-2.206	.032
Tingkat Hutang (X1)	.366	.137	.321	2.681	.010
Ukuran Perusahaan (X2)	.127	.052	.478	2.448	.018
Total Arus Kas (X3)	-.192	.050	-.724	-3.822	.000

a. Dependent Variable: Persistensi Laba (Y)

Dari hasil analisis tersebut, maka dapat diketahui persamaan regresi adalah:

$$Y = -1,889 + 0,366 X_1 + 0,127 X_2 - 0,192 X_3$$

Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit Model)

Uji kelayakan model ini digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan cocok atau tidak (Ghozali,2011). Hasil pengujian kelayakan model dapat ditunjukkan dalam table dibawah ini:

Tabel 5: Hasil Uji Kelayakan Model

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	41.330	3	13.777	8.247	.000 ^b
Residual	86.870	52	1.671		
Total	128.200	55			

a. Dependent Variable: Persistensi Laba (Y)

b. Predictors: (Constant), Total Arus Kas (X3), Tingkat Hutang (X1), Ukuran Perusahaan (X2)

Dari table 5 diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ($8.247 > 2.78$), dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak H_a diterima yang artinya variabel tingkat hutang sampai arus kas jika diuji secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel persistensi laba.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yaitu pengaruh dari masing-masing variabel independen yang terdiri dari tingkat hutang, ukuran perusahaan dan total arus kas terhadap persistensi laba. Apabila taraf signifikansi lebih dari 0.05, maka dapat disimpulkan variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6: Hasil Perhitungan Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-1.889	.856		.032
	Tingkat Hutang (X1)	.366	.137	.321	.010
	Ukuran Perusahaan (X2)	.127	.052	.478	.018
	Total Arus Kas (X3)	-.192	.050	-.724	.000

a. Dependent Variable: Persistensi Laba (Y)

Berdasarkan table 6 maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel uji t diatas pengaruh variabel tingkat hutang terhadap variabel persistensi laba sebesar $0,010 < 0,050$ sedangkan untuk nilai t hitung sebesar $2.681 > t$ tabel (1.98498), yang berarti terdapat pengaruh positif variabel tingkat hutang terhadap Variabel persistensi laba.
2. Berdasarkan tabel uji t diatas pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap variabel persistensi laba sebesar $0,018 < 0,050$ sedangkan untuk nilai t hitung sebesar $2.448 > t$ tabel

- (2.00665), yang berarti terdapat pengaruh positif variabel ukuran perusahaan terhadap Variabel persistensi laba .
3. Berdasarkan tabel uji t diatas pengaruh variabel total arus kas terhadap variabel persistensi laba sebesar $0,000 < 0,050$ sedangkan untuk nilai t hitung sebesar $-3.822 < t$ tabel (2.00665), yang berarti terdapat pengaruh negative variabel arus kas terhadap Variabel persistensi laba.

4. KESIMPULANDAN SARAN

a. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa Tingkat Hutang, Ukuran Perusahaan dan Total Arus Kas berpengaruh signifikan terhadap Persistensi Laba pada perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020

b. Saran

Saran yang bisa diberikan adalah dapat dijadikan pertimbangan dalam hal pengambilan keputusan untuk melakukan investasi pada saham dan juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan serta kebijakan dalam rangka untuk meningkatkan persistensi laba

DAFTAR PUSTAKA

- Catherine. 2013. Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial dan Kualitas Audit terhadap Perataan Laba. Jurnal Akuntansi, Vol. 7, No. 2, Mei 2014
- Chowijaya, Andriansyah. Rizal Effendi dan Cherrya Dhia Wenny. 2014. Pengaruh Laba Akuntansi, Laba Fiskal, dan Arus Kas Operasi Terhadap Persistensi Laba. Palembang: STIE Multi Delta.
- Dwi, Martani, et al, 2015. Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK, Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam, 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Idx. 2018. Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI). (<http://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>, Diakses tanggal 20 Januari 2022).
- Putri, A.A Ayu Ganitri dan Ni Luh Supadmi. 2016. Pengaruh Tingkat Hutang Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Persistensi Laba Pada Perusahaan Manufaktur. E-Jurnal Akuntansi. Bali: Universitas Udayana.
- Rica, Vera dan Andreani Caroline Varus. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persistensi Laba Pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil Vol. 4 No 2.
- Saham OK. 2018. Daftar Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI). (<https://www.sahamok.com/emiten/sektor-industri-barang-konsumsi/>, diakses tanggal 20 Januari 2011).
- Salsabila, Azzahra S, Dudi Pratomo dan Annisa Nurbaiti, 2016, Pengaruh Book Tax Differences Dan Aliran Kas Operasi Terhadap Persistensi Laba., Jurnal Akuntansi/Volume XX No. 02 Mei, Bandung: Universitas Telkom Bandung.
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Manajemen. Yogyakarta: Alfabeta.

- Sumbramayam. K.R dan Jhon J. Wild, 2010, Analisis Laporan Keuangan Edisi 10, Jakarta: Salemba Empat.
- Suwandika, I Made Andi dan Ida Bagus Putra Astika, 2015, Pengaruh Perbedaan Laba Akuntansi, Laba Fiskal, Tingkat Hutang Pada Persistensi Laba, E-Jurnal Akuntansi, Bali: Universitas Udayana.

PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI KANTOR KECAMATAN KEBONAGUNGDEMAK

Dimas Candra Lesmana¹, Fitria Rohmatika², Ratih Pratiwi³, Mochamad
Purnomo^{4,1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wahid
Hasyim Semarang

Jl. Menoreh Tengah X No.22, Sampangan, Kec. Gajahmungkur,
KotaSemarang, Jawa Tengah 50232

e-mail: 1lesmanadimas27@gmail.com, 2vitriarf.16@gmail.com, 3rara@unwahas.ac.id,
4purnomo@unwahas.ac.id

Abstrak

Kurangnya pemimpin dalam mengawasi pegawainya yaitu masih ada beberapa pegawai yang tidak di tegur apa bila tidak berangkat atau terlambat. Kurangnya komunikasi antara pemimpin dan pegawainya terutama dengan pegawai honorer atau non ASN yang lebih banyak sebagai tenaga teknis lapangan sehingga kadang merasa tidak diperhatikan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan dan komunikasi terhadap kinerja pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi dan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 33 responden. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pegawai kecamatan dan masyarakat. Kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS dan data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kepemimpinan dan komunikasi terhadap kinerja pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak.

Kata kunci: *kepemimpinan, komunikasi dan kinerja*

Abstract

The lack of leaders in supervising their employees means that there are still some employees who are not reprimanded if they do not leave or are late. Lack of communication between leaders and employees, especially with honorary or non-ASN employees who are mostly field technical personnel, so that sometimes they feel they are not being cared for. The purpose of this study was to determine the effect of leadership and communication on employee performance at the Kebonagung Demak District Office Data were obtained through documentation and questionnaires. The sample used in the study of 33 respondents. Results are expected to provide useful information to sub-district employees and the community. Then processed using the SPSS application and the data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis, validity test, reliability test, determination coefficient test and hypothesis testing. The analysis shows that there is positive and significant influence of leadership and communication on employee performance at the Kebonagung Demak District Office.

Keywords: *leadership, communication and performance*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu organisasi memerlukan sumber daya manusia yang potensial, baik pemimpin maupun bawahannya, sebagai satu kesatuan penentu tujuan suatu organisasi. Dalam suatu organisasi, keberhasilan atau kegagalan akan ditentukan oleh seorang pemimpin. Ada ungkapan yang mengatakan bahwa pemimpin bertanggung jawab jika ada pegawai yang gagal dalam menjalankan pekerjaannya. Hal ini merupakan ungkapan yang menempatkan kedudukan seorang pemimpin dalam suatu organisasi pada posisi yang paling penting. Ada beberapa faktor yang diduga dapat meningkatkan kinerja pegawai, yaitu faktor kepemimpinan dan faktor komunikasi.

Dalam suatu organisasi atau perusahaan, kepemimpinan merupakan salah satu faktor yang penting. Menurut Durbin (2015) kepemimpinan adalah upaya mempengaruhi banyak orang melalui komunikasi untuk mencapai tujuan, cara mempengaruhi orang dengan instruksi atau perintah, tindakan yang menyebabkan orang lain bertindak atau merespons dan menimbulkan kekuatan dinamis yang positif dan penting yang memotivasi dan mengkoordinasikan organisasi dalam rangka mencapai tujuan, kemampuan menciptakan rasa percaya diri dan dukungan di kalangan bawahan sehingga tujuan organisasi dapat tercapai.

Selain kepemimpinan, faktor yang mempengaruhi kinerja adalah komunikasi. Komunikasi dalam suatu organisasi atau perusahaan tidak hanya sekedar komunikasi antara atasan dan bawahan atau sebaliknya saja, namun juga komunikasi antar pegawai yang mempunyai tingkatan yang sama dan komunikasi berperan dalam menentukan keberhasilan pelaksanaan kerja, karena tidak ada pekerjaan yang tidak memerlukan komunikasi. Komunikasi yang baik antara pegawai dan pimpinan dalam organisasi dapat mendorong bawahan pegawai tersebut bersemangat dalam melakukan tugas dan pekerjaannya sehingga menghasilkan kinerja yang ideal, serta komunikasi yang baik antar sesama pegawai dapat mendorong pegawai tersebut melakukan kerja sama, sehingga pekerjaan bisa selesai tepat waktu Durbin (2015).

Kinerja dalam organisasi untuk tercapainya tujuan organisasi dipengaruhi oleh kesadaran anggota atau pegawai dalam mematuhi peraturan dan larangan yang berlaku. Kinerja juga dapat meningkat bila kepemimpinan yang baik dan komunikasi terjalin dengan baik antara pimpinan dan pegawai, antar sesama pegawai maka pegawai pasti akan bekerja dengan semangat sehingga dapat meningkatnya kinerja pegawai Thoha (2013).

Kurangnya pemimpin dalam mengawasi pegawainya yaitu masih ada beberapa pegawai yang tidak di tegur apa bila tidak berangkat atau terlambat juga merupakan masalah yang perlu diperhatikan di kantor kecamatan Kebonagung. Di setiap bulan pasti ada pegawai yang datang terlambat baik untuk pegawai ASN maupun non ASN.

Kehadiran pegawai di Kecamatan Kebonagung juga dinilai belum maksimal hal itu di lihat dari adanya beberapa pegawai yang masih terlambat atau ijin kerja. Kehadiran pegawai seperti tabel berikut:

Tabel 1.1 Kehadiran Pegawai di Kecamatan Kebonagung

Keterangan	Januari 2021	Peb 2021	Maret 2021	April 2021	Mei 2021
Ijin	1	1	2	2	2
Sakit	2	3	3	1	4
Terlambat	1	4	3	2	3

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa kehadiran pegawai pada bulan Januari 2021 ada satu pegawai yang ijin, dua pegawai sakit dan satu pegawai yang terlambat. Kemudian pada bulan Februari 2021 ada satu pegawai yang ijin, tiga sakit dan 4 pegawai yang terlambat, dan seterusnya.

Minimnya konsultasi mengenai pekerjaan antara pegawai dan pemimpin yang dikarenakan banyaknya pekerjaan baik itu pelayanan masyarakat maupun pekerjaan teknis lainnya juga masih dirasakan. Hal itu terlihat pada saat kegiatan yang dilakukan oleh pegawai tanpa di dahului dengan pembekalan dari pimpinan, pembekalan dari pimpinan hanya di sampaikan secara umum saat apel pagi sebelum kegiatan di mulai tidak dilakukan khusus per tim.

Melihat latar belakang teori diatas maka penulis tertarik untuk memilih judul penelitian “Pengaruh Kepemimpinan dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Kebonagung Demak”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak?
2. Bagaimanakah pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Pegawai di Kantor kecamatan Kebonagung Demak?
3. Bagaimanakah pengaruh Kepemimpinan dan Komunikasi secara bersama- sama terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak?
4. Variabel mana yang paling berpengaruh terhadap inerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Pegawai di kantor Kecamatan Kebonagung Demak.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kepemimpinan dan Komunikasi secara bersama-sama terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan variabel mana yang paling berpengaruh terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak

1.4 Kajian Pustaka

Kinerja Pegawai

Menurut Wilson (2012), kinerja mengacu pada prestasi seseorang dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan persyaratan pekerjaan. Sedangkan Mangkunegara (2013) menyatakan kinerja meliputi kualitas dan kuantitas hasil kerja yang diperoleh seorang pegawai ketika melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Setiap pegawai mempunyai tanggung jawab terhadap pekerjaannya masing-masing, dan kinerja dijadikan sebagai indikator sejauh mana pegawai memenuhi tugas dan kewajibannya.

Menurut Wilson (2012), standar pekerjaan dapat disusun berdasarkan isi pekerjaan dan digunakan sebagai dasar penilaian untuk setiap tugas. Untuk memudahkan penilaian kinerja, standar kerja dapat diukur dan dirumuskan secara

terukur melalui:

1. Kuantitas: Menunjukkan jumlah pekerjaan yang dihasilkan oleh individu atau kelompok sebagai syarat pekerjaan
 - a. Menetapkan target penyelesaian dalam setiap pekerjaan
 - b. Menetapkan target pekerjaan sesuai beban kerja
2. Kualitas: Memenuhi syarat tertentu dalam menghasilkan pekerjaan yang kualitas telah ditentukan
 - a. Melakukan pekerjaan sesuai standar yang telah ditentukan
 - b. Menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan tepat waktu
3. Ketepatan waktu: Kemampuan dalam menyelesaikan pekerjaan
 - a. Menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu
 - b. Tidak menghambat pekerjaan lain
4. Kehadiran : Hadir dalam menyelesaikan pekerjaan
 - a. Datang tepat waktu
 - b. Memiliki absensi yang baik
5. Kemampuan bekerjasama: kemampuan dalam menciptakan kekompakan
 - a. Menghargai rekan kerja
 - b. Bekerjasama dengan rekan kerja

Kepemimpinan

Peran kepemimpinan mempunyai kontribusi yang cukup besar dalam menentukan keberhasilan kinerja suatu organisasi. Kepemimpinan merupakan suatu cara seseorang mempengaruhi orang lain untuk meningkatkan efektivitasnya dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Priyono (2010) menggambarkan kepemimpinan sebagai kemampuan individu dalam mempengaruhi orang lain agar berusaha mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan.

Menurut Syamsul (2012), terdapat empat dimensi dan indikator dalam kepemimpinan, yaitu:

A. Direktif: Pemimpin memberikan instruksi kepada karyawan

- 1) Karyawan memahami harapan pemimpin
- 2) Pemimpin memberikan arahan yang spesifik

B. Suportif (Caring): Pemimpin menunjukkan kepedulian terhadap karyawannya

- 1) Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif
- 2) Memperhatikan kesejahteraan pegawai

C. Partisipatif (Keterlibatan): Pemimpin melibatkan bawahan dalam proses pengambilan keputusan

- 1) Memberikan kebebasan berekspresi
- 2) Pertimbangkan saran dan masukan

D. Kepemimpinan berorientasi pada prestasi. Pemimpin membantu bawahan dalam menerima tanggung jawab untuk mencapai tujuan.

- 1) Menetapkan tujuan
- 2) Memperlihatkan kepercayaan pada karyawan

Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, interaksi dengan individu lain mempunyai peranan yang sangat krusial. Tanpa hubungan komunikasi yang efektif dengan orang lain, kehidupan menjadi terganggu dan tidak berjalan dengan baik. Komunikasi

mempunyai peran yang sangat vital dalam rutinitas sehari-hari. Sesuai dengan pandangan Speed dan Faules (2013), komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian dan interpretasi pesan antar unit komunikasi yang tergabung dalam suatu organisasi tertentu.

Speed dan Faules (2013) menjelaskan bahwa dalam konteks organisasi, terjadi aliran informasi dari tingkat yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Hal ini dapat diketahui melalui dimensi dan indikator sebagai berikut:

1. Komunikasi keatas

Komunikasi keatas berarti informasi dari jabatan lebih rendah ke jabatan lebih tinggi. Indikator karyawan dapat melakukan komunikasi dengan atasan dan bila ada kendala bawahan mengkomunikasikan kepada atasan.

2. Komunikasi kebawah

Komunikasi kebawah berarti informasi dari jabatan lebih tinggi ke jabatan lebih rendah. Indikator atasan mengkomunikasikan tugas dan mengenai hasil kerja ke bawahannya.

3. Komunikasi flat

Penyampaian informasi diantara rekan kerja yang sama. Indikator karyawan percaya kepada rekan kerja dan kerjasama dengan rekan mengenai pekerjaan.

1.5 Penelitian Sebelumnya

Tabel 1.2 Penelitian sebelumnya yang relevan

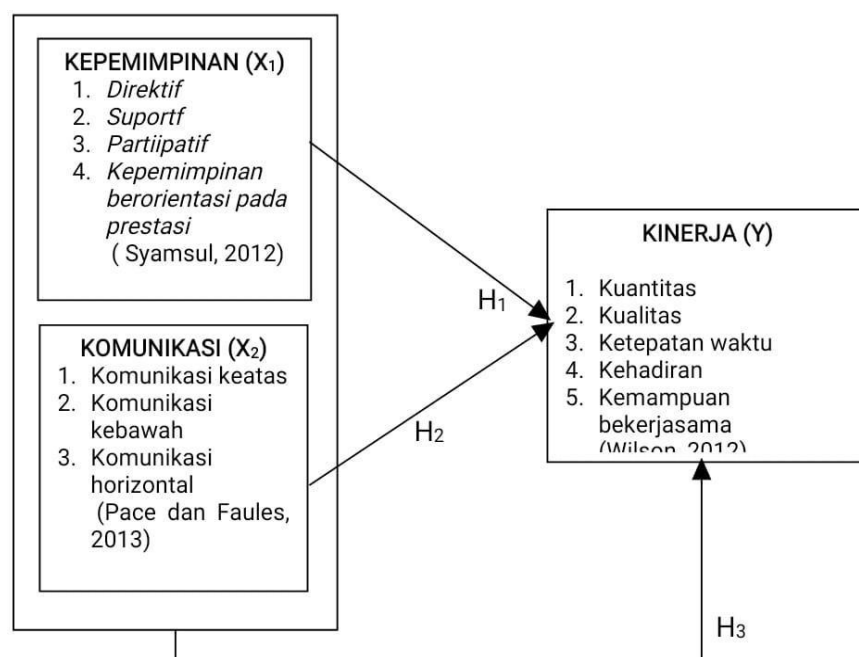
Penelitian (tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Rahmat Sukarja (2015)	PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KINERJA PEGAWAI DINAS PENDIDIKAN PROVINSI RIAU	1. Kepemimpinan (X1) 2. Komunikasi (X2) 3. Kinerja (Y)	Kepemimpinandan komunikasiseacara parsial tidak signifikan berpengaruh langsung terhadap kinerja pegawai.
Desfiah Ningsih (2015)	Pengaruh Komunikasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Bank Bukopin Tbk. Cabang Bekasi	1. Komunikasi (X1) 2. Motivasi (X2) 3. Kinerja Karyawan (Y)	Berdasarkan hasil peneliian menunjukkan bahwa komunikasi dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan

Dwi Wahyu Wijayanti (2012)	Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Daya Anugrah Semesta Semarang	1. Kepemimpinan (X1) 2. Motivasi Kerja (X2) 3. Kinerja Karyawan (Y)	Kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT Daya Anugrah Semesta Semarang

1.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang terjadi antara variabel kepemimpinan dan komunikasi terhadap kinerja karyawan.

Berikut uraian sistematis alasan dilakukannya penelitian ini.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

1.7 Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi awal atau kesimpulan sementara. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Terdapat kemungkinan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepemimpinan terhadap kinerja pegawai pada Kantor Kecamatan Kebonagung Demak.

H₂ : Terdapat dugaan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara komunikasi terhadap kinerja pegawai pada Kantor Kecamatan Kebonagung Demak.

H₃ : Terdapat dugaan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepemimpinan dan Komunikasi secara bersama-sama terhadap kinerja pegawai pada Kantor

KecamatanKebonagung Demak.

H₄ : Terdapat dugaan bahwa kepemimpinan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kinerja pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak.

2. METODE

2.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif yang mengandalkan metode survei. Menurut Sugiyono (2013), metode survei adalah suatu bentuk penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya, dan penelitian ini dapat dilakukan terhadap populasi besar atau kecil.

2.2 Subjek/Objek Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kantor Kecamatan Kebonagung yang terletak di Jalan Raya Kebonagung Kabupaten Demak sepanjang Jalan Raya Semarang – Purwodadi Kebonagung. Periode penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai Juli 2021.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang peneliti kumpulkan dan olah sendiri dari responden melalui penggunaan kuesioner dan dokumentasi.

a. Angket atau Kuesioner

Informasi utama dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebarankuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden. Kuesioner ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh kepemimpinan dan komunikasi terhadap kinerja pegawai pada Kantor Kecamatan Kebonagung Demak. Dalam penelitian ini kuesioner berisi serangkaian pertanyaan tertulis dengan pilihan jawaban yang telah disiapkan.

Dalam penelitian ini tanggapan yang diberikan karyawan dinilai menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2013), skala Likert digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Berikut klasifikasi dan penilaian berdasarkan respon yang tercatat pada kuesioner yang dibagikan:

Tabel 2.1 Skala
Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

b. Dokumentasi

Peneliti memanfaatkan teknik dokumentasi karena dokumentasi dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk mengumpulkan data mengenai jumlah desa, identitas perangkat desa, dan jabatannya. Dokumentasi mencakup berbagai jenis variabel, seperti catatan, surat kabar, buku, majalah, notulen rapat, rencana, dan dokumen sejenis. Selain itu, sumber informasi tambahan dapat berupa data dan dokumen yang berkaitan dengan wilayah penelitian.

2. Information sekunder

Data sekunder merupakan informasi tertulis yang meliputi referensi buku dan jurnal ilmiah, data arsip, dokumen pribadi, dokumen resmi, dan berbagai artikel di media. Data sekunder yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan informasi yang akan melengkapi data yang diperlukan untuk penelitian.

2.4 Teknik Analisis Data

2.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui validitas suatu kuesioner. Validitas suatu kuesioner terjadi ketika kuesioner tersebut efektif dalam mengungkapkan informasi yang seharusnya diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas skala meliputi kemampuan skala dalam menjalankan fungsinya sesuai yang diharapkan dan mengukur variabel-variabel yang seharusnya diukur (Kuncoro, 2009).

2.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y), misalnya dalam rangka menilai pengaruh gaya kepemimpinan terhadap disiplin kerja pegawai. Uji R² digunakan untuk menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila menggunakan software IBM SPSS Measurements 25 diperoleh nilai R² yang mendekati satu yang menggambarkan adanya pengaruh signifikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

2.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh yang timbul antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat, dalam hal ini antara variabel Kepemimpinan (X₁) dan Komunikasi (X₂) terhadap variabel Kinerja (Y). Hubungan antar variabel tersebut dinyatakan melalui rumus berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + e$$

Dimana:

Y = Kinerja Pegawai

α = Konstanta

X₁ = Kepemimpinan

X₂ = Komunikasi

B = Koefisien regresi

e = error

2.5 Uji Hipotesis

2.5.1 Uji Hipotesis t

Uji statistik t digunakan untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap variabel dependen. Uji t-statistik dilakukan dengan pendekatan singkat yaitu dengan menguji hipotesis yang menyatakan bahwa variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen, dan hipotesis ini dapat diterima jika nilai melebihi 2 (dengan tingkat signifikansi 5%).) jika jumlah derajat kebebasan (df) mencapai 20 atau lebih (Ghozali, 2007). Jika tingkat signifikansinya lebih besar dari 5% berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini akan dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS 25.

2.5.2 Uji Hipotesis F

Uji statistik f digunakan untuk mengevaluasi pengaruh secara simultan atau simultan seluruh variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian akan dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 25, yaitu dengan membandingkan hasil dari nilai probabilitas. Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau signifikansi 5% pengambilan keputusan didasarkan atas:

1. Jika probabilitas $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
2. Jika probabilitas $< 0,05$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

2.5.3 Uji Koefisien Beta Standart

Digunakan untuk menentukan variabel independen yang withering berpengaruh terhadap variabel dependen. Koefisien yang dihasilkan dari regresi linier yang telah dinormalisasikan akan mewujudkan variabel independen dengan tingkat signifikan withering tinggi, berarti variabel tersebut merupakan variabel yang withering besar pengaruhnya terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Alat Analisis

3.1.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Uji Validitas

Hasil uji validitas pengaruh kepemimpinan (X₁) dan komunikasi (X₂) terhadap kinerja (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kepemimpi nan (X ₁)	1	0,435	0.282	Valid
	2	0,291	0.282	Valid
	3	0,831	0.282	Valid
	4	0,783	0.282	Valid
	5	0,435	0.282	Valid
	6	0,291	0.282	Valid
	7	0,755	0.282	Valid
	8	0,718	0.282	Valid

Komunikasi(X ₂)	1	0,344	0.282	Valid
	2	0,811	0.282	Valid
	3	0,596	0.282	Valid
	4	0,347	0.282	Valid
	5	0,811	0.282	Valid
	6	0,629	0.282	Valid
Kinerja (Y)	1	0,324	0.282	Valid
	2	0,345	0.282	Valid
	3	0,780	0.282	Valid
	4	0,721	0.282	Valid
	5	0,324	0.282	Valid
	6	0,345	0.282	Valid
	7	0,762	0.282	Valid
	8	0,728	0.282	Valid
	9	0,338	0.282	Valid
	10	0,776	0.282	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel validasi yang tersaji di atas dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pada variabel penelitian menunjukkan nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel. Oleh karena itu, seluruh indikator dianggap valid dan layak digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas variabel kepemimpinan (X₁), komunikasi (X₂), kinerja (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	α hitung	Standar α	Keterangan
X ₁	0.730	0.60	Reliabel
X ₂	0.739	0.60	Reliabel
Y	0.733	0.60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel yang tersaji diatas dalam pengujian reliabilitas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, seluruh konsep pengukuran setiap variabel kuesioner dinilai mempunyai reliabilitas yang baik dan dapat diandalkan untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.3 Uji Koefisien Determinasi

Pada penelitian ini pengujian model koefisien determinasi menggunakan *Adjusted R²*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini: Tabel 3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

3.3 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.986 ^a	.971	.970	.66271

a. Predictors: (Constant), X₂, X₁

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa didapat hasil perhitungan estimasi regresi diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0.970 artinya 97,0% perubahan pada variabel dependen kinerja (Y) dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel independen kepemimpinan (X_1), dan komunikasi (X_2). Sedangkan sisanya sebesar 02,0% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan atau dijelaskan dalam model penelitian ini.

3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas kepemimpinan (X_1) dan komunikasi (X_2) terhadap variabel terikat yaitu kinerja (Y). Hasil analisis tersebut akan dijelaskan pada tabel yang disajikan di bawah ini:

Tabel 3.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.717	1.348		.532	.599
X1	1.174	.040	.964	29.538	.000
X2	.077	.042	.060	1.850	.074

Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel yang disajikan, hasil analisis regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Koefisien regresi menunjukkan bahwa kepemimpinan memiliki nilai beta sebesar positif 0.964. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepemimpinan, maka akan semakin meningkat pula kinerja pegawai
- Koefisien regresi menunjukkan bahwa komunikasi memiliki nilai beta positif sebesar 0.060. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik komunikasi yang dilakukan oleh pegawai, maka akan semakin meningkat pula kinerjanya.

3.5 Uji Hipotesis

3.5.1 Uji t

Berdasarkan tabel 4.10 tentang Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (uji t), maka uji hipotesis dilakukan sebagai berikut:

- Pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja
Hipotesis pertama menguji pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0.964 dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima. Artinya kepemimpinan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja. Hasil dari penelitian diatas, didukung oleh penelitian dari Wa Ode Zusnita Muizu (2014) dengan judul Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan Perbankan Sulawesi Tenggara yang hasil penelitiannya menunjukkan

bahwa kepemimpinan, berpengaruh secara signifikan, baik parsial maupun simultan terhadap kinerja karyawan.

2. Pengaruh komunikasi terhadap kinerja

Hipotesis kedua menguji pengaruh komunikasi terhadap kinerja. Diperoleh koefisien beta positif sebesar 0.060 dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$, hal ini mengindikasikan hipotesis kedua diterima. Artinya komunikasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Hasil dari penelitian diatas, didukung oleh penelitian dari Didi Wandu, Suhroji Adha dan Iyah Asriyah(2019) dengan judul Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan Perbankan Sulawesi Tenggara yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai BPBD Provinsi Banten dengan nilai t hitung sebesar 8,721 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

3.5.2 Uji F

Hasil uji hipotesis F (simultan) ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.5 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	448.703	2	224.352	510.844	.000 ^b
	Residual	13.175	30	.439		
	Total	461.879	32			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Uji F dimaksudkan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama. Untuk lebih jelasnya hasil uji hipotesis t didapatkan dari hasil tabel 4.11 diatas, ditujukan juga untuk pengujian hipotesis ketiga yaitu menguji pengaruh kepemimpinan dan komunikasi terhadap kinerja. Dari hasil olah informasi diperoleh bahwa nilai F hitung sebesar $510.844 > F$ tabel dengan nilai df 2-32 sebesar 2.90, dengan nilai sig $0,000 < 0.05$. Maka dapat dikatakan variabel kepemimpinan (X1), komunikasi (X2) merupakan variabel yang baik dan tepat (fit) untuk mengukur perubahan dalam variabel kinerja (Y), sehingga membentuk persamaan yang fit. Artinya adalah variabel kepemimpinan dan komunikasi secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Hasil dari penelitian diatas, didukung oleh penelitian dari Moh Ainur Rahman dan Arik Prasetya (2018) dengan judul Pengaruh Kepemimpinan Dan

Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan PT Jatim Times Network di Kota Malang) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa 1) Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT Jatim Times Network Malang 2) Komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT Jatim Times Network Malang 3) Kepemimpinan dan komunikasi organisasi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan PT Jatim Times Network Malang

3.6 Uji Koefisien Beta Standart

Uji koefisien beta standart dimaksudkan untuk mengetahui variabel independen yang withering berpengaruh terhadap variabel dependen. Koefisien yang dihasilkan dari regresi linier yang telah dinormalisasikan akan mewujudkan variabel independen dengan tingkat signifikan withering tinggi, berarti variabel tersebut merupakan variabel yang withering besar pengaruhnya terhadap variabel dependen. Untuk lebih jelasnya hasil uji hipotesis koefisien beta standart didapatkan dari hasil tabel 4.10 diatas, ditunjukan juga untuk pengujian hipotesis keempat yaitu variabel manakah diantara variabel independen (kepemimpinan dan komunikasi) yang paling berpengaruh terhadap kinerja. Dari hasil olah information diperoleh bahwa nilai koefisien beta positif variabel kepemimpinan sebesar 0.964. Dan merupakan nilai dengan koefisien beta positif withering tinggi diantara variabel independen yang lainnya. Hal ini berarti bahwa variabel kepemimpinan merupakan variabel yang withering berpengaruh terhadap kinerja.

3.7 Pembahasan

3.7.1 Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan kedelapan pernyataan terkait kepemimpinan. Pernyataan dengan rata mean tertinggi adalah "mempertimbangkan saran dari karyawan merupakan sifat pimpinan yang baik" (4.33), menunjukkan bahwa responden menganggap sikap menerima dan mempertimbangkan saran dari karyawan dapat meningkatkan kinerja karyawan. Sebaliknya, pernyataan dengan rata mean terendah adalah "pimpinan memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi" (3.81), menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa pemberian penghargaan dari kepala camat kepada karyawan berprestasi dapat mempengaruhi peningkatan kinerja. Kesimpulannya, penting bagi kepala camat untuk mempertimbangkan saran karyawan dan memberikan penghargaan kepada karyawan yang berprestasi guna meningkatkan kepemimpinan dan kinerja karyawan.

Hasil dari penelitian diatas, didukung oleh penelitian dari Wa Tribute Zusnita Muizu (2014) dengan judul Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan Perbankan Sulawesi Tenggara yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepemimpinan, berpengaruh secara signifikan, baik parsial maupun simultan terhadap kinerja karyawan. Artinya, semakin baik penerapan kepemimpinan, maka akan semakin ideal pencapaian kinerja karyawan perbankan Sulawesi Tenggara.

3.7.2 Pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan terkait komunikasi. Pernyataan "karyawan saling bekerjasama dengan karyawan lainnya dalam compositions penyelesaian kerja" mendapat rata mean tertinggi sebesar 4.12, menunjukkan pentingnya kerjasama dan keterbukaan di antara karyawan dalam

meningkatkan komunikasi. Sebaliknya, pernyataan "pimpinan selalu memberitahukan informasi kepada karyawan mengenai tugas yang akan dikerjakan" mendapat rata mean terendah sebesar 3.90, menunjukkan perlunya kepala camat lebih aktif dalam memberikan informasi tentang tugas kepada karyawan. Kesimpulannya, kerjasama dan keterbukaan antar karyawan penting untuk meningkatkan komunikasi dan kinerja karyawan, sementara kepala camat perlu lebih aktif dalam memberikan informasi tugas kepada karyawan untuk meningkatkan komunikasi di kantor kecamatan.

Hasil dari penelitian diatas, didukung oleh penelitian dari Didi Wandu, Suhroji Adha dan Iyah Asriyah (2019) dengan judul Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan Perbankan Sulawesi Tenggara yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai BPBD Provinsi Banten dengan nilai t hitung sebesar 8,721 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan koefisien determinasi (R^2) yang didapat sebesar 0,481 yang artinya sebesar 48,1% variabel kinerja dapat dijelaskan oleh variabel komunikasi sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

3.7.3 Pengaruh Kepemimpinan dan Komunikasi terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak

Hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa kedua faktor yaitu kepemimpinan dan komunikasi mempunyai pengaruh yang sebanding terhadap kinerja. Hal ini dibuktikan oleh hasil uji hipotesis F pada tabel 4.11 dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 510.844 > F tabel dengan nilai df 2-32 sebesar 2.90, dengan nilai sig 0,000 < 0.05. Maka dapat dikatakan variabel kepemimpinan (X_1), komunikasi (X_2) merupakan variabel yang baik dan tepat (fit) untuk mengukur perubahan dalam variabel kinerja (Y), sehingga membentuk persamaan yang fit. Artinya variabel kepemimpinan dan komunikasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja. Kesimpulannya, ketika kepemimpinan dan komunikasi dilakukan dengan baik di lingkungan kerja, maka akan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja karyawan.

Hasil dari penelitian diatas, didukung oleh penelitian dari Moh Ainur Rahman dan Arik Prasetya (2018) dengan judul Pengaruh Kepemimpinan Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan PT Jatim Times Organization di Kota Malang) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa 1) Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT Jatim Times Organization Malang 2) Komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT Jatim Times Organization Malang 3) Kepemimpinan dan komunikasi organisasi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan PT Jatim Times Organization Malang.

3.7.4 Variabel Kepemimpinan adalah Variabel yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kebonagung Demak

Berdasarkan hasil olah information pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa kepemimpinan memiliki nilai beta positif sebesar 0.964 yang dimana untuk nilai koefisien beta variabel komunikasi memiliki nilai beta positif sebesar 0.060. Artinya bahwa kepemimpinan merupakan variabel yang kuat dalam memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai

Hasil dari penelitian diatas, didukung oleh penelitian dari M. Kiswanto (2010) dengan judul Pengaruh Kepemimpinan Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Kaltim Pos Samarinda yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepemimpinan dan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja

karyawan, dan kepemimpinan mempunyai pengaruh dominan terhadap kinerja karyawan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- A. Kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Kantor Kecamatan Kebonagung Kabupaten Demak. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima. Artinya kepemimpinan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja dan dapat disimpulkan bahwa jika kepemimpinan yang dilakukan Kepala Camat baik, maka akan mempengaruhi peningkatan kinerja pegawai.
- B. Komunikasi juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Kantor Kecamatan Kebonagung Kabupaten Demak. Hal ini mengindikasikan hipotesis kedua diterima. Artinya komunikasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dan dapat disimpulkan bahwa jika komunikasi antara pegawai baik dengan sesama pegawai dan atasan dilakukan dengan baik maka akan mempengaruhi peningkatan kinerjanya
- C. Kepemimpinan dan komunikasi jika digabungkan mempunyai pengaruh positif dan signifikan yang kuat terhadap kinerja pegawai pada Kantor Kecamatan Kebonagung Kabupaten Demak. variabel kepemimpinan dan komunikasi bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kinerja dan dapat disimpulkan bahwa jika kepemimpinan dan komunikasi dilakukan dengan baik di lingkungan kerja maka akan mempengaruhi peningkatan kinerja pegawai.
- D. Variabel kepemimpinan paling dominan mempengaruhi kinerja pegawai pada Kantor Kecamatan Kebonagung Kabupaten Demak. bahwa kepemimpinan merupakan variabel yang kuat dalam memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai

Saran

Dengan mempertimbangkan hasil penelitian dan analisis yang telah dibahas sebelumnya, berikut beberapa rekomendasi yang dapat diusulkan:

a. Camat Kebonagung Kabupaten Demak

Sebagai kepala camat agar selalu berkomunikasi kepada semua pegawai dengan baik dan selalu memberikan pengarahan kepada pegawai untuk bekerja lebih maksimal

b. Pegawai

Sebagai pegawai kecamatan agar selalu berkomunikasi dengan baik kepada atasan dengan memberikan masukan atau saran untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Peningkatan kinerja akan terjadi melalui komunikasi yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- AA, Anwar Prabu Mangkunegara. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Arifin, Syamsul. 2012. *Leadership Ilmu dan Seni Kepemimpinan*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Arikunto S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta
- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi (Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Di Masyarakat)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Durbin, Andrew J. 2015. *Leadership (Terjemahan)*, Edisi Kedua. Jakarta: Prenada Media
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Kuncoro, Mudrajad, 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga
- Miftah Thoha. 2013. *Kepemimpinan dalam manajemen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Pace, R. Wayne. 2013. *Komunikasi Organisasi (Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan)*. Bandung: Rosda
- Priyono. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Kedua. Surabaya: Zifatama Publisher
- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. 2018. *Perilaku Organisasi*. Organizational Behavior (Buku 1, Edisi Ke-12). Jakarta: Salemba Empat
- Sutikno, Sobry. 2014. *Metode & Model-Model Pembelajaran Menjadikan Proses Pembelajaran Lebih Variatif, Aktif, Inovatif, Efektif, dan Menyenangkan*. Lombok: Holistica
- Sudjana. 2012. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Milenial Muslim

Endah Nur Fitriyani
Universitas Islam Negeri Salatiga
Email: endah.nur.fitriyani@gmail.com

Abstrak

Revolusi digital dan perubahan gaya hidup masyarakat telah menciptakan peluang besar bagi sistem pembayaran untuk berkembang. Salah satu media pembayaran modern yang saat ini tengah berkembang adalah pembayaran non tunai dengan menggunakan *e-wallet* yang diimplementasikan pada *smartphone* sehingga mempermudah sistem pembayaran. Penelitian ini menganalisis faktor yang mempengaruhi niat generasi milenial muslim untuk menggunakan *e-wallet* di Kota Salatiga, Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan data primer dengan jumlah sampel sebesar 100 responden. Pengujian model penelitian menggunakan PLS-Structural Equation Modeling (SEM) dengan hasil *perceived usefulness*, *perceived security* dan *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use e-wallet*, sedangkan *trust* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *intention to use*. *Perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* sedangkan *perceived usefulness* dan *perceived security* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *trust*.

Kata kunci: *kegunaan, keamanan, kemudahan, kepercayaan, niat menggunakan*

Abstract

The digital revolution and changes in people's lifestyles have created great opportunities for payment systems to develop. One of the modern payment media that is currently developing is non-cash payments using e-wallets which are implemented on smartphones, making the payment system easier. This research analyzes the factors that influence the intention of the millennial Muslim generation to use e-wallets in Salatiga City, Central Java. This research uses primary data with a sample size of 100 respondents. The research model was tested using PLS-Structural Equation Modeling (SEM) with the results that *perceived usefulness*, *perceived security* and *perceived ease of use* had a positive and significant effect on *intention to use e-wallet*, while *trust* had a positive but not significant effect on *intention to use*. *Perceived ease of use* has a positive and significant effect on *trust*, while *perceived usefulness* and *perceived security* have a positive but not significant effect on *trust*.

Keywords: *perceived usefulness, perceived security, perceived ease to use, trust, intention to use*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia digital terjadi begitu pesat sehingga membuat masyarakat harus berpacu agar mampu mengikuti perkembangan teknologi. Teknologi menjadi suatu sarana yang memiliki fungsi memberikan kenyamanan dan juga kemudahan bagi kehidupan manusia. Teknologi yang semakin berkembang juga memberikan berbagai manfaat seperti mempermudah dan mempersingkat pertukaran informasi, meningkatkan efektivitas dan

efisiensi pekerjaan, memudahkan pembelajaran secara online. Teknologi yang semakin maju tidak lepas dari peran revolusi industri 4.0 yang menjadi awal semakin tingginya penggunaan internet dan *smartphone* sebagai media bertransaksi (Marlina et al., 2020). Revolusi digital modern dan penggunaan ponsel yang sangat besar telah menciptakan peluang besar bagi sistem pembayaran untuk tumbuh. Salah satu contohnya adalah munculnya aplikasi pembayaran modern, seperti *e-wallet* yang diimplementasikan pada ponsel konsumen sehingga mempermudah sistem pembayaran (Alam et al., 2021).

Pertumbuhan teknologi yang konsisten telah memungkinkan terciptanya telepon seluler dengan fitur-fitur penting yang memfasilitasi pengembangan sistem pembayaran yang diperlukan untuk transaksi berbasis online non-tunai (Jawad et al., 2022). Dompet elektronik atau *e-wallet* merupakan salah satu inovasi teknologi modern yang telah merambah dan mendominasi perekonomian baik di negara berkembang maupun maju. Saat ini, terdapat berbagai jenis pembayaran elektronik yang menyediakan fasilitas transaksi non-tunai secara real-time dan mendunia kepada konsumen dan bisnis. Transaksi tanpa uang tunai kini menjadi sangat populer dan permintaan dompet elektronik di seluruh dunia terus meningkat (N. Singh et al., 2020). Seiring dengan permintaan global yang terus meningkat terhadap sistem pembayaran tanpa kertas telah mengubah pola pikir konsumen untuk mempertimbangkan penggunaan dompet elektronik, dan kemajuan yang dicapai dapat mengubah dinamika penerimaan dompet elektronik secara signifikan (Shekhar et al., 2020).

Sejak terjadinya pandemi hingga masa pasca pandemi ini menjadikan teknologi menjadi sesuatu yang sangat dibutuhkan masyarakat. COVID-19 secara gencar mempromosikan dan meningkatkan penggunaan pembayaran seluler karena dua alasan. Pertama, pembayaran semacam itu dipandang penting dalam menjaga jarak sosial. Masyarakat dapat melakukan transaksi keuangan digital secara efisien selama masa *lockdown*. Kedua, banyak layanan pengiriman mulai menerima pembayaran digital, sehingga klien tidak punya pilihan selain menggunakannya (Singh & Sharma, 2022). Saat ini semakin banyak transaksi yang dilakukan dengan metode *cashless*. Terdapat dua bentuk uang elektronik yang dikenal masyarakat di Indonesia, pertama, uang elektronik adalah uang berupa kartu (berbasis chip) yang mulai muncul sejak tahun 2007 (Latief et al., 2021). Meski memiliki kesamaan, baik *e-money* maupun *e-wallet* memiliki perbedaan dalam cara menyimpan data penggunaannya. Dalam konteks *e-money*, nilai nominal yang diisikan oleh pengguna disimpan dalam sebuah chip yang biasanya dimiliki oleh bank. Misalnya saja di Indonesia, ada Tap Cash (dari Bank BNI), Flazz (dari Bank BCA), *e-Money* (dari Bank Mandiri), dan Brizzi (dari Bank BRI). Sedangkan untuk *e-wallet*, nominal isi ulang yang dilakukan pengguna disimpan di server. Ini adalah uang elektronik berbasis server yang dimiliki oleh operator; misalnya T-Cash yang saat ini berganti nama menjadi LinkAja (dioperasikan oleh Telkomsel), Go-Pay (dioperasikan oleh Go-Jek) dan OVO (dioperasikan oleh Lippo Group). Sehingga *e-wallet* dianggap sebagai bagian dari *e-money* (Aji et al., 2020).

E-wallet atau dompet digital membuat berbagai keperluan pembayaran seperti belanja online, pembayaran keperluan bulanan seperti listrik, air, internet, dll menjadi lebih praktis dan mudah. Menurut Owee Tan et al., (2020) *e-wallet* atau yang juga disebut sebagai dompet seluler (Mobile Wallet) atau dompet digital, mengacu pada teknologi prabayar online yang digunakan

untuk menyimpan uang dan bertransaksi online melalui *smartphone*, atau disebut transaksi digital. Fenomena meningkatnya jumlah pengguna *e-wallet* terutama pada masa pandemi Covid-19 mengindikasikan bahwa masyarakat telah beradaptasi dengan aplikasi pembayaran

digital sebagai sarana mempermudah kegiatan transaksi harian. Fenomena perubahan tersebut menunjukkan bahwa perilaku dan budaya masyarakat telah terjadi pergeseran dari tunai menjadi non tunai (*cashless society*) (Ardianto & Azizah, 2021). Berdasarkan studi literatur yang dilakukan Rangkuty, (2021) dapat diketahui bahwa pada tahun 2020 nilai transaksi e-commerce di Indonesia semakin meningkat. Selain itu terdapat tiga keuntungan dalam penggunaan E-Wallet diantaranya praktis dan efisien, banyak promo (diskon dan cashback), aman. Sehingga direkomendasikan kepada pemerintah untuk mendukung usaha atau industri kecil dalam negeri yang dapat berperan sebagai e-commerce dalam membantu aktivitas ekonomi di masa pandemi yang mana nantinya metode sistem pembayaran digital e-wallet tetap berjalan baik di desa maupun kota dan pada akhirnya mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi. Lebih lanjut teknologi m-wallet menyediakan platform yang fleksibel, mudah beradaptasi dan ramah bagi penggunaannya (Rana et al., 2022).

Di Indonesia, berdasarkan hasil riset terbaru yang dilakukan InsightAsia bertajuk 'Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook' menunjukkan bahwa dompet digital semakin menjadi metode pembayaran paling yang dipilih masyarakat, dibanding pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset menunjukkan 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka (bi.go.id). Berdasarkan hasil sensus penduduk pada tahun 2020 dapat dilihat bahwa 25,87% masyarakat Indonesia masuk dalam kategori generasi Y atau generasi milenial di mana generasi milenial merupakan generasi yang melek akan teknologi.

Kaum milenial cenderung lebih akrab dengan teknologi informasi, ditambah masyarakat milenial yang semakin "mager" sehingga membutuhkan sebuah sistem yang efisien agar tidak perlu banyak usaha untuk melakukan kegiatan ekonomi. Uang elektronik dan sistem pembayaran non-tunai hadir sebagai solusi atas masalah ini (Kamil, 2020). Selain itu, 86,7% penduduk Indonesia beragama Islam. Mayoritas penduduk yang memeluk agama Islam menuntut manusia untuk lebih selektif dalam memilih kebutuhan hidup sehari-hari yang akan dikonsumsi. Dalam ranah tren global pada saat ini, sektor halal merupakan suatu hal yang sedang hangat dibicarakan terutama dalam masalah *halal lifestyle* sehingga peneliti tertarik untuk melakukan analisis terhadap faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* pada milenial muslim di Kota Salatiga karena Kota Salatiga merupakan Kota paling toleran di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan e-wallet untuk bertransaksi. Peneliti fokus pada penerimaan dan penggunaan e-wallet dengan menggunakan variabel berbasis *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM digunakan untuk menyelidiki bagaimana pengguna menerima dan menggunakan suatu teknologi. Tujuan TAM adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor penentu penerimaan teknologi tertentu. TAM terdiri dari dua variabel independen yang penting yaitu *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEU) (Jawad et al., 2022).

2. METODE

2.1. Pengumpulan data dan metode pengambilan sampel

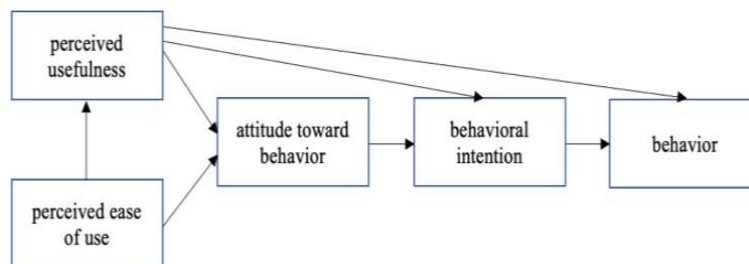
Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer didapatkan dari kuesioner yang ditujukan kepada responden yang dibagikan baik secara online yang disebarluaskan melalui group WhatsApp dan juga sosial media seperti facebook dan juga offline. Populasi dalam penelitian ini adalah

masyarakat muslim di Kota

Salatiga yang berjumlah 156.101. Sample dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dan didapat hasil 100 responden dalam penelitian ini. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria masyarakat muslim yang masuk dalam kategori generasi milenial (usia 24-39 tahun) dan menggunakan atau pernah menggunakan *e-wallet*. *E-wallet* dalam penelitian ini adalah seluruh *e-wallet* non bank berbasis server. Ada beberapa penyedia *e-wallet* non bank berbasis server di Indonesia seperti Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, dll. Penelitian ini menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) untuk analisis data kuantitatif. SEM digunakan karena memungkinkan kami menguji pengukuran dan mengevaluasi hubungan antar variabel yang diteliti secara bersamaan (Istijanto & Handoko, 2022). Skala pengukuran menggunakan *Likert Scale* dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju).

2.2. Theoretical Background

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model penelitian yang dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan (*acceptance*) para pengguna teknologi informasi. TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 yang merupakan hasil pengembangan dari *theory reasoned action* (TRA). Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan (*acceptance*) teknologi informasi yaitu persepsi pengguna tentang manfaat yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi tersebut dan persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi informasi.



Gambar 1. Model TAM

Menurut Ghazali (2020) pengguna teknologi akan memiliki minat menggunakan (*behavior intention*) Ketika mereka merasa teknologi tersebut memberikan manfaat dan juga mudah untuk digunakan. Sedangkan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) akan memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) akan tetapi hal tersebut tidak berlaku sebaliknya. Pengguna akan menggunakan sistem jika bermanfaat baik sistem tersebut mudah digunakan atau sulit digunakan. Sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan jika pemakai merasa bahwa sistem tersebut berguna. Sedangkan sistem yang mudah tetapi tidak memberikan manfaat maka tidak akan digunakan.

2.2. Pengembangan Hipotesis

Pengaruh perceived usefulness terhadap trust

Perceived usefulness lebih berfokus pada apakah pengguna percaya bahwa sistem tersebut dapat bekerja dengan baik dan mempermudah kebutuhan pengguna (Davis, 1989). Ketika

pengguna melihat apakah sistem tersebut akan meningkatkan efisiensinya maka secara positif akan mempengaruhi kepercayaan. Kepercayaan yang dimaksud adalah hal-hal yang dapat diwujudkan dalam hal peningkatan performa atau penambahan fitur. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen mencari teknologi yang lebih cepat, hemat biaya dan waktu untuk transaksi keuangan pribadi mereka sehari-hari (Alam et al., 2021). Hasil penelitian Amin (2014) menunjukkan hasil bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *trust*.

Selanjutnya, semakin tinggi rasa aman yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula kepercayaan (*trust*) pengguna terhadap aplikasi e-wallet. Menurut hasil penelitian Kumar (2018) menemukan bahwa *perceived security* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna aplikasi mobile. Masalah keamanan menjadi relevan karena konsumen diminta untuk memberikan informasi pribadi mereka saat menggunakan m-Payment, sehingga menimbulkan kekhawatiran tentang kemungkinan penyalahgunaan data (Istijanto & Handoko, 2022). Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Perceived security* berpengaruh positif terhadap *trust*

Ease of use memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku dan jika pengguna merasa mobile banking mudah digunakan, maka mereka akan memberikan respon positif. Dengan demikian, *ease of use* telah menjadi penentu utama dalam adopsi berbagai platform teknologi informasi, dan pendapat ini juga berlaku untuk *e-wallet* (Deepak dan Himanshu, 2018). Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Perceived ease to use* berpengaruh positif terhadap *trust*

Pengaruh trust terhadap intention to use

Trust adalah akar dari intention. Intention mengacu pada kesediaan individu untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan produk tersebut adalah inti dari intention itu sendiri. Teo dan Lim (2001) mengemukakan bahwa intention yang dimaksud adalah hubungan yang dibangun atas dasar kepercayaan. Pengguna yang memiliki komitmen untuk terus menggunakan sebuah teknologi informasi juga menjadi indikator utama bahwa pengguna memiliki minat (intention) untuk melakukan pembelian dan bahkan melakukan transaksi berulang di masa depan dan pelanggan akan terus menggunakan produk tertentu atas dasar konsep kepercayaan ini. Trust telah terbukti berpengaruh secara positif terhadap *intention* atau niat untuk melakukan transaksi online. Niat untuk menggunakan mengacu pada niat penggunaan yang efektif oleh konsumen pada produk atau layanan baru (Venkatesh et al., 2003). Model TAM memandang sikap konsumen sebagai faktor penting dalam niat menggunakan produk. Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet*

Pengaruh perceived usefulness terhadap intention to use

Davis, (1989) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan adanya suatu teknologi informasi maka akan meningkatkan performa transaksi

pengguna. Moon & Kim (2001) menjelaskan bahwa pengguna menganggap teknologi dapat dikatakan bermanfaat jika kinerja pekerjaan mereka efisien dan mereka bisa mendapatkan manfaat di masa depan. Menurut teori difusi, tujuh orang pengguna hanya mau menerima sebuah inovasi jika inovasi tersebut memiliki keunggulan yang unik dibandingkan dengan sistem yang sudah ada

(Rogers 1995). Hasil penelitian (Musyaffi et al., 2021) menunjukkan bahwa ketika konsumen yakin bahwa sistem pembayaran digital memudahkan mereka melakukan transaksi online, kemungkinan besar mereka akan meningkatkan frekuensi penggunaannya. Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet*

Pengaruh perceived security terhadap intention to use

Menggunakan aplikasi *e-wallet* sebagai pertukaran daripada menggunakan uang sungguhan memerlukan kepercayaan terhadap sistem. Pengguna memang dapat mempercayakan transaksi uang mereka melalui penyedia layanan pembayaran seluler dan jaringan karena transfer terhubung dengan aman ke rekening bank mereka (Abdul-Halim et al., 2022). *Perceived security* sebagai rasa aman yang pengguna bahwa data pribadinya tidak akan dilihat, disimpan, atau disalahgunakan oleh pengguna lain yang tidak sah, maupun oleh provider jasa pembayaran online ketika melakukan transaksi pembayaran. Pada platform *e-commerce* dan studi kasus belanja online, keamanan (*security*) adalah penentu rasa kepercayaan (*trust*) yang berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

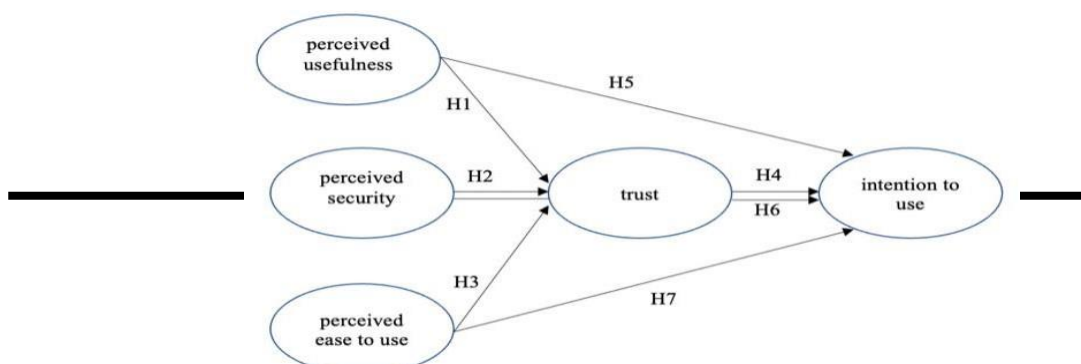
H6: *Perceived security* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet*

Pengaruh perceived ease to use terhadap intention to use

Intensitas penggunaan teknologi informasi yang tinggi dan dengan adanya interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah untuk digunakan. Sistem yang sering digunakan dapat membuktikan bahwa sistem tersebut mudah dipahami (Adams, Nelson, dan Todd, 1992). Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: *Perceived ease to use* berpengaruh positif terhadap *intention to use e-wallet*.

Kerangka konseptual dapat ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Konseptual

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Awalnya, model dievaluasi untuk analisis validitas konvergen dengan bantuan faktor pemuatan, *Average Variance Extracted* (AVE) dan *composite reliability* (CR). Hasil Algoritma

PLS harus menunjukkan semua nilai item lebih tinggi dari 0,70 dan semua nilai AVE lebih tinggi dari 0,50 (Hair et al., 2010).

Tabel 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
trust	0.726	0.749	0.845	0.647
perceived usefulness	0.884	0.886	0.915	0.684
perceived security	0.922	0.929	0.941	0.762
perceived ease to use	0.825	0.827	0.896	0.742
intention to use	0.884	0.887	0.928	0.811

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas, dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas dan validitas menunjukkan semua variabel memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,70 dan Average Variance Extracted (AVE) > 0,50. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel memenuhi kriteria dan pengujian konsistensi internal telah terpenuhi.

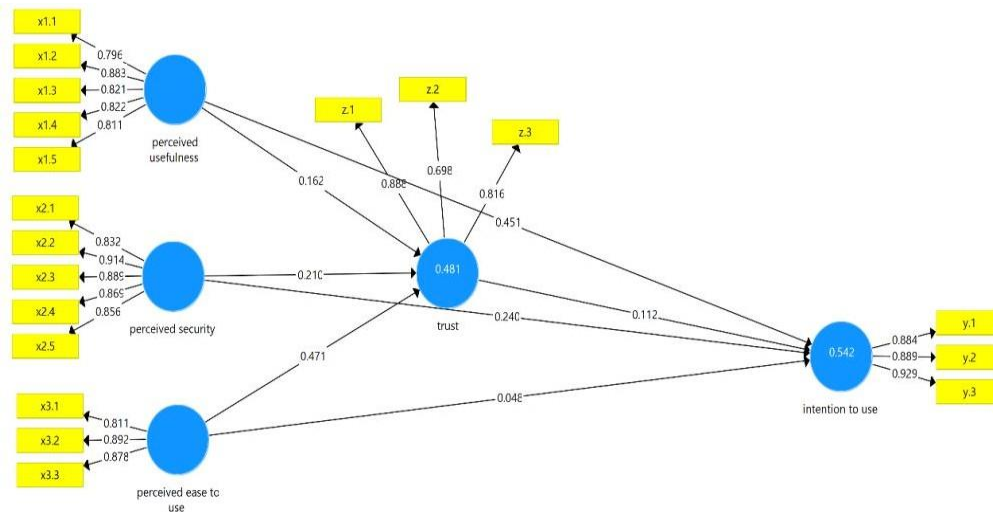
Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
<i>perceived usefulness -> trust</i>	0.162	0.178	0.104	1.555	0.060
<i>perceived security -> trust</i>	0.210	0.198	0.15	1.404	0.080
<i>perceived ease to use -> trust</i>	0.471	0.467	0.123	3.83	0.000
<i>trust -> intention to use</i>	0.112	0.128	0.123	0.905	0.183

<i>perceived usefulness -> intention to use</i>	0.451	0.435	0.145	3.119	0.001
<i>perceived security -> intention to use</i>	0.240	0.245	0.127	1.883	0.030
<i>perceived ease to use -> intention to use</i>	0.048	0.041	0.099	0.481	0.315

Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya:

- Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *trust* yang ditandai dengan nilai koefisien sebesar 0.162, dengan nilai *p-values* pada penelitian ini sebesar $0.060 > 0.05$, sehingga dapat dikatakan bahwa H1 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived ease to use* (X1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *trust*.
- Perceived security* berpengaruh positif terhadap *trust* yang ditandai dengan nilai koefisien sebesar 0.210, dengan nilai *p-values* pada penelitian ini sebesar $0.080 > 0.05$, sehingga dapat dikatakan bahwa H2 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *trust*.
- Perceived ease to use* berpengaruh positif terhadap *trust* yang ditandai dengan nilai koefisien sebesar 0.471, dengan nilai *p-values* pada penelitian ini sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat dikatakan bahwa H3 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *Perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*.
- Trust* berpengaruh positif terhadap *intention to use* yang ditandai dengan nilai koefisien sebesar 0.112, dengan nilai *p-values* pada penelitian ini sebesar $0.183 > 0.05$, sehingga dapat dikatakan bahwa H4 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa *trust* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *intention to use*.
- Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use* yang ditandai dengan nilai koefisien sebesar 0.451, dengan nilai *p-values* pada penelitian ini sebesar $0.001 < 0.05$, sehingga dapat dikatakan bahwa H5 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.
- Perceived security* berpengaruh positif terhadap *intention to use* yang ditandai dengan nilai koefisien sebesar 0.240, dengan nilai *p-values* pada penelitian ini sebesar $0.030 < 0.05$, sehingga dapat dikatakan bahwa H6 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.
- Perceived ease to use* berpengaruh positif terhadap *intention to use* yang ditandai dengan nilai koefisien sebesar 0.048, dengan nilai *p-values* pada penelitian ini sebesar $0.315 > 0.05$, sehingga dapat dikatakan bahwa H7 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *intention to use*. Dari keseluruhan penjelasan di atas dapat dibuat kerangka model sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Mediasi

Perceived usefulness tidak berpengaruh terhadap *trust*. Secara umum, responden menganggap penggunaan *e-wallet* tidak memberikan banyak manfaat karena mereka merasa penggunaan *e-wallet* tidak memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Hal tersebut membuat mereka melihat apakah sistem tersebut akan meningkatkan efisiensinya maka secara positif tidak mempengaruhi kepercayaan generasi muslim milenial di Kota Salatiga dalam menggunakan *e-wallet*. Selain itu, penggunaan *e-wallet* yang dapat dikatakan sebagai hal baru sehingga menyebabkan faktor *security* menjadi yang paling dipertimbangkan dan dibandingkan. Akibatnya, pengguna *e-wallet* cenderung untuk tidak menempatkan dana dalam jumlah besar ke dalam aplikasi dan biasanya hanya menggunakan aplikasi ini bila ada potongan harga maupun keuntungan lain yang diberikan.

Perceived ease to use berpengaruh positif terhadap *trust*. Persepsi kemudahan kegunaan merupakan tingkat kepercayaan pengguna teknologi bahwa teknologi tersebut akan mudah digunakan. Sehingga jika teknologi mudah digunakan maka akan digunakan dan jika teknologi sulit untuk digunakan maka tidak akan digunakan. *Trust* adalah akar dari *intention*. *Intention* mengacu pada kesediaan individu untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan produk tersebut adalah inti dari *intention* itu sendiri. Teo dan Lim (2001) mengemukakan bahwa *intention* yang dimaksud adalah hubungan yang dibangun atas dasar kepercayaan. Sehingga dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa generasi muslim milenial memiliki evaluasi negatif pada kepercayaan mereka menggunakan *e-wallet* karena mereka masih merasa khawatir atas keamanan dan kerahasiaan data yang mereka berikan kepada provider yang dapat disalahgunakan. Provider atau penyedia jasa *e-wallet* sebaiknya mampu lebih meyakinkan masyarakat agar mereka semakin tertarik untuk menggunakan *e-wallet*.

Perceived usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. *Perceived ease to use* tidak berpengaruh terhadap *intention to use*. Secara umum, responden menganggap penggunaan *e-wallet* tidak memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Sehingga responden menganggap bahwa sistem yang mereka gunakan tidak dapat membuktikan bahwa sistem tersebut mudah dipahami. Hasil penelitian (Abdul-Halim et al., 2022) yang dilakukan di Malaysia menunjukkan bahwa ketika semakin banyak pengguna yang mulai merasa puas dengan *e-wallet*, tingkat adopsi *e-wallet* dapat meningkat.

Perceived usefulness memang mempengaruhi kepuasan dan keputusan untuk menggunakan e-wallet dengan cara semakin tinggi *perceived usefulness* aplikasi e-wallet, semakin banyak jumlah pengguna yang terus menggunakan aplikasi tersebut berdasarkan sikap dan niat mereka. Jika konsumen merasa bahwa metode pembayaran digital dapat menawarkan beberapa manfaat (seperti efisiensi, efektivitas, dan kecepatan layanan), mereka akan memiliki sikap yang lebih positif terhadap penerapannya (Davis, 1989; Istijanto & Handoko, 2022; Musyaffi et al., 2021).

Perceived security berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. *Perceived security* sebagai rasa aman yang pengguna bahwa data pribadinya tidak akan dilihat, disimpan, atau disalahgunakan oleh pengguna lain yang tidak sah, maupun oleh provider jasa pembayaran online ketika melakukan transaksi pembayaran. Pada platform *e-commerce* dan studi kasus belanja online, keamanan (*security*) adalah penentu rasa kepercayaan (*trust*) yang berpengaruh secara signifikan. E-wallet menyimpan sejumlah uang seperti rekening bank. Kepercayaan berhubungan dengan rasa aman pengguna terhadap sistem dan sangat penting untuk sistem pembayaran digital (Qasim & Abu-Shanab, 2016). Konsumen akan menafsirkan tingkat keamanan berdasarkan tindakan penyedia layanan untuk melindungi informasi keuangan dan pribadi dari segala kemungkinan pelanggaran selama dan setelah proses transaksi. Jika konsumen merasa bahwa kebijakan penyediaan mengenai masalah privasi efektif, mereka akan lebih percaya diri terhadap keamanan, sehingga meningkatkan kemauan mereka untuk menginstal dan menggunakan aplikasi (Balapour et al., 2020).

4. KESIMPULAN DAN SARAN Kesimpulan

Fenomena *cashless* sudah cukup familiar bagi para responden di mana pada bagian pertanyaan terbuka menunjukkan bahwa responden sering menggunakan sistem pembayaran non tunai yang dibuktikan dengan frekuensi transaksi yang cukup sering dilakukan responden untuk melakukan pembayaran dengan *e-wallet*. Selain itu mayoritas responden juga memiliki lebih dari satu aplikasi *e-wallet* yang sering digunakan dalam transaksi. Dari hasil penelitian ini, variabel *perceived ease to use* terbukti memberikan hasil yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan hal ini menunjukkan bahwa masyarakat akan lebih mudah percaya pada suatu sistem atau aplikasi yang mudah digunakan. Kemudahan penggunaan menjadikan pertimbangan responden dalam memilih dan percaya pada suatu aplikasi *e-wallet*.

Selain itu niat menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan *perceived security*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* dan *perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* yang artinya bahwa responden memiliki niat untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* jika aplikasi tersebut memberikan manfaat dan memiliki keamanan yang baik. Hal ini sejalan dengan teori TAM yang menunjukkan bahwa suatu sistem akan digunakan oleh masyarakat jika sistem tersebut memberikan manfaat dan mudah untuk digunakan.

Saran

Penelitian ini terbatas hanya mencakup wilayah yang sangat terbatas sehingga pada penelitian mendatang dapat menggunakan objek penelitian yang lebih beragam dan juga wilayah penelitian yang lebih luas. Penelitian mendatang juga dapat menambahkan variabel kontrol seperti jenis kelamin, status, pekerjaan dan pendapatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul-Halim, N. A., Vafaei-Zadeh, A., Hanifah, H., Teoh, A. P., & Nawaser, K. (2022). Understanding the determinants of e-wallet continuance usage intention in Malaysia. *Quality and Quantity*, 56(5), 3413–3439. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01276-7>
- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge aboutriba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1180– 1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Alam, M. M., Awawdeh, A. E., & Muhamad, A. I. Bin. (2021). Using e-wallet for business process development: challenges and prospects in Malaysia. *Business Process Management Journal*, 27(4), 1142–1162. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-11-2020-0528>
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Balapour, A., Nikkhah, H. R., & Sabherwal, R. (2020). Mobile application security: Role of perceived privacy as the predictor of security perceptions. *International Journal of Information Management*, 52. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102063>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Hair, J. F., Black Barry J Babin, W. C., & Anderson, R. E. (2010). *Overview of Multivariate Methods*.
- Istijanto, & Handoko, I. (2022). Customers' continuance usage of mobile payment during the COVID-19 pandemic. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 26(3), 345–362. <https://doi.org/10.1108/SJME-02-2022-0016>
- Jawad, A. I., Parvin, T., & Hosain, M. S. (2022). Intention to adopt mobile-based online payment platforms in three Asian countries: an application of the extended Technology Acceptance Model. *Journal of Contemporary Marketing Science*, 5(1), 92–113. <https://doi.org/10.1108/jcmars-08-2021-0030>
- Kamil, I. (2020). *Pengaruh Kemampuan Financial, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Perilaku Sistem Penggunaan Financial Technology*. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/al-mal>
- Latief, F., Dirwan, & Idris, M. (2021). *Determinanminat Penggunaane-Wallet Shopeepay*. 5(3), 157–166. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/09>
- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2020). Cashless dan Cardless sebagai Perilaku Transaksi di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoritis dan Empiris. *Co-Management*, 3(2), 533–542.
- Musyaffi, A. M., Agustin Pratama Sari, D., Respati, D. K., Michael MUSYAFFI, A., Agustin Pratama SARI, D., & Kismayanti RESPATI, D. (2021). Understanding of Digital Payment Usage During COVID-19 Pandemic: A Study of UTAUT Extension Model

- in Indonesia. *Journal of Asian Finance*, 8(6), 475–0482. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0475>
- Owee Tan, K., Yew Lim, K., Saiful Izwaan Saadon, M., Owee Kowang, T., binti Abdul Aziz, F., Choon Hee, O., Chin Fei, G., Kim Yew, L., Saiful Izwaan Bin Saadon, M., & Sang Long, C. (2020). *E-Wallet Acceptance among Undergraduates in Malaysia Financial Sustainability View project UTAUT2 on postnatal services industry View project E-Wallet Acceptance among Undergraduates in Malaysia*. <https://www.researchgate.net/publication/341895171>
- Qasim, A., & Abu-Shanab, E. (2016). Drivers of mobile payment acceptance: The impact of network externalities. *Information Systems Frontiers*, 18(5), 1021–1034. <https://doi.org/10.1007/s10796-015-9598-6>
- Rana, N. P., Luthra, S., & Rao, H. R. (2022). Assessing challenges to the mobile wallet usage in India: an interpretive structural modelling approach. *Information Technology and People*. <https://doi.org/10.1108/ITP-07-2021-0535>
- Rangkuty, D. M. (2021). PROSIDING Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkatkan di Indonesia? *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*, 01(01), 251–260.
- Shekhar, S., Manoharan, B., & Rakshit, K. (2020). Going cashless: Change in institutional logic and consumption practices in the face of institutional disruption. *Journal of Business Research*, 114, 60–79. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.010>
- Singh, A. K., & Sharma, P. (2022). A study of Indian Gen X and Millennials consumers' intention to use FinTech payment services during COVID-19 pandemic. *Journal of Modelling in Management*. <https://doi.org/10.1108/JM2-02-2022-0059>
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. In *Quarterly* (Vol. 27, Issue 3).

PENGARUH KERJASAMA TIM DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA ANGGOTA SATPOL PP KABUPATEN DEMAK

Kama Pangestu¹, M. Syakir Athoillah², Fitria Rohmatika³, Ratih Pratiwi⁴, Mochamad Purnomo⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wahid Hasyim

Jl. Menoreh Tengah X No. 22, Sampangan, Gajahmungkur, Semarang

e-mail: ¹kamapangestu17@gmail.com, ²22101011161@student.unwahas.ac.id,

³vytriarf.16@gmail.com, ⁴rara@unwahas.ac.id, ⁵purnomo@unwahas.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kerjasama tim dan komunikasi terhadap kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi dan angket. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 65 responden. Metode penelitian dengan menggunakan kuantitatif, teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, baru kemudian diolah menggunakan SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa kerjasama tim mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja, komunikasi juga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila kerjasama tim dan komunikasi yang dilakukan satuan polisi pamong praja baik, maka akan mempengaruhi peningkatan kinerja.

Kata kunci: kerja sama tim, komunikasi, dan kinerja

Abstract

The purpose of this research is to determine the effect of teamwork and communication on the performance of members of the Demak Regency Civil Service Police Unit. Research data was obtained through documentation and questionnaires. The sample used in the research was 65 respondents. The research method uses quantitative, data analysis techniques using multiple linear regression, then processed using SPSS. The results of the analysis show that teamwork has a positive and significant influence on performance, communication also has a positive and significant influence on performance. This can be interpreted as meaning that if the teamwork and communication carried out by the civil service police unit is good, it will influence performance improvement.

Keywords: team work, communication, and performance

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fungsi sumber daya manusia tidak mungkin dipisahkan dari efektivitas suatu organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sumber daya manusia bukan sekedar tujuan yang ingin dicapai; mereka juga merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi. Komponen terpenting setiap bisnis adalah sumber daya manusianya (Wirawan, 2009). Karena mereka mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi efektivitas dan efisiensi operasional organisasi, sumber daya manusia sangatlah penting (Simamora, 2006). Baik dalam organisasi pemerintah maupun komersial, sumber daya manusia sangat penting bagi keberhasilan organisasi.

Satpol PP atau Satuan Polisi Pamong Praja adalah perangkat daerah yang dirancang untuk menegakkan Peraturan Daerah dan Peraturan Kepala Daerah, memelihara ketertiban dan ketentraman masyarakat, serta menjamin keselamatan masyarakat. Selanjutnya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah menjadi landasan peraturan perundang-undangan dalam mengendalikan keberadaan Satuan Polisi Pamong Praja. Namun pada tahun 2010, pemerintah memulai proses penyusunan Peraturan Pemerintah baru yang mengatur tentang peran dan fasilitas Satuan Polisi Pamong Praja. Kewenangan Satpol PP tertuang dalam PP Nomor 6 Tahun 2010 untuk “melakukan tindakan disiplin non-yudisial terhadap anggota masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang melanggar peraturan daerah dan/atau peraturan kepala daerah”.

Berdasarkan wawancara dengan berbagai Satuan Polisi Pamong Praja, ditemukan bahwa penegakan peraturan daerah menghadapi banyak tantangan di lapangan. Hal ini antara lain tidak adanya sosialisasi peraturan perundang-undangan kepada masyarakat, sehingga masyarakat merasa salah informasi dan patah semangat untuk melanggar peraturan perundang-undangan sehingga berujung pada penolakan. Permasalahan kedua yang diidentifikasi di lokasi penelitian adalah kurangnya kerjasama antar peserta, yang menyebabkan penyampaian informasi tentang pelanggaran termasuk alkohol, perjudian, parkir ilegal, dan masalah lain yang tidak seharusnya disampaikan ke wilayah yang akan ditindaklanjuti. Selesai. Kebocoran informasi ini membuat pengelolaan operasional menjadi kurang efektif. Selain faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya, komunikasi yang efektif antar anggota Satuan Polisi Pamong Praja sangat menentukan keberhasilan satuan tersebut karena dapat menumbuhkan sinergi dengan pihak lain dan memungkinkan terjadinya komunikasi yang baik antara anggota dan pimpinan satuan. Jika tidak, mungkin ada pendekatan implementasi yang lebih lancar. Tindakan yang berkaitan dengan tanggung jawab dan peran Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak.

Judul penelitian “Pengaruh Kerja Sama Tim dan Komunikasi Terhadap Kinerja Anggota Satpol PP Kabupaten Demak” masuk akal jika melihat informasi di atas.

B. Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut, dengan memperhatikan identifikasi masalah tersebut di atas:

1. Bagaimana pengaruh kerjasama terhadap kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak?
2. Apa pengaruh komunikasi terhadap kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak?
3. Bagaimana kinerja personel Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak dalam hal kolaborasi dan komunikasi terkoordinasi?
4. Faktor manakah yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap kinerja aparat

Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak?

C. Tujuan Penelitian

Berikut tujuan penelitian berdasarkan definisi masalah yang disampaikan di atas:

1. Untuk mengkaji dan menjelaskan bagaimana kolaborasi mempengaruhi kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak.
2. Untuk mengkaji dan menjelaskan bagaimana komunikasi mempengaruhi kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak.
3. Untuk mengkaji dan menjelaskan bagaimana fungsi personel Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak dalam kaitannya dengan kolaborasi dan komunikasi kooperatif.
4. Untuk mengkaji dan menjelaskan faktor-faktor yang paling signifikan mempengaruhi kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak.

D. Kajian Pustaka

Kinerja Anggota

Sesuai Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara/ASN, Kinerja Anggota merupakan penilaian terhadap prestasi kerja ASN yang dilakukan untuk menjamin netralitas pembinaan ASN. Hal ini didasarkan pada sistem prestasi kerja dan sistem karier, yang menekankan pada sistem prestasi kerja. Kinerja ASN dipisahkan menjadi dua komponen, sesuai Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara/ASN Pasal 75. Aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sasaran Kinerja Anggota / ASN

Rencana kerja tahunan lembaga tempat ASN ditugaskan menggunakan rencana kerja dan tujuan yang telah dicapai ASN sebagai pedoman. Penilaian kinerja Satuan Polisi Pamong Praja mengikuti pedoman yang sama dengan penilaian ASN pada umumnya: Penyusunan Sasaran Kerja Anggota (SKP) merupakan keharusan bagi seluruh ASN. Kinerja dan perilaku kerja ASN terkait dengan tingkat kinerja ASN dievaluasi menggunakan SKP. Dengan mempertimbangkan 60% SKP dan 40% perilaku kerja ASN, hal ini bertujuan untuk mengetahui outcome kinerja ASN yang dapat ditentukan melalui proses evaluasi kedua aspek tersebut (Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2011).

2. Perilaku Anggota

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara/ASN mendefinisikan perilaku anggota sebagai segala tingkah laku, sikap, atau tindakan pegawai negeri sipil atau kegagalannya dalam melakukan sesuatu yang diwajibkan kepadanya sesuai dengan norma peraturan perundang-undangan.

Dalam pembentukan ASN, faktor-faktor seperti pengangkatan, kenaikan pangkat, penugasan suatu jabatan, pendidikan dan pelatihan, serta penghargaan diperhitungkan berdasarkan hasil evaluasi jabatan. Diperlukan evaluasi yang sebenarnya terhadap pekerjaan atau perilaku anggota, dan penilaian tersebut harus dikaitkan dengan pekerjaan.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kinerja seseorang di bidang SDM ditentukan oleh kualitas dan jumlah pekerjaan yang dilakukannya dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan tugas yang diberikan kepadanya secara mandiri dan dalam waktu yang telah ditentukan.

Kerja Sama Tim

Kelompok kerja dan tim kerja bukanlah hal yang sama. Kelompok kerja

merupakan kumpulan orang-orang yang sebagian besar berkomunikasi untuk bertukar informasi dan mengambil keputusan yang mendukung setiap anggota dalam melaksanakan tugas yang diberikan. Sebaliknya, tim kerja terdiri dari individu-individu yang upaya gabungannya menghasilkan kinerja lebih besar dibandingkan jika dilakukan secara individu. Kerja sama tim merupakan sinergi positif melalui upaya terkoordinasi, menurut Robbins (2011). Ketika sebuah tim bekerja sama, mereka akan bekerja lebih baik dibandingkan jika seorang anggota bekerja sendiri. Sedangkan menurut Heymann, kerjasama tim adalah proses bagaimana individu bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan. Hal serupa juga disampaikan oleh Haris & Haris (2016) bahwa tim mempunyai tujuan yang sama, dimana anggota tim dapat tumbuh secara efektif dan mempunyai interaksi timbal balik untuk mencapai tujuan tim.

Dimensi Kerja sama Tim

Berikut dimensi kolaborasi menurut definisi Robins (2011):

- a. Akuntabilitas bersama untuk menyelesaikan tugas; dengan kata lain, kolaborasi yang kuat dapat dipupuk dengan memberikan akuntabilitas.
- b. Saling berkontribusi, yang menyatakan bahwa kerjasama akan timbul apabila masyarakat saling memberikan pikiran dan tenaganya.
- c. Mobilisasi kemampuan yang maksimal: Kolaborasi yang lebih kuat dan berkualitas tinggi dihasilkan dari pemanfaatan potensi penuh setiap anggota tim.

Komunikasi

Kata Latin *communicatio*, yang berasal dari kata komunis yang memiliki arti yang sama, adalah asal mula kata "komunikasi". Di sini yang dimaksud dengan "sama" mempunyai arti yang sama, maka komunikasi dapat terjadi apabila pesan yang dikirimkan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan mempunyai makna yang sama. Menurut Hovland, komunikasi adalah metode yang digunakan seseorang untuk menyampaikan isyarat-isyarat yang mempengaruhi perilaku orang lain (Mulyana 2010).

Dimensi dan Indikator Dalam Mengukur Kemampuan Komunikasi

Hutapea dan Nurianna (2012) mencantumkan hal-hal berikut sebagai dimensi dan indikator keterampilan komunikasi:

1. Pengetahuan, yang meliputi:
 - a. Memiliki dan memahami pengetahuan yang relevan dengan tugas dan kewajiban pekerjaan di bidangnya.
 - b. Memiliki pengetahuan tentang kebijakan dan prosedur terkini yang diterapkan oleh organisasi.
2. Kompetensi yang meliputi:
 - a. Komunikasi tertulis yang efektif;
 - b. Komunikasi suara yang jelas.
3. Sikap, terdiri dari:
 - a. Memiliki kapasitas kreativitas di tempat kerja.
 - b. Tingkat gairah kerja tinggi.

E. Penelitian Sebelumnya

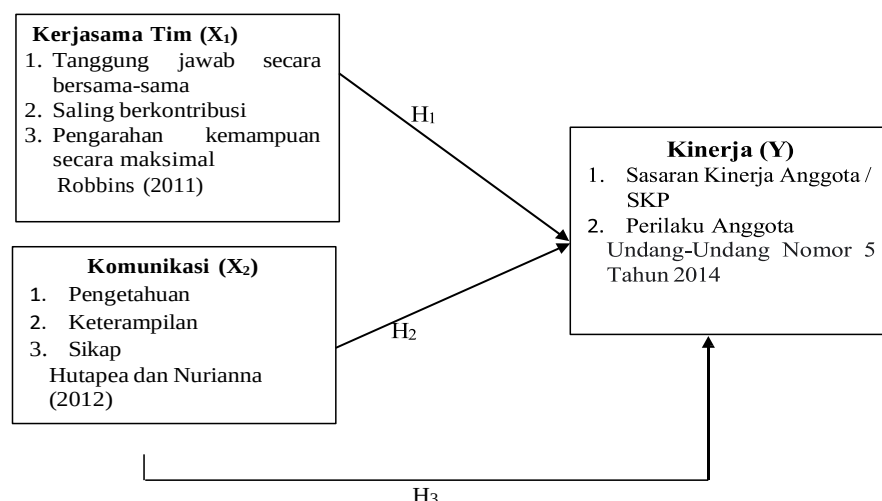
Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya Yang Relevan

No	Judul/Peneliti/Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil
1.	Pengaruh Komunikasi Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada Kantor Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol Pp) Kota Samarinda/Dewi Riya Permani/2021	Komunikasi dan efektivitas kerja	Regresi linier sederhana	Hubungan yang positif antara variabel komunikasi pimpinan terhadap variabel efektivitas kerja pegawai Satpol PP Kota Samarinda, dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin baik komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan maka semakin baik pula efektivitas kerja pegawai Satpol PP Kota Samarinda.
2.	Pengaruh Komunikasi Dan Sikap Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang	Komunikasi, sikap kerja dan prestasi kerja	Regresi linier berganda	Temuan penelitian menunjukkan bahwa kinerja PT dipengaruhi secara signifikan, baik secara parsial maupun bersamaan, oleh dua

	Manado/ Christian P. Matasik, Adolfina Adolfina, Genita G. Lumintang/ 2017			variabel independen— komunikasi dan sikap kerja. Kantor Cabang BNI Manado. Manajemen perusahaan telah disarankan untuk fokus pada pentingnya komunikasi staf dan sikap kerja untuk meningkatkan produktivitas pekerja.
3.	Ika widiastruti 2018, Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Anggota Di Dinas Pendidikan Kota Bandung	Kepemim pinan dan kinerja	Regresi linier sederhana	Penelitian Menunjukkan bahwa kepemimpinan dan kinerja anggota mempunyai keterkaitan yang sangat kuat dan bergerak ke arah yang sama.
4.	Pengaruh Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sinarmas Multifinance Cabang Pekanbaru/Loufy Silviana Lubis/2021	Kerjasam a tim dan kinerja	Deskriptif kuantitati f	Kerjasama tim dalam kategori setuju kemudian dari variable kinerja karyawan dalam kategori baik. Terdapat pengaruh signifikan Kerjasama tim terhadap variable kinerja karyawan PT. Sinarmas Multifinance Cabang Pekanbaru.

F. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mencoba untuk menunjukkan dampak kolaborasi dan komunikasi terhadap efektivitas Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak dengan mengkaji latar belakang informasi yang telah diberikan.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

Berikut hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini:

- a. Kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak diyakini dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kolaborasi.
- b. Komunikasi efektif diyakini berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak.
- c. Kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak diyakini dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh upaya gabungan dalam kolaborasi dan komunikasi.
- d. Faktor utama yang mempengaruhi baik tidaknya fungsi personel Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak diyakini adalah komunikasi.

2. METODE

A Jenis/Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, teknik model yang digunakan adalah kuantitatif. Penyelidikan ilmiah yang sistematis terhadap komponen dan peristiwa, serta interaksinya, dikenal sebagai penelitian kuantitatif. Penciptaan dan penerapan teori, model, dan/atau hipotesis matematika yang berkaitan dengan peristiwa alam merupakan tujuan penelitian kuantitatif.

B. Subjek/Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan di kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak di Jalan Kyai Jebat Bintoro Demak ini mencoba untuk mengetahui dampak kolaborasi dan komunikasi terhadap kinerja anggota satuan tersebut. Penelitian dilakukan pada tahun 2021 antara bulan Februari hingga Juli.

C. Teknik Pengumpulan Data

Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data primer meliputi tanggapan responden terhadap karakteristik kerjasama tim, komunikasi, dan kinerja petugas Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak.

b. Data Sekunder

Informasi yang meliputi jumlah personel Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak, struktur organisasi, uraian jabatan, dan lain-lain, dikumpulkan dari majalah, laporan instansi terkait, dan karya-karya terbitan sebelumnya.

Metode Pengumpulan Data

Metode berikut digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini:

a. Studi Pustaka

Data sekunder seperti jumlah personel Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak, pedoman instansi, dan informasi lainnya diperoleh dengan menggunakan metode ini.

b. Observasi

Aktivitas anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak menjadi objek observasi yang dilakukan dalam penelitian ini.

c. Sebuah kuesioner

Menurut Sugiyono (2013), kuesioner terdiri dari pernyataan dan evaluasi pernyataan tersebut dengan skala Likert 1 sampai 5. Respons yang diberikan responden bersifat terbuka dan diperbolehkan mencerminkan pengalaman,

perasaan, dan tindakannya tanpa adanya pihak luar. gangguan. Dengan menggunakan skala Likert dan kriteria berikut, berikan poin pada pernyataan.

- i. Nilai Pernyataan Sangat Tidak Setuju (STS) adalah 1.
- ii. Nilai Pernyataan Tidak Setuju (TS) adalah 2.
- iii. Nilai Pernyataan Cukup Setuju (CS) adalah 3.
- iv. Nilai Pernyataan Setuju (S) adalah 4.
- v. Nilai Pernyataan Sangat Setuju (SS) adalah 5.

Selanjutnya, informasi yang diperoleh dari tanggapan responden disusun dan dijadikan data utama (tabulasi) dalam sebuah tabel. Aplikasi statistik SPSS untuk Windows Ver. 23.0 digunakan untuk mengolah data primer yang dikumpulkan.

D. Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Ukuran tingkat validitas suatu instrumen disebut validitas. Tingkat validitas yang tinggi menjadi ciri suatu instrumen valid. Apabila dapat memaparkan secara akurat data dari variabel yang diteliti, maka dianggap sah. Untuk menilai validitas kuesioner pada tingkat signifikan 5% berlaku perhitungan koefisien korelasi product moment berikut (Arikunto, 2010):

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(n\sum x^2 - (\sum x)^2) - (n\sum y^2 - (\sum y)^2)\}}}$$

Gambar 2.1 Rumus Koefisien Korelasi

Proses perhitungan dikerjakan dengan menggunakan sarana bantu komputer dengan program SPSS Ver 23.0 for Windows.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan suatu teknik yang digunakan untuk menunjukkan seberapa konsisten suatu alat ukur bila sering digunakan dalam berbagai kesempatan. Suatu alat pengukur semakin mantap dalam mengukur suatu gejala, semakin tinggi reliabilitasnya; sebaliknya semakin tidak stabil suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala maka semakin rendah reliabilitasnya (Arikunto, 2010).

Reliabilitas penelitian ini dinilai dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach's*, yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{K}{k - 1} \cdot 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2}$$

Gambar 2.2 Rumus *Alpha Cronbach's*

Selanjutnya penetapan harga indeks reliabilitas dari *Alpha Cronbach's* harus diinterpretasikan sebagai berikut: "Jika nilai r paling sedikit 0,60 (atau mencapai 0,60), maka harga indeks reliabilitas yang terstandarisasi paling sedikit harus mencapai (r ≤ 0,60)." Hal ini dianggap memiliki ketergantungan yang sangat baik jika α setidaknya 0,85, bahkan jika r = 0,90."

Analisis regresi berganda

Untuk meramalkan nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai faktor independen yang diketahui, analisis regresi digunakan untuk menguji bagaimana suatu

variabel terikat bergantung pada satu atau lebih variabel independen.

Pendekatan analisis statistik digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data. Dua pendekatan analisis regresi prediktor digunakan dalam metode statistik untuk menilai ide penelitian.

Dimana:

$$Y = F(X_1, X_2)$$

Y = kinerja anggota
X₁ = kerjasama tim
X₂ = komunikasi

Setelah pengolahan data dengan SPSS Ver 23.0 for Windows, persamaan yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = kinerja anggota
 α = konstanta
 $\beta_{1,2}$ = koefisien variabel bebas
X₁ = kerjasama tim
X₂ = komunikasi

Uji Model

1. Uji F (Anova Test)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen yaitu kerjasama tim dan komunikasi terhadap variabel dependen kinerja anggota secara bersamaan atau simultan. Proses pembuktian sesuatu melibatkan perbandingan nilai F hitung yang terdapat pada tabel Analisis Varians dengan nilai F krusial (F tabel).

2. Uji Koefisien Determinasi (uji R²)

Untuk mengetahui seberapa besar persentase faktor kolaborasi dan komunikasi terhadap kinerja anggota dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Kisaran nilai koefisien determinasi adalah nol sampai satu. Jika *Adjusted R Square* (R²) yang diperoleh dari hasil komputasi menunjukkan adanya peningkatan ukuran yang menunjukkan pendekatan mendekati satu, maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen semakin meningkat sehingga menunjukkan perlunya model yang lebih besar. menjelaskan variabel terikat. Sebaliknya, jika *Adjusted R Square* (R²) menunjukkan tren menurun, maka kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen semakin menurun.

Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini diajukan hipotesis untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Uji t, uji f, dan uji standar koefisien beta digunakan sebagian untuk menilai strategi pengujian hipotesis yang disarankan.

1. Uji t, atau uji hipotesis parsial

Besarnya signifikansi pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan menggunakan uji t. Dengan membandingkan t hitung dan t

tabel maka dilakukan pengujian (Santoso Slamet, 2013). Variabel independen mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ ($\alpha : 5\%$).

2. Uji F, atau uji hipotesis simultan

Uji F mengukur sejauh mana seluruh variabel independen yaitu kerja sama tim dan komunikasi memiliki dampak terhadap variabel dependen yaitu kinerja anggota, secara bersamaan. Proses pembuktian sesuatu melibatkan perbandingan nilai F hitung yang terdapat pada tabel Analisis Varians dengan nilai F krusial (F_{tabel}).

3. Uji Standar Koefisien Beta

Menemukan variabel independen yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel dependen merupakan tujuan dari uji koefisien beta standar. Variabel independen yang memiliki derajat signifikansi tertinggi, yaitu variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel dependen, akan dihasilkan oleh koefisien yang diperoleh dari regresi linier ternormalisasi (Ghozali, 2012).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Dengan tingkat validitas yang cukup besar ($\alpha = 5\%$), temuan uji validitas penelitian ini dicapai dengan menggunakan pengolahan data SPSS Ver 20.0 for Windows. Lihat tabel berikut untuk lebih jelasnya:

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
(Y)	1	0.555	0.202	Valid
	2	0.599	0.202	Valid
	3	0.671	0.202	Valid
	4	0.621	0.202	Valid
	5	0.513	0.202	Valid
	6	0.620	0.202	Valid
	7	0.832	0.202	Valid
	8	0.688	0.202	Valid
	9	0.701	0.202	Valid
	10	0.812	0.202	Valid
	11	0.466	0.202	Valid
	12	0.518	0.202	Valid
	13	0.607	0.202	Valid
	14	0.501	0.202	Valid
	15	0.519	0.202	Valid
	16	0.535	0.202	Valid
	17	0.702	0.202	Valid
	18	0.786	0.202	Valid
	19	0.524	0.202	Valid
	20	0.407	0.202	Valid

(X ₁)	1	0.651	0.202	Valid
	2	0.551	0.202	Valid
	3	0.762	0.202	Valid
	4	0.694	0.202	Valid
	5	0.621	0.202	Valid
	6	0.614	0.202	Valid
	7	0.867	0.202	Valid
	8	0.716	0.202	Valid
	9	0.687	0.202	Valid
	10	0.855	0.202	Valid
	11	0.419	0.202	Valid
	12	0.537	0.202	Valid
(X ₂)	1	0.343	0.202	Valid
	2	0.631	0.202	Valid
	3	0.673	0.202	Valid
	4	0.273	0.202	Valid
	5	0.608	0.202	Valid
	6	0.584	0.202	Valid
	7	0.516	0.202	Valid
	8	0.646	0.202	Valid
	9	0.626	0.202	Valid
	10	0.309	0.202	Valid
	11	0.684	0.202	Valid
	12	0.572	0.202	Valid

Data primer: 2021

Setiap variabel penelitian pada tabel di atas yang mewakili temuan uji validitas menunjukkan bahwa setiap indikator mempunyai nilai *r* hitung yang lebih besar dari *r* tabel, sehingga menunjukkan bahwa setiap indikator dianggap valid dan layak digunakan sebagai alat penelitian selanjutnya.

Hasil Uji Reliabilitas

Temuan pengolahan data dari SPSS Ver 20.0 for Windows digunakan untuk menghasilkan hasil uji reliabilitas penelitian ini. Lihat tabel berikut untuk lebih jelasnya:

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	α hitung	Standar α	Keterangan
Kinerja (Y)	0.752	0.60	Reliabel
Kerjasama Tim (X ₁)	0.762	0.60	Reliabel
Komunikasi (X ₂)	0.735	0.60	Reliabel

Data primer: 2021

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel mempunyai nilai *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60, hal ini menunjukkan bahwa seluruh konsep pengukuran setiap variabel dari kuesioner masing-masing dapat dipercaya dan dapat diterima untuk digunakan dalam penelitian.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, temuan analisis regresi linier berganda didapatkan dengan menggunakan hasil pengolahan data dari SPSS Ver 20.0 for Windows. Lihat tabel di

bawah untuk lebih jelasnya:

Tabel 3.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.032	3.703		.279	.782
X1	1.354	.057	.852	23.716	.000
X2	.279	.075	.142	3.741	.000

a

. Dependent Variable: Y

Analisis linier berganda yang dapat diambil dari tabel di atas adalah sebagai berikut:

- Implementasi kerjasama tim mempunyai nilai beta positif sebesar 0,852 sesuai dengan koefisien regresi. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja individu berkorelasi dengan peningkatan kerja sama tim.
- Nilai beta positif sebesar 0,142 diberikan pada komunikasi berdasarkan koefisien regresi. Hal ini menunjukkan bahwa anggota berkinerja lebih baik ketika ada komunikasi yang lebih baik di antara mereka.

Hasil Uji Model

1. Hasil Uji Anova

Pada penelitian ini, temuan uji ANOVA dihasilkan dengan menggunakan hasil pengolahan data dari SPSS Ver 20.0 for Windows. Lihat tabel di bawah untuk lebih jelasnya:

Tabel 3.4 Hasil Uji Anova
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5113.902	2	2556.951	359.288	.000 ^b
Residual	441.237	62	7.117		
Total	5555.138	64			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan hasil uji anova diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 359,288 dari 2-64 adalah 3,14 dengan signifikansi $0,000 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel kerjasama tim (X_1) dan komunikasi (X_2) merupakan model yang baik atau mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi kinerja anggota (Y). Model dinilai fit berdasarkan hasil uji model F-test.

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Pada penelitian ini, hasil uji koefisien determinasi dihasilkan dengan menggunakan hasil pengolahan data dari SPSS Ver 23.0 for Windows. Lihat tabel di bawah untuk lebih jelasnya:

Tabel 3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.959 ^a	.921	.918	2.66772

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan temuan uji koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 918 atau 91,8%. Dengan demikian, karakteristik kerjasama dan komunikasi berpengaruh terhadap peningkatan kinerja pegawai sebesar 91,8%, sedangkan sisanya sebesar 08,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis t

a. Hipotesis pertama diuji.

Hipotesis pertama menyelidiki dampak kerjasama tim terhadap kinerja pegawai. Ditemukan koefisien beta positif sebesar 0,852 dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$. Hal ini terindikasi bahwa hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kinerja.

b. Menguji hipotesis kedua

Hipotesis kedua menyelidiki dampak komunikasi terhadap kinerja anggota. Koefisien beta yang diperoleh positif sebesar 0,142 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini terindikasi bahwa hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kinerja.

2. Uji Hipotesis F

Hipotesis ketiga diuji untuk melihat apakah variabel independen (X) mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan temuan pengolahan data, nilai 359,288 dari 2-64 adalah 3,14 dengan signifikansi $0,000 < 0,005$. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kolaborasi (X_1), citra, dan komunikasi (X_2) merupakan model persamaan yang efektif untuk mempengaruhi peningkatan kinerja (Y). Model dinilai sangat baik berdasarkan hasil uji model F-test. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi dan komunikasi mempunyai pengaruh yang baik dan signifikan terhadap kinerja personel Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak.

3. Uji Koefisien Beta Standart

Hipotesis keempat diuji untuk mengetahui variabel independen mana yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel dependen. Koefisien yang dihasilkan dari regresi linier ternormalisasi akan menghasilkan variabel independen dengan tingkat signifikansi yang paling tinggi, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap variabel dependen. Berdasarkan temuan pengolahan data, nilai koefisien beta positif variabel kolaborasi sebesar 0,852 dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$. Dan mempunyai koefisien beta positif terbesar dari seluruh variabel independen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kerjasama tim mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap kinerja personel Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak.

Pembahasan

Dampak Kolaborasi terhadap Hasil

Dampak kerjasama terhadap kinerja pekerja diperiksa pada hipotesis pertama. Ditemukan nilai signifikan sebesar $0,852 < 0,05$ dan nilai koefisien beta positif sebesar

0,150. Hal ini menunjukkan bahwa teori pertama benar. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kolaborasi.

Penelitian yang dipublikasikan pada tahun 2020 oleh Fereddy Siagian dengan judul “Pengaruh Kerja Sama Tim Terhadap Kinerja Pegawai Akademi Maritim Cirebon” mendukung temuan di atas, menunjukkan bahwa kerja sama tim mempunyai dampak yang besar terhadap kinerja pegawai di akademi tersebut.

Dampak Komunikasi terhadap Kinerja

Dampak komunikasi terhadap kinerja anggota diuji pada hipotesis kedua. memiliki tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$ dan koefisien beta positif sebesar 0,142. Hal ini menunjukkan bahwa teori kedua benar. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif secara signifikan dan positif mempengaruhi kinerja.

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2016 oleh Dimas Okta Ardiansyah dengan judul “Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai yang Dimediasi Kepuasan Kerja” mendukung temuan di atas, menunjukkan bahwa mediasi berperan dalam hubungan antara komunikasi dengan kepuasan kerja, kinerja dan komunikasi, serta pekerjaan, kepuasan dan kinerja. Kinerja dan komunikasi karyawan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kepuasan kerja.

Dampak Kolaborasi dan Komunikasi terhadap Kinerja

Kolaborasi dan komunikasi berdampak pada kinerja, menurut temuan studi dan hasil pemrosesan data. Temuan hipotesis ketiga, yang menguji bagaimana kolaborasi dan komunikasi mempengaruhi output, memberikan bukti mengenai hal ini. Berdasarkan temuan pengolahan data, nilai Fhitung 2-64 ditetapkan sebesar 359,288 (3,14), dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$. Hal ini menunjukkan bahwa model persamaan yang baik untuk mempengaruhi peningkatan kinerja (Y) adalah variabel kolaborasi (X1), citra, dan komunikasi (X2). Hal ini menunjukkan bahwa faktor kolaborasi dan komunikasi memiliki dampak yang baik dan patut diperhatikan terhadap kinerja. Dapat juga disimpulkan jika satuan polisi pamong praja bekerja sama dan berkomunikasi.

Faktor yang paling mempengaruhi kinerja adalah kerjasama tim.

Variabel yang paling mempengaruhi keberhasilan adalah kerjasama, berdasarkan temuan penelitian dan hasil pengolahan data. Temuan hipotesis keempat, yang menguji variabel independen mana—komunikasi dan kerja sama tim—memiliki dampak terbesar terhadap kinerja, mendukung hal ini. Nilai koefisien beta positif variabel gambar produk ditetapkan sebesar 0,852 berdasarkan temuan pengolahan data, dan tercatat nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Diantara variabel bebas lainnya mempunyai nilai koefisien beta positif yang paling besar. Dengan demikian, variabel yang paling besar mempengaruhi kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak adalah kolaborasi. Temuan di atas menunjukkan bahwa kolaborasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja karena anggota yang secara konsisten melaksanakan kerja tim dengan sukses akan melihat peningkatan kinerja.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004, daerah provinsi/kab./kota diberi kewenangan untuk mengurus dan memajukan daerahnya sendiri. Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak, berdasarkan peraturan perundangan, memiliki tugas pokok dan

fungsi dalam bidang ketentraman dan ketertiban umum. Perencanaan yang matang sangat penting untuk keberhasilan program dan kegiatan yang akan dilaksanakan.

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Kinerja personel Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kerjasama tim.
2. Anggota Satpol PP Kabupaten Demak mempunyai kinerja yang lebih baik dan signifikan dalam berkomunikasi.
3. Kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh gabungan kemampuan kerja tim dan kemampuan komunikasi.
4. Faktor yang paling mempengaruhi kinerja anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Demak adalah kerjasama tim.

b. Saran

Sehubungan dengan kesimpulan tersebut di atas, maka disarankan untuk memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Kepala Satuan Pamong Praja

Agar dapat meningkatkan kerjasama dan komunikasi antar anggota tim dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, tetaplah melakukan pendampingan dan pemberian instruksi kepada bawahan.

2. Anggota

Mempertahankan kerja sama tim yang baik berarti menghindari menempatkan ego individu di atas kebutuhan kelompok secara keseluruhan. Ini juga berarti Anda harus terus mengasah keterampilan komunikasi antarpribadi Anda, yang penting baik untuk tempat kerja maupun pengabdian masyarakat.

3. Penelitian Mendatang

Peneliti berharap variabel lain seperti kepemimpinan, lingkungan kerja, gaji, dan motivasi kerja digunakan sebagai pengganti variabel dalam penelitian ini jika peneliti lain melakukan penelitian di bidang yang sama di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2016. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Refika Aditama
- Alo Liliweri. 2012. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara
- Alvarez, K., Salas, E., & Garofano, CM. 2015. *An Integrated Model of Training Evaluation & Effectiveness*. Human Resource Development Review vol 3 no 4: 385-416
- Burns, C. E. 2014. *Pediatric Primary Care*. USA: Elsevier
- Dewi Riya, 2021, *Pengaruh Komunikasi Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada Kantor Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol Pp) Kota Samarinda*
- Deddy Mulyana. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Cet. XIV. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Efendy, Onong Uchana. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Kary
- Hasibuan, Malayu S.P. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Bumi Aksara. Jakarta.

- Hutasuhut, Harry. 2018. *Analisis Tim Kerja Karyawan Pada PT Buana Varia Komputama Site Medan*. Skripsi Fakultas Ekonomi Sumatera Utara
- Helmet, Dodot. 2012. *Tentang Kenyataan*. Rumah Makna. <http://iinxsolihin16.blogspot.com/2012/07/definisi-sukses-dalam-kehidupan.html#.US1hMdnXinA> Diakses Pada Tanggal 12 Februari 2013
- Johnson DW & Johnson. R, T. 2011. *Learning Together and Alone*. Allin and Bacon: Massa Chussetts
- Kristanti, Handriani. 2013. *Mencegah & Mengobati 11 Penyakit Kronis*. Yogyakarta: Citra Pustaka.
- Manullang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Panggabean, Mutiara Sibarani. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Paris, Salas & Cannon-Bowers. 2010. *Teamwork in multi-person systems: a review and analysis*. A Journal Volume 43
- Poerwadarminta. 2017. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Robbins, Stephen P. & A. Judge, Timothy. 2011. *Organizational behavior. Fourteenth Edition*. Pearson education. New Jersey 07458. 77-89*.
- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. 2018. *Perilaku Organisasi Edisi ke-12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Henry. 2016. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
- Santoso, Slamet. 2013. *Stasistika Ekonomi plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press.
- Sopiah. 2018. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sondang P. Siagian. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara. Jakarta.
- Loufy Silviana Lubis, 2021, *Pengaruh Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sinarmas Multifinance Cabang Pekanbaru*
- Wirawan. 2019. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta. Penerbit: Salemba Empat.

PENGARUH KOMITMEN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN DI ATMO SECOND SUSUKAN

Khamilatul Diniyah¹, Silvia Hendrayanti²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang

Jl. Menoreh Utara Raya No.11, Sampangan, Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa Tengah 50232

e-mail: [¹khamiladiyah885@gmail.com](mailto:khamiladiyah885@gmail.com), [²silvia_hendrayanti@yahoo.com](mailto:silvia_hendrayanti@yahoo.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komitmen terhadap retensi pelanggan, mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap retensi pelanggan, dan mengetahui pengaruh kepuasan terhadap retensi pelanggan di Atmo Second Susukan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan di Atmo second susukan yang jumlahnya tidak terbatas. Penelitian ini melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan aturan jumlah sampel minimal 5-10 kali dari jumlah indikator, sehingga jumlah sampel sebanyak 91 responden. Metode penelitian adalah metode kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan positif antara komitmen (X1) kepercayaan (X2) dan kepuasan (X3) terhadap retensi pelanggan

(Y). Hasil pengujian parsial diperoleh nilai t-hitung pengaruh komitmen terhadap retensi sebesar 0.232 dengan angka probabilitas sebesar $0.000 < 5\%$ dan nilai t hitung sebesar $4.314 > t$ tabel 2.587; berarti secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan komitmen (X1) terhadap retensi (Y). Hasil pengujian parsial diperoleh nilai t-hitung pengaruh kepercayaan terhadap retensi sebesar 0.517 dengan angka probabilitas sebesar $0.000 < 5\%$ dan nilai t hitung sebesar $8.704 > t$ tabel sebesar 2.587; berarti secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kepercayaan (X2) terhadap retensi (Y). Sedangkan hasil pengujian parsial diperoleh nilai t-hitung pengaruh kepuasan terhadap retensi sebesar 0.217 dengan angka probabilitas sebesar $0.000 < 5\%$ dan nilai t hitung sebesar $3.738 > t$ tabel sebesar 2.5867; berarti secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kepuasan (X3) terhadap retensi (Y). Saran dalam penelitian ini adalah pentingnya Atmo Second untuk meningkatkan komitmen, kepercayaan dan kepuasan. Hal ini dilakukan agar retensi pelanggan dapat meningkat.

Kata kunci: komitmen, kepercayaan, kepuasan, retensi pelanggan

Abstract

This research aims to determine the effect of commitment on customer retention, determine the effect of trust on customer retention, and determine the effect of satisfaction on customer retention at Atmo Second Susukan. The population in this research is all customers at the Atmo second channel, an unlimited number. This research carried out sampling using a minimum sample size rule of 5-10 times the number of indicators, so the total sample was 91 respondents. The research method is a quantitative method with multiple linear regression analysis methods. The results of the research show that there is a significant positive influence between commitment (X1), trust (X2) and satisfaction (X3) on customer retention (Y). The partial test results show that the t-calculated value of the influence of commitment on retention is 0.232 with a probability figure of $0.000 < 5\%$ and the calculated t value is $4.314 > t$ table 2.587; this means that partially there is a positive and significant influence of commitment (X1) on retention (Y). The partial test

results show that the *t*-calculated value of the influence of trust on retention is 0.517 with a probability figure of $0.000 < 5\%$ and the calculated *t* value is $8,704 > t$ table is 2,587; this means that partially there is a positive and significant influence of trust (X2) on retention

(Y). Meanwhile, the partial test results show that the *t*-calculated value of the influence of satisfaction on retention is 0.217 with The probability figure is $0.000 < 5\%$ and the calculated *t* value is $3.738 > t$ table is 2.5867, meaning that partially there is a positive and significant influence of satisfaction (X2) on retention (Y). The suggestion in this research is the importance of Atmo Second to increase commitment, trust and satisfaction. This is done so that customer retention can increase

Keywords: commitment, trust, satisfaction, customer retention

1. PENDAHULUAN

Pada era bisnis yang kompetitif saat ini, menjaga pelanggan yang sudah ada menjadi sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan. Retensi pelanggan merupakan faktor kunci yang dapat meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis (Laili Ika Nafisatin, M. Naely Azhad, 2018). Dalam industri ritel pakaian, seperti yang diwakili oleh Atmo Second Susukan, mempertahankan pelanggan merupakan tantangan yang signifikan karena persaingan yang tinggi dan preferensi pelanggan yang bervariasi.

Atmo Second Susukan adalah toko pakaian yang mengkhususkan diri dalam penjualan pakaian bekas atau preloved. Toko ini berlokasi di daerah Susukan, di mana terdapat persaingan yang ketat dengan adanya banyak toko pakaian sejenis. Di tengah persaingan ini, Atmo Second Susukan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi retensi pelanggan untuk mempertahankan pangsa pasar dan keuntungan yang stabil.

Masalah yang terjadi di Atmo Second terkait dengan retensi pelanggan adalah para pengunjung masih tidak stabil jumlahnya, bahkan cenderung menurun. Berikut data omset ditampilkan pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1
Target omset dan actual omset

Bulan/ Tahun	Target omset	Actual Omset
April/2022	6.000.000	4.250.000
Mei/2022	5.000.000	3.980.000
Juni/2022	5.000.000	3.340.000
Juli/2022	5.000.000	2.280.000
Rata - rata		3.462.500

Sumber: Data di Olah, 2023

Kepuasan pelanggan juga tidak sepenuhnya maksimal. Berikut data beberapa pesaing yang terdapat di sekitar Atmo Second:

Tabel 2
Perbandingan omset pesaing dan Atmo Second

Nama usaha disekitar Atmo Second	Actual Omset rata – rata bulanan
A	5.000.000
B	4.000.000
C	4.500.000

Sumber: Data di Olah, 2023

Dapat di simpulkan dari tabel 1 dan tabel 2 menunjukkan ketatnya persaingan di bidang fashion dan perlunya suatu bisnis meningkatkan kemampuan dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Penelitian sebelumnya tentang retensi pelanggan masih menunjukkan hasil yang inkonsistensi. (Satriawan & Usman, 2018) yang berjudul “Effect of Commitment, Trust and Satisfaction of Customer Retention of Honda Motor Products Matic” menemukan bahwa komitmen tidak berpengaruh terhadap retensi pelanggan, namun penelitian (Sulistiani & Farida, 2016) yang berjudul Pengaruh Kepercayaan, Komitmen dan Komunikasi Terhadap Retensi Pelanggan menemukan bahwa komitmen berpengaruh signifikan positif terhadap retensi pelanggan. Kemudian (RICADONNA, 2020) yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Merek Terhadap Retensi Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Bank Umum Syariah” menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap retensi pelanggan namun (Sulistiani & Farida, 2016) yang berjudul Pengaruh Kepercayaan, Komitmen dan Komunikasi Terhadap Retensi Pelanggan menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap retensi pelanggan.. (Tirtawati, 2021) yang berjudul “Keterkaitan antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Retensi Pelanggan di Sektor Perbankan” menemukan kepuasan berpengaruh signifikan positif terhadap retensi pelanggan namun (Darmawan et al., 2020) yang berjudul “Studi Tentang Persepsi Nilai, Kepuasan Dan Retensi Pelanggan Kapal Penyeberangan Ujung – Kamal” menemukan bahwa kepuasan tidak berpengaruh terhadap retensi pelanggan. Kemudian penelitian ini akan mengambil obyek penelitian di toko pakaian Atmo Second Susukan. Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka peneliti mengangkat judul penelitian **“PENGARUH KOMITMEN, KEPERCAYAAN, DAN KEPUASAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN DI ATMO SECOND SUSUKAN”**.

A. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat dirumuskan masalah penelitiannya sebagai berikut:

1. Apakah komitmen berpengaruh terhadap retensi pelanggan di Atmo Second Susukan?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap retensi pelanggan di Atmo Second Susukan?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap retensi pelanggan di Atmo Second Susukan?

B. Tujuan Penelitian

Dengan demikian, secara spesifik penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh komitmen terhadap retensi pelanggan di Atmo Second Susukan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap retensi pelanggan di Atmo Second Susukan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap retensi pelanggan di Atmo Second Susukan.

C. Kajian variabel

1. Retensi pelanggan

Retensi pelanggan adalah konsep penting dalam bidang pemasaran yang

mencerminkan kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang ada (Laili Ika Nafisatin, M. Naely Azhad, 2018) (Satriawan & Usman, 2018).

2. Komitmen

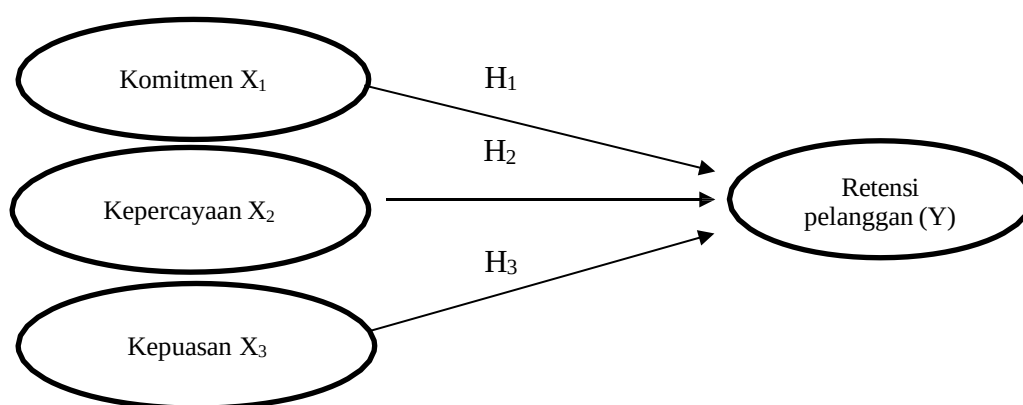
Komitmen adalah konsep yang penting dalam studi perilaku konsumen yang mencerminkan keinginan dan keterikatan pelanggan terhadap produk atau merek tertentu. Berdasarkan beberapa artikel jurnal ilmiah, komitmen beli dapat didefinisikan sebagai tingkat keterikatan emosional dan kognitif pelanggan terhadap produk atau merek yang membuat mereka cenderung untuk terus membeli dan menggunakan produk tersebut dalam jangka waktu yang lebih lama (Nurjanah & Pasundan, 2020)

3. Kepercayaan

Kepercayaan pelanggan dapat didefinisikan sebagai keyakinan yang dimiliki pelanggan terhadap integritas, kompetensi, dan niat baik perusahaan atau merek dalam menjalankan transaksi bisnis. Kepercayaan ini mendasarkan pada harapan bahwa perusahaan akan memenuhi janji-janji mereka, memberikan produk atau layanan berkualitas, dan menjaga hubungan saling menguntungkan dengan pelanggan (Laili Ika Nafisatin, M. Naely Azhad, 2018).

4. Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah faktor kunci dalam kesuksesan setiap bisnis. Mengukur dan memahami kepuasan konsumen adalah langkah penting untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Kepuasan konsumen juga dapat didefinisikan sebagai respons positif yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau menerima layanan tertentu. Respons ini mencakup perasaan senang, puas, dan terpenuhinya harapan yang dimiliki pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka peroleh



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

D. Hubungan antar variabel

1. Pengaruh komitmen terhadap retensi pelanggan

Hipotesis 1 menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara tingkat komitmen pelanggan terhadap merek atau produk dengan tingkat retensi pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat komitmen pelanggan terhadap merek atau

produk, semakin tinggi kemungkinan pelanggan akan tetap menggunakan produk atau layanan dari merek tersebut dalam jangka waktu yang lebih lama. Hipotesis ini didasarkan pada asumsi bahwa komitmen pelanggan menciptakan hubungan yang kuat antara pelanggan dan merek, yang mendorong pelanggan untuk tetap setia dan menghindari beralih ke merek pesaing.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap retensi pelanggan

Kepercayaan pelanggan merupakan faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan, serta mempengaruhi keputusan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas mereka terhadap merek atau beralih ke merek pesaing. Tingkat kepercayaan yang tinggi menciptakan rasa keyakinan dan kenyamanan bagi pelanggan. Pelanggan yang percaya pada integritas, kehandalan, dan kompetensi perusahaan atau merek cenderung merasa aman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan tersebut. Mereka percaya bahwa perusahaan akan memenuhi janji-janji mereka, memberikan produk atau layanan berkualitas, dan menjaga kepentingan pelanggan.

3. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap retensi pelanggan

Kepuasan konsumen yang tinggi cenderung mempengaruhi pelanggan untuk tetap setia dan loyal terhadap merek atau perusahaan. Pelanggan yang merasa puas dengan pengalaman mereka lebih cenderung memilih untuk kembali membeli produk atau menggunakan layanan yang sama di masa depan, daripada mencari alternatif dari pesaing. Hal ini berarti tingkat kepuasan konsumen yang tinggi berkontribusi pada tingkat retensi pelanggan yang lebih tinggi. Pelanggan yang merasa puas memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Rekomendasi positif ini berfungsi sebagai bentuk promosi mulut ke mulut yang efektif, yang dapat membantu mempertahankan pelanggan saat mereka merekomendasikan merek atau perusahaan kepada orang lain.

E. Hipotesis

Hipotesis 1 (H_1) :Komitmen berpengaruh positif signifikan terhadap retensi pelanggan di Atmo Second Susukan

Hipotesis 2 (H_2) :Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap retensi i pelanggan di Atmo Second Susukan

Hipotesis 3 (H_3) :Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap retensi pelanggan di Atmo Second Susukan

2. METODE

a. Populasi

Populasi adalah objek yang diteliti secara keseluruhan yang terdiri dari sejumlah individu, hal ini adalah jumlah individu terbatas maupun tidak (Sugiyono, 2008). Populasi pada penelitian ini menggunakan pelanggan Atmo Second Susukan. Populasi penelitian ini tidak terbatas.

b. Sampel

Sampel menurut (Sugiyono, 2008) adalah Sebagian dari populasi yang karakteristiknya diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlah lebih sedikit dari jumlah populasi). Berdasarkan data yang diperoleh jumlah populasi tidak terbatas sehingga perhitungan sampel menggunakan aturan (Sugiyono, 2008) yang

mengemukakan bahwa jumlah sampel 5-10 kali dari jumlah indikator. Jumlah indikator pada penelitian ini 16 sehingga 91 sampel dianggap sudah mewakili.

c. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diwujudkan dalam bentuk pernyataan. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode Pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan menggunakan kuesioner yang berupa pernyataan tertulis, yang diberikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan keadaan sebenarnya.

d. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data sangat berpengaruh terhadap hasil data yang dikumpulkan. Kegiatan dalam analisis data ini dimulai dari mengelompokkan data berdasarkan variabel dan karakteristik data, coding, tabulasi hingga mengolah data. Untuk mendapatkan hasil analisis yang lebih teliti dan dipercaya, maka peneliti ini menggunakan software SPSS versi 20.0 untuk memudahkan dalam menghitung data. Data yang terkumpul diolah ke dalam Analisis Regresi Berganda dan Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari beberapa uji lainnya yaitu, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Autokorelasi dan Uji Hipotesis untuk mengetahui apakah antara variabel x dan variabel y berpengaruh atau tidak. Selain itu, analisis data ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Kenormalan data dapat diuji dengan Kolmogorov-Smirnov dengan hasil data seperti pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

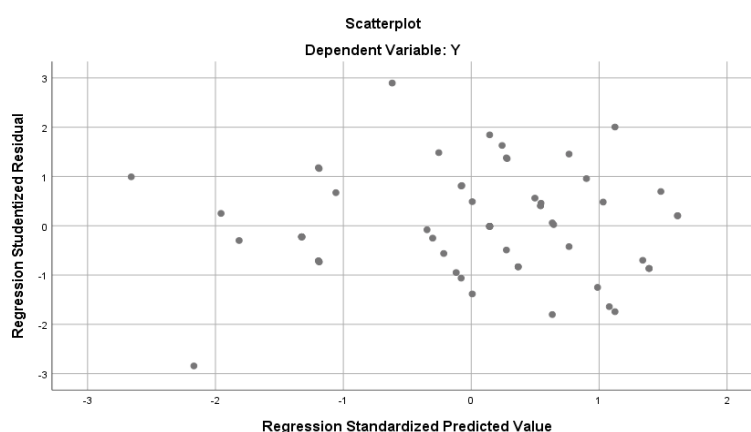
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.62562457
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data primer diolah (2023)

Dalam uji normalitas di atas dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai signifikansi untuk kedelapan variabel (2-tailed P) sebesar 0,200 dengan nilai signifikansi minimal (2-tailed P) $> \alpha = 0,05$, kaidahnya apabila signifikansi hitung lebih kecil dari 0,05 berarti tidak signifikan, apabila signifikan maka datanya dikatakan tidak normal, sebaliknya apabila lebih besar dari 0,05 dikatakan signifikan, kalau signifikan maka datanya dikatakan normal.

b. *Uji Heterokedastisitas*

Hasil uji Heterokedastisitas terlihat pada gambar dibawah ini



Gambar 2
Scatterplot Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data primer diolah (2023)

Hasil analisis pada Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat dipastikan tidak terjadi gejala Heterokedastisitas.

c. *Uji Multikolinearitas*

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	.216	4.632
X2	.178	5.625
X3	.179	5.582

S

Sumber: Data primer diolah (2023)

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa semua nilai tolerance untuk masing-masing variabel bebas mendekati angka 1, artinya tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini. Disamping itu, dari hasil uji VIF, untuk setiap variabel bebas < 10 . Maka variabel

bebas dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas, yang berarti dapat dipercaya dan objektif.

d. Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan pengolahan data melalui program SPSS menghasilkan output data seperti di bawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.360	.314		1.149	.254
	X1	.232	.054	.242	4.314	.000
	X2	.217	.058	.231	3.738	.000
	X3	.517	.059	.537	8.704	.000

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan uji statistik regresi yang telah dilakukan dapat disusun persamaan matematis dari penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 0.360 + 0.232 X_1 + 0.217 X_2 + 0.517 X_3$$

e. Uji Hipotesis

Hasil Uji T (Parsial)

Hasil uji t terlihat pada tabel berikut ini bahwa semua variabel signifikan karena angka probabilitas lbh kecil (<) dari taraf signifikansi 0.05:

Tabel 6
Hasil Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.360	.314		1.149	.254
	X1	.232	.054	.242	4.314	.000
	X2	.217	.058	.231	3.738	.000
	X3	.517	.059	.537	8.704	.000

Sumber : Data primer diolah (2023).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.970 ^a	.941	.939	.636	1.987

- i. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
 - ii. Dependent Variable: Y
- Sumber: Data primer diolah (2023)

Dari tabel 7 hasil uji regresi didapatkan angka koefisien determinasi berganda (Adjusted R Square) sebesar 0.941. Hal ini berarti bahwa sebesar 94.1% dapat dijelaskan oleh variabel komitmen (X1), kepercayaan (X2) dan Kepuasan (X3) menjelaskan retensi (Y). Sedangkan sisanya ($100\% - 94.1\% = 5.9\%$) dijelaskan oleh sebab – sebab yang lain diluar variabel yang diteliti.

Hasil Uji Statistik Simultan (F test)

Tabel 8
Hasil Uji Statistik Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	558.905	3	186.302	460.115	.000 ^b
	Residual	35.227	87	.405		
	Total	594.132	90			

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Dari hasil pengujian dengan SPSS didapatkan angka F antara komitmen (X1), kepercayaan (X2), dan Kepuasan (X3) secara simultan $460.115 > F$ tabel ($v_1=3$; $v_2:91$) sebesar 4.42

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh komitmen terhadap retensi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan komitmen (X1) terhadap retensi (Y). Nilai koefisien regresi komitmen terhadap retensi sebesar 0.232 dengan angka probabilitas sebesar $0.000 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0.05)$ dan nilai t hitung sebesar $4.314 > t$ tabel ($df=n-k=91-3=88$) sebesar 2.587. Angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa dalam upaya meningkatkan retensi, diharapkan perusahaan lebih memperhatikan komitmen. Hal ini berarti semakin baik kondisi komitmen maka akan dapat memacu semangat dan kegairahan konsumen dalam bekerja sehingga dapat meningkatkan retensi kerja. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Duha et al., (2021), (Junaidi et al., 2020) yang menemukan bahwa komitmen berpengaruh terhadap retensi kerja.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap retensi kerja

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kepercayaan (X2) terhadap retensi konsumen (Y). Nilai koefisien regresi kepercayaan terhadap retensi sebesar 0.517 dengan angka probabilitas sebesar $0.000 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0.05)$ dan nilai t hitung sebesar $8.704 > t$ tabel ($df=n-k=91-3=88$) sebesar 2.587. Angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa dalam upaya meningkatkan retensi konsumen, diharapkan perusahaan lebih memperhatikan kepercayaan. Hal ini berarti semakin ringan kepercayaan maka akan dapat memacu semangat dan kegairahan konsumen dalam

bekerja. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bu'ulolo et al., (2021) yang menemukan bahwa stres yang semakin ringan dapat meningkatkan retensi.

3. Pengaruh kepuasan terhadap retensi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kepuasan (X3) terhadap retensi (Y). Nilai koefisien regresi kepuasan terhadap retensi sebesar 0.217 dengan angka probabilitas sebesar $0.000 < \text{taraf signifikansi } \alpha = 5\% (0.05) \text{ dan nilai } t \text{ hitung sebesar } 3.738 > t \text{ tabel } (df=n-k=91-3=88) \text{ sebesar } 2.5867$. Angka positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa dalam upaya meningkatkan retensi, diharapkan perusahaan lebih memperhatikan Kepuasan. Hal ini berarti semakin tinggi Kepuasan dalam bekerja akan dapat memacu semangat dan kegairahan konsumen dalam bekerja. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Afrina, (2021) yang menemukan bahwa motivasi berpengaruh terhadap retensi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan komitmen (X1) terhadap retensi (Y), artinya semakin baik komitmen di perusahaan maka akan semakin baik retensi. Sebaliknya, semakin buruk komitmen maka semakin buruk retensi.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kepercayaan (X2) terhadap retensi (Y), artinya semakin baik kepercayaan di perusahaan maka akan semakin baik retensi. Sebaliknya, semakin buruk kepercayaan maka semakin buruk retensi.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kepuasan (X3) terhadap retensi (Y), artinya semakin baik kepuasan di perusahaan maka akan semakin baik retensi. Sebaliknya, semakin buruk kepuasan di perusahaan maka akan semakin buruk retensi.

b. Saran

Adanya pengaruh positif dan signifikan yang kecil antara kepercayaan terhadap retensi kerja mengindikasikan perlunya meringankan kepercayaan agar konsumen dapat semakin produktif.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dengan menambahkan faktor lain seperti faktor lingkungan kerja, kepemimpinan, motivasi kerja dan lain sebagainya. Selain itu dapat juga meningkatkan jumlah sampel agar semakin representatif terhadap jumlah populasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrina, I. (2021). Pengaruh Motivasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pada Cv. Lancar Jaya Desa Karsa Jaya Belitang Jaya Oku Timur. *Jurnal AKTUAL*, 18(2), 68. <https://doi.org/10.47232/aktual.v18i2.65>
- Bu'ulolo, A., Fau, S. H., & Fau, J. F. (2021). Pengaruh komunikasi kerja terhadap semangat kerja pegawai dinas sosial kabupaten nias selatan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 61–72.

- Darmawan, D., Arifin, S., & Purwanto, F. (2020). Studi Tentang Persepsi Nilai, Kepuasan Dan Retensi Pelanggan Kapal Penyeberangan Ujung - Kamal. *Jurnal Baruna Horizon*, 3(1), 198–209. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v3i1.39>
- Duha, S. hati, Duha, T., & Buulolo, P. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Pegawai Yang Dimediasi Oleh Kepemimpinan (Studi Pada Dinas Perpustakaan Kabupaten Nias Selatan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 103–114.
- Junaidi, A., Hendrayati, S., Nindhita, Y., Hardiyanti, O., & Sari, R. (2020). Management Analysis Journal Analysis of Variables Affecting Brand Loyalty in Junior Crocodile Products at Paragon Mall Semarang Article Information. *Management Analysis Journal*, 9(4). <http://maj.unnes.ac.id>
- Laili Ika Nafisatin, M. Naely Azhad, W. E. S. (2018). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KOMITMEN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. 8(2), 180–195.
- Nurjanah, P., & Pasundan, U. (2020). Experiential Marketing Dan Switching Barriers Terhadap Customer Retention Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 13(2), 76–83. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v13i2.3850>
- RICADONNA, N. A. (2020). *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP RETENSI PELANGGAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NASABAH BANK UMUM SYARIAH*. Maret, 1–137.
- Satriawan, N. D., & Usman, N. (2018). Effect of Commitment, Trust and Satisfaction of Customer Retention of Honda Motor Products Matic. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 45–57. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1516>
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta. <https://books.google.co.id/books?id=0xmCnQAACAAJ>
- Sulistiani, F., & Farida, N. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Komitmen dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Retensi Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Social and Political of Science Tahun*, 1–10.
- Tirtawati, D. G. E. (2021). Keterkaitan antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Retensi Pelanggan di Sektor Perbankan. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(2), 49–55. <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i2.2168>

Penggunaan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Fuzzy ServQual pada Analisis Mutu Layanan Administrasi

Lathifatul Aulia¹, Ratri Wulandari², Zakaria Bani Ikhtiyar³
^{1,2,3}Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang
Jalan Prof. dr. Hamka KM 01, Ngaliyan, Tambakaji, Semarang.
e-mail: 1lathifatul.aulia@itesa.ac.id, 2ratri.wulandari@itesa.ac.id

Abstrak

Perlu kita ketahui bersama bahwa setiap aspek pelayanan administrasi dapat diketahui tingkat kepuasan kinerja salah satunya pelayanan administrasi kependudukan untuk melayani masyarakat. Berdasarkan penelitian ini penulis dapat mengetahui aspek pelayanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan melalui nilai gap yang diperoleh dalam perhitungan. Gap analysis adalah metode pengukuran untuk mengetahui kesenjangan antara kinerja dari suatu variabel dengan harapan pengguna layanan terhadap variabel tersebut. Penelitian ini, penulis menggunakan Metode fuzzy service quality untuk menganalisa kepuasan pelayanan administrasi kependudukan serta menggunakan Metode Importance Performance Analysis untuk mengukur hubungan antara persepsi pengguna layanan dan prioritas peningkatan kualitas pelayanan administrasi kependudukan. Dalam Metode Importance Performance Analysis terdapat 2 perhitungan dalam menentukan gap analysis yaitu mencari tingkat kesesuaian dan diagram kartesius. Hasil dari proses perhitungan menunjukkan bahwa ada indikator-indikator yang harus dilakukan perbaikan atau peningkatan layanan administrasi kependudukan sesuai dengan prioritasnya.

Kata kunci: *Importance Performance Analysis; ServQual; Fuzzy Number; Defuzzification; Fuzzification*

Abstract

We all need to know that every aspect of administrative services can determine the level of performance satisfaction, one of which is population administration services to serve the community. Based on this research, the author can find out which service aspects are priorities for improvement through the gap values obtained in the calculations. Gap analysis is a measurement method to determine the gap between the performance of a variable and the expectations of service users regarding that variable. In this research, the author used the fuzzy service quality method to analyze satisfaction with population administration services and used the Importance Performance Analysis Method to measure the relationship between service user perceptions and priorities for improving the quality of population administration services. In the Importance Performance Analysis Method there are 2 calculations in determining gap analysis, namely looking for the level of suitability and Cartesian diagrams. The results of the calculation process show that there are indicators that need to be improved or increased population administration services in accordance with priorities.

Keywords: *Importance Performance Analysis; ServQual; Fuzzy Number; Defuzzification; Fuzzification*

1. PENDAHULUAN

Secara sederhana, kita ketahui bersama mengenai pelayanan publik merupakan hal penting dalam penyelenggaraan pemerintah baik dalam bidang jasa maupun barang yang diselenggarakan oleh pemerintah. Peran pelayanan publik yaitu bentuk layanan yang diberikan oleh pemerintah untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakatnya. Dimana pelaksanaannya harus sesuai dan didukung oleh undang-undang atau regulasi yang berlaku sehingga dapat menjadi acuan dalam menyelenggarakan layanan publik. Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, pasal I ayat (1) dirumuskan pengertian pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, atau pelayanan administrasi yang diselenggarakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Jenis pelayanan publik berdasarkan Keputusan Menteri Penetapan Aparatur negara (Kemenpan Nomor 63/KEPMEN/PAN/17/2003) yaitu pelayanan administrasi, pelayanan barang, dan pelayanan jasa. Tujuan pelayanan publik adalah meningkatkan mutu dan produktivitas pelaksanaan tugas dan fungsi dibidang pelayanan umum, selanjutnya dalam efisiensi dan efektivitas sistem dan tahapan pelaksanaan guna mendorong kreativitas serta peran serta masyarakat dalam pembangunan.

Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau pegawai lainnya. Pelayanan diartikan sebagai kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, supaya mereka selalu loyal terhadap organisasi. Sehingga pelayanan administrasi adalah proses aktivitas untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau masyarakat dalam kegiatan penataan dokumen dan data. Pelayanan administrasi merupakan pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan oleh publik, misalnya status kewarganegaraan, sertifikat kompetensi, kepemilikan atau penguasaan terhadap suatu barang dan sebagainya. Dokumen-dokumen dalam pelayanan administrasi meliputi KTP, akta kelahiran, IMB, Paspor dan lainnya.

Metode *service quality* atau dikenal dengan model *servqual* merupakan metode yang paling banyak digunakan untuk mengukur kualitas layanan (Wisniewski, 2001). (Dewi, 2022) menganalisis dan mengukur kualitas layanan perpustakaan (*servqual*) melalui indikator nyata. Menurut (Abant et al., 2020) Skala *servqual* digunakan sebagai alat pengumpulan data bagi karyawan dan pasien rumah sakit Universitas di Turki, kelompok sampel dipilih dengan metode *random sampling*. Parasuraman, et all (1990) menemukan adanya *overlapping* diantara 10 dimensi tersebut. Oleh karena itu, penyederhanaan 10 dimensi menjadi 5 dimensi pokok, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurances*, *empathy*, dan *tangibles*. Model *servqual* dikombinasikan dengan bilangan *fuzzy* dikarenakan konsep logika *fuzzy* dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah yang mengandung ketidakpastian seperti penilaian suatu layanan administrasi oleh masyarakat. Hal tersebut juga didukung karena metode *fuzzy* digunakan untuk menghitung data yang tidak pasti dan memiliki toleransi terhadap data-data yang tidak tepat. Menurut Harto (2015), tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Berdasarkan pernyataan tersebut, untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan maka perlu mengetahui penilaian dari masyarakat. Metode yang dapat mendukung dalam pengolahan data, sesuai dengan kondisi tersebut yaitu metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan gabungan dari pengukuran faktor tingkat *importance* dan *performance* dalam grafik dua dimensi yang memudahkan dalam menyampaikan data dan usulan praktis untuk objek yang teliti. Dengan kata lain Metode IPA digunakan untuk menganalisis kepuasan pengguna terhadap pelayanan website dengan membandingkan antara harapan dan kinerja. Menurut

Martilla & James pada tahun 1977 (Lau & Everett, 2000) memperkenalkan pertama kalinya metode Importance-Performance Analysis (IPA) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasannya dan variabel pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan. IPA menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh *X performance* dan *Y importance*, di mana *X importance* merupakan skor penilaian *performance* perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan *Y importance* merupakan skor penilaian.

2. METODE

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk melakukan penelitian ini diantaranya yaitu observasi dengan melakukan pengamatan dan melihat fakta dari objek yang diteliti. Kedua pengumpulan data dengan teknik kuesioner yaitu dengan memberi pernyataan atau pertanyaan kuesioner yang dibagikan secara tidak langsung melalui link google form yang disebarluaskan melalui media sosial whatsapp dan email. Ketiga pengumpulan data dengan teknik studi pustaka yaitu dengan mengumpulkan data dari berbagai referensi yang relevan seperti dari jurnal-jurnal ilmiah, buku, dan skripsi terdahulu. Populasi terdiri dari orang atau satuan-satuan tertentu selaku anggota ataupun himpunan dalam suatu kelas ataupun kalangan tertentu yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dapat mewakili dalam memberikan penilaian terhadap suatu penelitian (Swara dan Oktaviani, 2019). Sampel merupakan elemen dari satu populasi yang diseleksi untuk mewakili populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi merupakan pengguna yang hendak dijadikan responden (Sari dan Sopiah, 2017). Metode pengambilan Sampel yang digunakan yaitu dengan teknik simple random sampling, dimana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel pada penelitian ini. Pengguna yang hendak dijadikan sampel wajib mewakili dari seluruh populasi (pengguna).

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang proses analisis datanya berupa data statistik (Isthafana, 2019). Pemilihan jenis penelitian ini dikarenakan pada penelitian kuantitatif dapat digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif. Selain itu, juga terdapat proses pengisian kuesioner sebagai media pendukung dalam proses pencarian data penelitian. Sedangkan untuk mengukur kualitas layanan, pada penelitian ini menggunakan metode *Servqual* dan Importance Performance Analysis (IPA). Setelah data responden sudah terkumpul maka akan diolah analisis pengolahan data berdasarkan analisis demografis yaitu untuk mengetahui data profil responden yang mengisi kuesioner. Kemudian hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner akan diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang akan dilakukan dengan aplikasi program *microsoft excel*. Setelah itu, dilakukan analisis data lebih lanjut menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis Importance Performance Analysis (IPA). Analisis IPA dilakukan dengan melakukan analisis kesenjangan (GAP), analisis tingkat kesesuaian, dan analisis kuadran IPA.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pengujian Data

Sebelum melakukan proses perhitungan, perlu dilakukan uji data terkait kuisioner yang digunakan. Data yang diperoleh dilakukan uji validitas dengan menggunakan signifikansi 5% dan dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui kelayakan dari suatu kuisioner yang reliabel apabila nilai *cronbach alpha* ≥ 7 . Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas dan uji reliabilitas kuisioner menggunakan *microsoft excel* terhadap 150 responden menunjukkan bahwa pertanyaan pada kuisioner valid dan reliabel dengan demikian kuisioner layak digunakan.

3.2. Menentukan Membership Function

Berdasarkan hasil jawaban yang terdapat pada kuisioner yang terdiri dari sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, dan sangat puas. Fungsi keanggotaan untuk menentukan nilai semesta pembicaraan secara bebas yaitu 0 – 10 yang selanjutnya digunakan untuk menentukan domain *fuzzy* sesuai dengan tingkat kepentingan. Berikut diberikan tabel penentuan domain *fuzzy* dengan membagi nilai semesta pembicaraan ke dalam 5 kategori penilaian.

Tabel 1. Domain himpunan fuzzy

Semesta Pembicaraan	Linguistik	Domain	Range
[1,10]	Sangat tidak puas	0-2	[0,1,2]
[1,10]	Tidak puas	2-4	[2,3,4]
[1,10]	Cukup puas	4-6	[4,5,6]
[1,10]	Puas	6-8	[6,7,8]
[1,10]	Sangat puas	8-10	[8,9,10]

Berdasarkan tabel tersebut dibangun fungsi keanggotaan himpunan *fuzzy* yaitu

- a. Fungsi keanggotaan untuk himpunan *fuzzy* sangat tidak puas yang memiliki domain 0 – 2 dapat dilihat melalui persamaan berikut.

$$\mu(x) = \begin{cases} 0 & x < 0 \text{ atau } x \geq 2 \\ x; & 0 \leq x \leq 1 \\ \frac{2-x}{2-1}; & 1 \leq x \leq 2 \end{cases}$$

- b. Fungsi keanggotaan untuk himpunan *fuzzy* tidak puas yang memiliki domain 2 – 4 dapat dilihat melalui persamaan berikut.

$$\mu(x) = \begin{cases} 0 & x < 2 \text{ atau } x \geq 4 \\ \frac{x-2}{3-2}; & 2 \leq x \leq 3 \\ \frac{4-x}{4-3}; & 3 \leq x \leq 4 \end{cases}$$

- c. Fungsi keanggotaan untuk himpunan *fuzzy* cukup puas yang memiliki domain 4 – 6 dapat dilihat melalui persamaan berikut.

$$\mu(x) = \begin{cases} 0 & x < 4 \text{ atau } x \geq 6 \\ \frac{x-4}{5-4}; & 4 \leq x \leq 5 \\ \frac{6-x}{6-5}; & 5 \leq x \leq 6 \end{cases}$$

- d. Fungsi keanggotaan untuk himpunan *fuzzy* puas yang memiliki domain 6 – 8 dapat

dilihat melalui persamaan berikut.

$$\mu(x) = \begin{cases} 0 & x < 6 \text{ atau } x \geq 8 \\ \frac{x-6}{7-6}; & 6 \leq x \leq 7 \\ \frac{8-x}{8-7}; & 7 \leq x \leq 8 \end{cases}$$

- e. Fungsi keanggotaan untuk himpunan *fuzzy* sangat puas yang memiliki domain 8 – 10 dapat dilihat melalui persamaan berikut.

$$\mu(x) = \begin{cases} 0 & x < 8 \text{ atau } x \geq 10 \\ \frac{x-8}{9-8}; & 8 \leq x \leq 9 \\ \frac{10-x}{10-9}; & 9 \leq x \leq 10 \end{cases}$$

3.3. Fuzzyfikasi dan Defuzzyfikasi

Selanjutnya, dilakukan tahap *fuzzyfikasi* pada hasil rekapitulasi kuisioner persepsi menggunakan rumus *overall effectiveness measure* dan dilanjutkan tahap *defuzzyfikasi* untuk mendapatkan nilai tunggal dari setiap indikator pertanyaan. Berikut tabel hasil *defuzzyfikasi* yang diperoleh.

Tabel 1. Defuzzyfikasi

No	DIMENSI SERVQUAL	PERSEPSI	HARAPAN
P1	TANGIBLE	6,652	7,449
P2		6,689	7,552
P3		6,966	7,580
P4		7,196	8,064
P5		7,431	8,029
P6		7,104	7,770
P7	REABILITY	7,063	7,464
P8		7,017	7,777
P9		6,676	7,268
P10		6,753	7,564
P11	RESPONSIVENESS	6,750	7,516
P12		6,846	7,574
P13		6,734	7,462
P14		6,603	7,590
P15		6,533	7,558
P16	ASSURANCE	6,749	7,562
P17		6,930	7,660
P18		6,966	7,683
P19		7,072	7,701
P20		6,822	7,697
P21	EMPATHY	6,592	7,341
P22		6,816	7,351

P23		6,524	7,427
P24		6,900	7,872
P25		6,750	7,824

3.4. Perhitungan Gap

Nilai tunggal yang diperoleh dari proses *defuzzyfikasi* dilanjutkan untuk perhitungan gap dengan cara mencari selisih antara persepsi dan harapan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kesenjangan yang terjadi antara penilaian dan harapan dari masyarakat terhadap pelayanan yang diterima. Apabila hasil gap bernilai negatif maka hasil yang diharapkan oleh masyarakat belum terpenuhi. Semakin negatif hasil suatu gap menandakan semakin rendah tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan. Analisis tingkat kesesuaian digunakan untuk menentukan nilai prioritas yang akan dijadikan fokus utama untuk mengetahui mana saja indikator-indikator pada setiap variabel yang akan perlu rekomendasi perbaikan dan indikator mana yang perlu dipertahankan. Berikut adalah rumus tingkat kesesuaian yaitu sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100$$

Keterangan

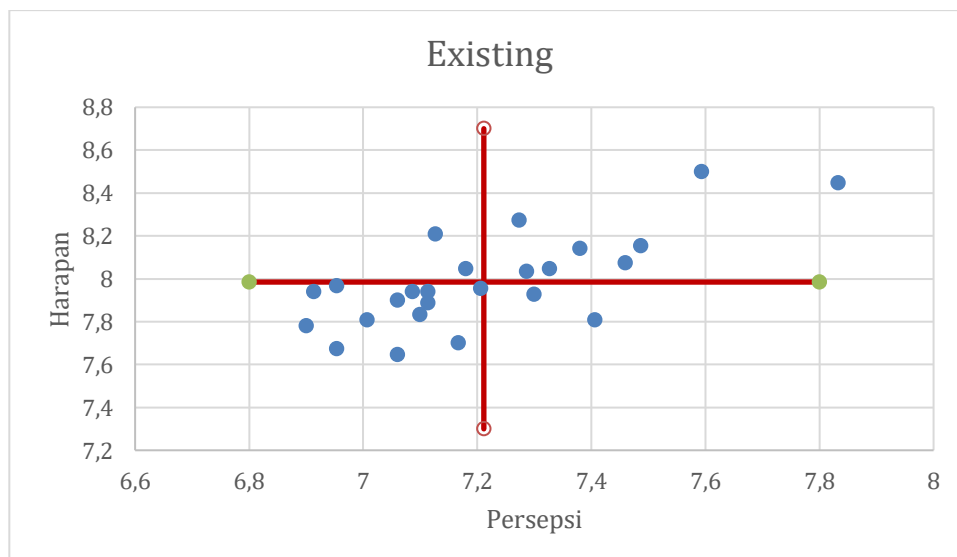
Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor Penilaian kinerja

Yi = Skor Penilaian kepentingan pengguna

3.5. Hasil Analisis Kuadran Dalam *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk menganalisis berdasarkan tingkat kepentingan atau importance dan tingkat kinerja atau performance. Berikut ini adalah hasil pengolahan data kuadran pada importance performance Analysis (IPA).



Gambar 1. Hasil Kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA)

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Metode *fuzzy service quality* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan. Melalui metode *fuzzy service quality* dapat mengetahui fasilitas apa saja yang harus ditingkatkan untuk memperbaiki kualitas pelayanan. Suatu pelayanan akan dinyatakan sangat memuaskan apabila gap yang diperoleh melebihi nol dan dikatakan memuaskan apabila gap yang diperoleh adalah nol. Apabila gap yang diperoleh kurang dari nol maka pelayanan tersebut dinyatakan tidak memuaskan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan metode *fuzzy service quality* semua dimensi pelayanan mendapatkan nilai yang negatif. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak tidak memuaskan. Dimensi yang memperoleh gap paling negatif adalah dimensi *responsiveness* dan dimensi *empathy* dengan gap sebesar -0,846667 sehingga dimensi *responsiveness* dan dimensi *empathy* harus menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Selanjutnya digunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu alat ukur untuk menganalisis berdasarkan tingkat kepentingan atau importance dan tingkat kinerja atau performance.

b. Saran

Tercapainya kepuasan masyarakat terhadap pelayanan administrasi, dan demi kesempurnaan dari penelitian ini. Pelayanan yang diberikan belum dapat memenuhi harapan dari pelanggan, sebaiknya melakukan evaluasi dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan. Penelitian selanjutnya sebaiknya lebih dikembangkan lagi dengan memperhitungkan tingkat kepuasan secara keseluruhan menggunakan metode yang mendukung.

DAFTAR PUSTAKA

Abant, B., Acuner, D., Prof, A., Tarihi, G., Kelimeler, A., Kalitesi, H., Ölçeği, S., Hizmeti, S., & Alanlar, H. 2020. Evaluation of Expected and Perceived Service Quality in Health Services with Servqual Scale Sağlık Kurumlarında Beklenen Ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Analizi. *Euroasia Journal of Mathematics Engineering Natural and Medical Sciences*, 7, 18–34.

Budi Harto. 2015. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Servqual dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Di Bengkel Resmi BAJAJ Padang). *Jurnal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang*, 3(1 SE-Article), 20–30. <https://doi.org/10.21063/jtif.2015.V3.1.20-30>

Dewi, C. 2022. Servqual Analysis on Samsung Libraries, Sungkyunkwan University, Korea: A Study of Tangible. *Indonesian Journal of Librarianship*, 99–110. <https://doi.org/10.33701/ijolib.v3i2.2931>

Goguen, J. A. 1973. L. A. Zadeh. Fuzzy sets. *Information and control*, vol. 8 , pp. 338–353. - L. A. Zadeh. Similarity relations and fuzzy orderings. *Information sciences*, vol. 3 , pp. 177–200. *Journal of Symbolic Logic*, 38(4).

Hapsari, R., Clemes, M., & Dean, D. 2017. The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9, 21–40. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2016-0048>

Hapsari, R., Seftiawan, A., & Umanah, U. 2021. Servqual Analysis on Merangin Public Library Services, Jambi Province. *Indonesian Journal of Librarianship*, 95–105. <https://doi.org/10.33701/ijolib.v1i2.1119>

Kusumadewi, S. (n.d.). Hari Purnomo., 2010, *Aplikasi Logika Fuzzy Untuk Pendukung*

Keputusan, Graha Ilmu, Yogyakarta

Melnyk, S.A., & Christensen, R. T. C. 2000. Back to Basics: Your Guide to Manufacturing Excellence (1st ed.). CRC Press.

Purnama, N, 2006, *Manajemen kualitas perspektif global*, Ekonisia, Yogyakarta.

Singh, D., Gupta, M., & Singh, P. 2022. Gap Analysis Between The Customer's Expectations and Satisfaction Of Real Estate Sector Using The SERVQUAL Model. *Int. J. Indian Culture and Business Management*, Vol. 25, No. 1, <https://doi.org/10.1504/IJICBM.2022.120921>

Sudradjat, S., & Preda, V. 2007. On Portfolio Optimization Using Fuzzy Decisions. 2060075, 2060075. <https://doi.org/10.1002/pamm.2007>

Wisniewski, M. 2001. Using SERVQUAL to Assess Customer Satisfaction with Public Sector Services. *Managing Service Quality*, 11, 380–388. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000006279>

Wulandari, R., Surarso, B., Irawanto, B., & Farikhin. 2021. Predict recovery risk rate of Covid-19. *Journal of Physics: Conference Series*, 1943(1), 12122. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1943/1/012122>

Yuliana, L., & Khusnullaili, F. 2020. Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan Alternatif Wilayah Selatan Kota Yogyakarta Dengan Model Servqual. *Al Maktabah*, 5, 118. <https://doi.org/10.29300/mkt.v5i2.3530>

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. L. 1990. Delivering quality service : balancing customer perceptions and expectations. <https://doi.org/10.5860/choice.28-0390>

PERAMALAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA KE PROVINSI BALI MENGGUNAKAN METODE FUZZY TIME SERIES CHEN

Lubna Aulia¹, Wellie Sulistijanti²

Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang
Jalan Prof. Hamka Km.1 No. 17 (Ngalian Km.01) Tambak Aji Semarang
email : lbnaulia@gmail.com¹, wellie.sulistijanti@itesa.ac.id²

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini untuk meramalkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke provinsi Bali. Karena Provinsi Bali sebagai pintu masuk utama wisatawan mancanegara ke Indonesia memberi perhatian lebih pada sektor pariwisata terlebih setelah terjadi pandemik Covid-19 yang menyebabkan penurunan drastis jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, untuk itu diperlukan langkah untuk meramalkan data time series untuk periode selanjutnya. Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang datang ke provinsi Bali dengan jumlah yang tidak terbatas. Sampel yang digunakan adalah wisatawan mancanegara yang datang ke provinsi Bali dari bulan Juni 2022 sampai dengan bulan Mei 2023 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali sejumlah 12 data. Metode peramalan yang digunakan pada penelitian ini adalah *fuzzy time series Chen*. *Fuzzy time series Chen* merupakan metode prediksi yang mampu mengenali pola dari data *time series*. Hasil peramalan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali untuk bulan Juni 2023 menggunakan fuzzifikasi bulan Mei 2023 dengan hasil peramalan sebesar 413.690 wisatawan dengan nilai *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) sebesar 13,4898%

Kata kunci: *Fuzzy Time Series Chen, Mean Absolute Percentage Error (MAPE).*

ABSTRACT

The purpose of this research is to forecast the number of foreign tourist visits to Bali province. Because Bali Province as the main entrance for foreign tourists to Indonesia pays more attention to the tourism sector, especially after the Covid-19 pandemic which caused a drastic decrease in the number of foreign tourist visits, it is necessary to take steps to forecast time series data for the next period. The population of this research is foreign tourists who come to Bali province with an unlimited number. The sample used is foreign tourists who come to Bali province from June 2022 to May 2023 obtained from the Central Bureau of Statistics (BPS) of Bali Province totalling 12 data. The forecasting method used in this research is Chen's fuzzy time series. Chen's fuzzy time series is a prediction method that is able to recognise patterns from time series data. The results of forecasting the number of foreign tourist visits to Bali Province for June 2023 using fuzzification in May 2023 with a forecast result of 413,690 tourists with a Mean Absolute Percentage Error (MAPE) value of 13.4898%.

Keywords: *Fuzzy Time Series Chen, Mean Absolute Percentage Error (MAPE).*

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata sangat cepat berkembang seiring dengan pertumbuhan negara-negara di dunia (A et al., 2012). Pariwisata di Indonesia berkembang sangat pesat, hal ini berdampak baik kepada banyak pihak mulai dari pemerintah, masyarakat, dan swasta. Salah satu faktor penentu berkembang atau tidaknya sektor pariwisata pada sebuah negara adalah jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Negara Indonesia merupakan salah satu tujuan utama kunjungan wisatawan mancanegara (Herawati, 2016). Bandara I Gusti Ngurah Rai yang terletak di Provinsi Bali merupakan pintu masuk terbesar bagi wisatawan mancanegara. Keadaan ini dapat dimanfaatkan pemerintah untuk meningkatkan perekonomian Negara dan juga dapat menunjang perekonomian masyarakat. Hal ini tentu memerlukan pembangunan yang berkelanjutan pada sektor pariwisata.

Dunia pariwisata terutama di Provinsi Bali setiap tahunnya memang selalu mengalami peningkatan, namun pemerintah maupun pelaku bisnis di sektor pariwisata harus tetap waspada dan memiliki strategi yang kuat jika suatu saat terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dan berdampak pada penurunan jumlah wisatawan mancanegara seperti yang sudah terjadi di tahun 2020-2021 yang dikarenakan oleh pandemi *Covid-19*. Untuk menyusun strategi tersebut pemerintah maupun pelaku bisnis di bidang pariwisata harus memiliki informasi tentang peramalan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu provinsi termasuk Bali, terlebih sektor pariwisata dapat menjadi salah satu penyangga perekonomian Bali bahkan Indonesia di masa depan.

Peramalan merupakan suatu proses untuk memperkirakan kejadian masa depan menggunakan data dimasa lalu (Andika et al., 2023). Salah satu metode peramalan yang paling dikembangkan saat ini adalah peramalan menggunakan data time series, yakni menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data masa lampau yang dijadikan acuan untuk peramalan masa depan (A et al., 2012). Analisis *time series* adalah urutan pengamatan berdasarkan interval waktu yang sama. Waktu yang digunakan dapat berupa hari, minggu, bulan, tahun, dan sebagainya dalam rangka pengambilan keputusan sebagai proyeksi untuk masa yang akan datang (Andika et al., 2023). Salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode *fuzzy time series*. Metode ini memiliki kelebihan yaitu dapat digunakan secara luas pada data *real time* (Febrianti et al., 2020). *Fuzzy time series* juga memiliki kelebihan lain yaitu, *fuzzy time series* tidak membutuhkan data historis dalam jumlah banyak dan tidak memerlukan asumsi-asumsi yang harus dipenuhi (Ekananta et al., 2018).

Beberapa penelitian sebelumnya dari, Rahmawati, dkk, 2020), dan meneliti tentang peramalan jumlah wisatawan di menggunakan Metode *Fuzzy Time Series Chen*”, hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kenaikan jumlah wisatawan yang akan berkunjung ke Kota Pekanbaru pada tahun 2019-2023. Penelitian lain dari Indra Jiwana Thira, dkk, 2019) menghasilka penemuan yaitu peramalan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia memiliki hasil yang sangat baik dengan nilai MAPE sebesar 4,42%. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Fery Andika, dkk, 2022), juga menghasilkan penemuan hasil peramalan jumlah pengunjung wisatawan mancanegara di Provinsi Aceh untuk bulan Agustus 2022 dengan menggunakan metode *fuzzy time series Chen* menunjukkan terjadinya peningkatan yang signifikan dibanding bulan sebelumnya.

Metode fuzzy time series chen sangat baik dalam memprediksi dan dapat menyusun strategi menghadapi peningkatan wisatawan. Metode ini memiliki kemampuan dalam menyelesaikan masalah peramalan data historis berupa nilai-nilai linguistik dan mampu mengenali pola dari data time series. Hasil prediksi akan bernilai sangat baik jika nilai MAPE (*Mean Absolute Percentage Error*) berada dibawah 10% (Alfajriani et al., 2020).

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan peneltiantentang peramalan jumlah wisatawan mancanegara di Provinsi Bali menggunakan metode *fuzzy time series chen*. Rumusan permasalahan dari penelitian ini adalah untuk menguji seberapa besar metode *fuzzy time series chen* dalam meramalkan jumlah wisatawan mancanegara di Provinsi Bali pada periode Juni 2023.

2. METODE

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali, menurut klasifikasi pengumpulannya adalah data runtun waktu (*time series*). Data yang digunakan data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali yang berupa data bulanan dari bulan Juni 2022 sampai dengan bulan Mei 2023.

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik analisa data untuk menjelaskan data secara umum ataugeneralisasi, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi.

Rata-rata dapat dihitung menggunakan rumus berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} \quad (1)$$

Keterangan

:

$\bar{x}$ = rata-rata

x_i = nilai data ke-i

Standar deviasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$s = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

Keterangan :

$\bar{x}$ = rata-rata

x_i = nilai data ke-i

$$\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}$$

(2)

b. Analisis Pengolahan Data

Pengolahan data jumlah kunjungan pariwisata mancanegara ke Provinsi Bali dari Juni 2022 sampai dengan Mei 2023 dengan menggunakan *fuzzy time series Chen*. Terdapat tujuh tahapan dalam menentukan peramalan dengan menggunakan metode *fuzzy time series chen*, yaitu sebagai berikut :

1. Pembentukan Himpunan Semesta

Pembentukan himpunan semesta yang dilambangkan dengan U , dimana U adalah data historis aktual. Setelah mengurutkan data kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Provinsi Bali dari Juni 2022 sampai dengan Mei 2023 maka didapat nilai minimum dan maksimum. Kemudian untuk nilai D_1 dan D_2 peneliti menetapkan nilai masing-masing bilangan positif sembarang yang ditentukan untuk menentukan himpunan semesta dari himpunan data historis Untuk nilai D_1 dan D_2 peneliti menetapkan nilai masing-masing bilangan positif sembarang.

2. Menentukan Interval Berbasis Rata-rata (*Average Based*)

Untuk membentuk interval terlebih dahulu menentukan jumlah kelas interval dan panjang interval, kemudian interval-interval dapat dibentuk. Pembentukan interval ini bisa dilakukan dengan menggunakan rumus sturges.

3. Penentuan Himpunan *Fuzzy*

Himpunan *fuzzy* ditentukan dengan tujuan untuk menyederhanakan dengan cara mengubah data numeric menjadi data linguistik. Himpunan *fuzzy* merupakan perluasan dari himpunan klasik, dimana himpunan klasik hanya memiliki dua nilai keanggotaan yaitu 0 dan 1, sedangkan himpunan fuzzy memiliki nilai keanggotaan yang terletak antara 0 sampai 1, hal ini berarti bahwa nilai yang berada diantara 0 dan 1 termasuk kedalam nilai keanggotaan dari himpunan *fuzzy*.

4. Fuzzifikasi

Fuzzifikasi dapat dilakukan berdasarkan interval efektif yang diperoleh sehingga dapat ditentukan nilai linguistik sesuai dengan banyaknya interval yang terbentuk.

5. Menentukan *Fuzzy Logic Relationship* (FLR)

Fuzzy Logic Relation (FLR) dapat ditentukan berdasarkan data aktual yang telah difuzzifikasi. FLR dapat dilambangkan dengan $A_i \rightarrow A_j$ dimana A_i disebut *current stated* dan A_j disebut *next state*.

6. Pembentukan *Fuzzy Logic Relationship Group* (FLRG)

Pembentukan *Fuzzy Logical Relationship Group* (FLRG) dengan mengelompokkan himpunan *fuzzy* yang memiliki *current state* yang sama menjadi *next state*. Misalnya jika FLR yang terbentuk adalah $A_1 \rightarrow A_2$, $A_1 \rightarrow A_1$, $A_1 \rightarrow A_3$, $A_1 \rightarrow A_1$, maka FLRG yang terbaik yang terbentuk adalah $A_1 \rightarrow A_1, A_2, A_3$.

7. Defuzzifikasi

Proses defuzzifikasi adalah proses untuk menentukan nilai prediksi berdasarkan pada *Fuzzy Logical Relationship* (FLR) dan *Fuzzy Logical Relationship Group* (FLRG). Ada dua tahap dalam proses defuzzifikasi yaitu pertama, mencari nilai tengah setiap interval dan kedua, menghitung nilai peramalan.

8. Ukuran Ketepatan Peramalan

Mean Absolute Percentage Error (MAPE) merupakan pengukuran kesalahan yang menghitung ukuran presentase penyimpangan antar data aktual dengan data peramalan. Nilai MAPE dapat dihitung menggunakan rumus berikut :

$$MAPE = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n \left| \frac{X_t - F_t}{X_t} \right| \times 100\% \quad (8)$$

Keterangan :

X_t = Data historis

F_t = Nilai peramalan pada periode t n = Jumlah data

Interpretasi nilai *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) berdasarkan kriteria berikut :

Tabel 1 Kriteria MAPE

MAPE	Keterangan
< 10%	Peramalan sangat baik
10% - 20%	Peramalan Baik
20% - 50%	Peramalan Cukup
>50%	Peramalan Buruk

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Deskriptif

Dari tabel terlihat bahwa rata-rata kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali pada bulan Juni 2022 sampai dengan Mei 2023 yaitu 320.256,9 wisatawan dengan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak sebesar 439.475 wisatawan dan jumlah kunjungan wisatawan paling sedikit yaitu sebesar 181.625 wisatawan. Berdasarkan nilai standar deviasi, pergerakan data mendekati nilai rata-rata.

Tabel 2 Statistik Deskriptif

Tabel Deskriptif	Data Aktual
Jumlah Data	12
Nilai Maksimum	439.475 wisatawan
Nilai Minimum	181.625 wisatawan
Rata-rata	320.256,9 wisatawan
Standar Deviasi	69.036,89

b. Fuzzy Time Serise Chen

- Pembentukan Himpunan Semesta

Data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali memiliki nilai minimum dan maksimum dari data tersebut yakni $x_{\min} = 181.625$ dan $x_{\max} = 439.475$. Kemudian untuk nilai D_1 dan D_2 penulis menetapkan nilai masing-masing yaitu 0, sehingga himpunan semesta yang dihasilkan yaitu :

$$U = [X_{\min} - D_1 ; X_{\max} + D_2]$$

$$U = [181.625 - 0 ; 439.475 + 0]$$

$$U = [181.625 ; 439.475]$$

Sehingga diperoleh himpunan semesta yaitu :

$$U = [181.625 ; 439.475]$$

- Pembentukan Interval

Sebelum membentuk interval, terlebih dahulu menentukan jumlah kelas interval dan panjang interval kemudian interval-interval dapat terbentuk.

- Jumlah Kelas

$$\text{Jumlah Kelas} = 1 + 3,3 * \text{Log } (n)$$

$$\text{Jumlah Kelas} = 1 + 3,3 * \text{Log } (12) = 4,561 \approx 5$$

- Panjang Kelas

Panjang Interval =

$$\frac{D_{\max} - D_{\min}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{439.475 - 181.625}{5}$$

Setelah jumlah kelas dan panjang interval telah ditentukan, maka interval-interval dapat terbentuk.

Tabel 3 Interval dan Nilai Tengah

Interval	Nilai Tengah
$U_1 = (181.625 ; 233.195)$	207.410
$U_2 = (233.195 ; 284.765)$	258.980
$U_3 = (284.765 ; 336.335)$	310.550
$U_4 = (336.335 ; 387.905)$	362.120
$U_5 = (387.905 ; 439.475)$	413.690

- Penentuan Himpunan Fuzzy

Proses pembentukan himpunan fuzzy bertujuan untuk menyederhanakan yaitu dengan cara mengubah data numerik menjadi data linguistik berdasarkan interval yang telah diperoleh. Pada langkah sebelumnya telah diperoleh himpunan semesta $U_1, U_2, \dots, U_5$ maka dapat diasumsikan menjadi $A_1, A_2, \dots, A_5$.

- Fuzzifikasi

Fuzzifikasi dapat dilakukan berdasarkan interval yang diperoleh sehingga dapat ditentukan nilai linguistik sesuai dengan banyaknya interval yang terbentuk. Hasil fuzzifikasi data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali pada bulan Juni 2022 sampai dengan bulan Mei 2023 yaitu sebagai berikut :

Tabel 4 Fuzzifikasi

Bulan	Data	Fuzzifikasi
Juni 2022	181.625	A1
Juli 2022	246.504	A2
Agustus 2022	276.659	A2
September 2022	291.162	A3
Oktober 2022	305.244	A3
November 2022	287.398	A3

Desember 2022	377.276	A4
Januari 2023	331.912	A3
Februari 2023	323.623	A3
Maret 2023	370.695	A4
April 2023	411.510	A5
Mei 2023	439.475	A5

Hasil fuzzifikasi data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali dari bulan Juni 2022 sampai dengan Mei 2023 dinotasikan dalam bilangan linguistik berdasarkan interval yang diperoleh.

- Menentukan *Fuzzy Logic Relationship* (FLR)

Hasil *fuzzy logic relationship* (FLR) data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali pada bulan Juni 2022 sampai bulan dengan Mei2023 yaitu sebagaiberikut :

Tabel 5 FLR

Fuzzifikasi	FLR
A1	*
A2	$A1 \rightarrow A2$
A2	$A2 \rightarrow A2$
A3	$A2 \rightarrow A3$
A3	$A3 \rightarrow A3$
A3	$A3 \rightarrow A3$
A4	$A3 \rightarrow A4$
A3	$A4 \rightarrow A3$
A3	$A3 \rightarrow A3$
A4	$A3 \rightarrow A4$
A5	$A4 \rightarrow A5$
A5	$A5 \rightarrow A5$

Pada tahap *Fuzzy Logic Relationship* (FLR) seluruh data historis dengan data bulanan sebanyak 12 data akan saling berelasi antara data sebelumnya dengan data sesudahnya, sedangkan untuk bulan Juni 2022 tidak memiliki data pada bulan sebelumnya sehingga tidak ada FLR untuk data bulan Juni 2022, maka FLR dapat dimulai pada bulan Juli 2023 dan menghasilkan 11 FLR yang terbentuk.

- Menentukan *Fuzzy Logic Relationship Group* (FLRG)

Hasil Fuzzy Logical Relationship Group (FLRG) data kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali dari Bulan Juni 2022 sampai dengan Mei 2023 yaitu sebagai berikut :

Tabel 6 FLRG

Kelompok	FLRG
Grup 1	$A1 \rightarrow A2$
Grup 2	$A2 \rightarrow A2, A3$
Grup 3	$A3 \rightarrow A3, A4$
Grup 4	$A4 \rightarrow A3, A5$
Grup 5	$A5 \rightarrow A5$

Jika dalam pengelompokan diperoleh adanya pengulangan *current state* dan *next state* yang sama maka pengulangan tersebut hanya dihitung satu kali karena relasi tersebut dianggap sama.

- Defuzzifikasi

Proses defuzzifikasi dapat dilakukan dengan menggunakan nilai tengah dari masing-masing grup yang sudah terbentuk ditahap sebelumnya.

Tabel 7 Defuzzifikasi

FLRG	Defuzzifikasi
$A1 \rightarrow A2$	258.980
$A2 \rightarrow A2, A3$	284.765
$A3 \rightarrow A3, A4$	336.335
$A4 \rightarrow A3, A5$	362.120
$A5 \rightarrow A5$	413.690

Setelah dilakukan *defuzzifikasi* maka dapat dilanjutkan untuk meramalkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke provinsi Bali untuk satu periode kedepan. Ramalan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali dapat dilakukan dengan melihat *fuzzifikasi* data sebelumnya. Hasil ramalan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali dari bulan Juni 2022 sampai dengan Mei 2023 yaitu sebagai berikut :

Tabel 8 Ramalan Juni 2022-Mei 2023

Bulan	Data	Fuzzifikasi	Ramalan
Juni 2022	181.625	A1	
Juli 2022	246.504	A2	258.980
Agustus 2022	276.659	A2	284.765
September 2022	291.162	A3	284.765
Oktober 2022	305.244	A3	336.335
November 2022	287.398	A3	336.335
Desember 2022	377.276	A4	336.335
Januari 2023	331.912	A3	362.120
Februari 2023	323.623	A3	336.335
Maret 2023	291.162	A4	336.335
April 2023	305.244	A5	362.120
Mei 2023	287.398	A5	413.690

Hasil peramalan jumlah pengunjung wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali dapat dilakukan dengan melihat fuzzifikasi data sebelumnya.

- Mean Absolute Percentage Error (MAPE)

Mean Absolute Percentage Error (MAPE) dari data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali pada bulan Juni 2022 sampai dengan Mei 2023 yaitu sebagai berikut :

Tabel 9 MAPE Juni 2022-Mei 2023

Bulan	Data	Ramalan	$\frac{X_t - F_t}{X_t} \times 100\%$
Juni 2022	181.625		
Juli 2022	246.504	258.980	5,0611
Agustus 2022	276.659	284.765	2,9299
September 2022	291.162	284.765	2,1970
Oktober 2022	305.244	336.335	10,185
November 2022	287.398	336.335	17,027
Desember 2022	377.276	336.335	10,851

Bulan	Data	Ramalan	$\frac{X_t - F_t}{X_t} \times 100\%$
Januari 2023	331.912	362.120	9,1012
Februari 2023	323.623	336.335	3,9280
Maret 2023	291.162	336.335	9,2690
April 2023	305.244	362.120	12,002
Mei 2023	287.398	413.690	5,8672
		MAPE	8,0382

Pada tabel diatas didapatkan perhitungan akurasi peramalan menggunakan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) untuk jumlah wisatawan mancanegara dari bulan Juni 2022 sampai dengan Mei 2023 sebesar 8,0382%. Berdasarkan kriteria nilai MAPE hasil pengujian dengan nilai sebesar 8,0382% menunjukkan bahwa hasil peramalan sangat baik

- Hasil Peramalan

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat hasil peramalan jumlah pengunjung wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali untuk periode selanjutnya yaitu Bulan Mei 2023 adalah sebanyak 413.690 wisatawan dengan nilai MAPE sebesar 13,4898% yang menandakan bahwa tingkat akurasi peramalan baik.

Tabel 10 Hasil Peramalan Juni 2023

Bulan	Data	Ramalan	MAPE
Juni 2023	478.198	413.690	13,4898%

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- Gambaran umum data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali pada bulan Juni 2022 sampai dengan bulan Mei 2023 memiliki nilai rata-rata yaitu sebesar 320.256,9 wisatawan dengan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak terjadi di bulan Mei 2023 dengan jumlah kunjungan sebesar 439.475 wisatawan dan pergerakan data mendekati nilai rata-rata.

- Tingkat akurasi peramalan menggunakan perhitungan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) mendapatkan nilai MAPE sebesar 8,0382% yang mana berarti bahwa peramalan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali dengan metode *fuzzy time series Chen* dalam meramalkan bulan Juni 2022 sampai dengan Mei 2023 mempunyai nilai MAPE sebesar 8,0382% artinya tingkat akurasi peramalan yang sangat baik. Sedangkan hasil peramalan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali untuk periode berikutnya yaitu bulan Juni 2023 memiliki nilai MAPE sebesar 13,4898% yang berarti bahwa tingkat akurasi peramalan yang baik dengan jumlah kunjungan sebesar 413.690 wisatawan.

b. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian metode *fuzzy time series Chen* memiliki kelemahan padatlah FLRG yang mana tidak menghitung pembobotan setiap FLR, maka untuk penelitian

selanjutnya dapat menggunakan metode yang menghitung pembobotan setiap FLR, seperti metode yang dapat digunakan misal *Fuzzy Time Series Sigh* dan *Lee*.

DAFTAR PUSTAKA

- A, A. A. R. I. M., Gadjah, U., & Yogyakarta, M. (2012). *Ba Si S Ra D I a L (Rbf) Da N AutO Regressi Ve I Nt Egrat Ed M Ovi Ng*. 35(0215), 175–182.
- Alfajriani, A., Wati, M., & Puspitasari, N. (2020). Penerapan Metode Fuzzy Time Series Chendan Hsu dalam Memprediksi Kunjungan Wisatawan di Museum Mulawarman. *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI)*, 4(2), 144. <https://doi.org/10.30872/jurti.v4i2.5802>
- Andika, F., Dayanti, S., Dewi, F., Matematika, S., Teknik, F., & Samudra, U. (2023). *PROVINSI ACEH MENGGUNAKAN FUZZY TIME SERIES CHEN*. 20, 15–24.
- Briliant, E. H. (2019). *Peramalan Menggunakan Metode Fuzzy Time Series Cheng*. Meedium.Com. <https://medium.com/@16611077/peramalan-menggunakan-metode-fuzzy-time-series-cheng-d5d323de176d>
- Bujung, F. E., Rotinsulu, D. C., Niode, A. O., Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2019). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Dan Tingkat Hunian Hotel Terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata Sulawesi Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(03), 140–148.
- Ekananta, Y., Muflikhah, L., & Dewi, C. (2018). Penerapan Metode Average-Based Fuzzy Time Series Untuk Prediksi Konsumsi Energi Listrik Indonesia. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(3), 1283–1288. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/1126>
- Fauziah, N., Wahyuningsih, S., & Nasution, Y. N. (2016). Peramalan Menggunakan Fuzzy Time Series Chen (Studi Kasus: Curah Hujan Kota Samarinda). *Statistika*, 4(2), 52–61.

- Febrianti, A., Purwaningsih, T., Kesumawati, A., & Kartikasari, M. D. (2020). *Penerapan Metode Fuzzy Time Series Chen Dan Cheng Dalam Peramalan Rata-Rata Harga Beras Ditingkat Perdagangan Besar (Grosir) Di Indonesia*. 54.
- FeryAndika, Selvi Dayanti, Fransiska Dewi, Nurviana, (2022). *Peramalan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Provinsi Aceh Menggunakan Fuzzy Time Series Chen*. *Jurnal Ilmiah Matematika dan Terapan*, Volume 20 Nomor 1Juni2023(Halaman15-24).<https://doi.org/10.22487/2540766X.2023.v20.i1.16168>
- Herawati, S. (2016). Peramalan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Menggunakan Generalized Regression Neural Networks. *JURNAL INFOTEL - Informatika Telekomunikasi Elektronika*, 8(1), 35. <https://doi.org/10.20895/infotel.v8i1.49>
- Indra Jiwana Thira, Nissa Almira Mayangky, Desiana Nur Kholifah, Imanuel Balla, Windu Gata (2019), *Peramalan Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia menggunakan Fuzzy Time Series*. *JEPIN (Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika)* DOI: <http://dx.doi.org/10.26418/jp.v5i1.31074>
- Pomantow, C., Langi, F. M., Nikita Waworuntu, C., Pariwisata Bali, P., & Nikita Waworuntu. Analisis Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Objek Wisata di Kota Manado, C. (2022). Analisis Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Objek Wisata di Kota Manado Sitasi. *Humanlight Journal of Psychology Desember*, 3(2), 102–113. <http://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/humanlight>
- Rahmawati, Yuniza, Rahma, A. N., & Zukrianto. (2020). Prediksi Jumlah Wisatawan di Kota Pekanbaru pada Tahun 2019- 2023 Dengan Menggunakan Metode Fuzzy Time Series Chen. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(1), 36–44.
- Setiawan, A., Yanto, B., & Yasdomi, K. (2018). Logika Fuzzy Dengan Matlab. In *JayapangusPress*.
- Sugiyama, A. G. (2011). . “Ecotourism: Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam.” Bandung: Guardaya Intimarta 17 (2011). *Bandung: Guardaya Intimarta*, 17.
- Tamrin, H., & Noh, J. (2018). Perbandingan Model Chen Dan Model Lee Pada Metode Fuzzy Time Series Untuk Prediksi Jumlah Ikan. *Jurnal Teknik Informatika (J-Tifa)*, 1(1), 8–17. <https://doi.org/10.52046/j-tifa.v1i1.116>
- Trivusi. (2022). *Penjelasan Lengkap Mengenai Logika Fuzzy (Fuzzy Logic)*. Trivusi.Web.Id. <https://www.trivusi.web.id/2022/05/pengertian-fuzzy-logic.html>
- Utami, S. N. (2021). *Pariwisata: Pengertian Para Ahli dan Indikator*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/17/143045769/pariwisata-pengertian-para-ahli-dan-indikator?page=all>
- Vildayanti, R. A. (2016). Segmentasi Pasar Wisatawan Mancanegara Di Dki Jakarta. *JournalOf Applied Business and Economics*, 2(3), 213–221.

PENGARUH KEPUASAN KERJA, BUDAYA ORGANISASI DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP *TURNOVER INTENTION* PADA KARYAWAN PT NESIA PAN PACIFIC KNIT DI KABUPATEN SEMARANG

Nanin Pratiwi¹, Silvia Hendrayanti²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang

Jl. Menoreh Utara Raya No.11, Sampangan, Kec. Gajahmungkur,

Kota Semarang, Jawa Tengah 50232

e-mail: [1nann.niin@gmail.com](mailto:nann.niin@gmail.com) [2silvia_hendrayanti@yahoo.com](mailto:silvia_hendrayanti@yahoo.com)

Abstrak

Sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu aset penting organisasi yang dapat menggerakkan sumber daya lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepuasan Kerja, Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi terhadap *Turnover Intention* pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang. Variabel independen Kepuasan Kerja (X_1) Budaya Organisasi (X_2), Komitmen Organisasi (X_3) dan variabel dependen adalah *Turnover Intention* (Y). Populasi penelitian ini adalah berjumlah 1006 orang dan untuk sampel menggunakan teknik *purpose sampling* diketahui sebesar 60 orang. Teknik pengumpulan data yaitu dengan metode kuantitatif menggunakan kuesioner. Untuk pengujian instrumen menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel Kepuasan Kerja diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,679 dengan tingkat signifikansi 0,099; karena t_{hitung} -0,679 < t_{tabel} 1,670 signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,099 > 0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif sebesar -0,232, maka Tidak adanya pengaruh negatif antara Kepuasan Kerja terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang, variabel Budaya Organisasi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,169 dengan tingkat signifikansi 0,867; karena t_{hitung} -0,169 < t_{tabel} 1,670; signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,867 > 0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif sebesar -0,047, maka Tidak adanya pengaruh antara Budaya Organisasi terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang, variabel Komitmen Organisasi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,514 dengan tingkat signifikansi 0,000; karena t_{hitung} 4,514 > t_{tabel} 1,670; signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 1,077, maka variabel Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Turnover Intention*. Disarankan kepada pihak perusahaan untuk memperhatikan kondisi lingkungan kerja karyawan sehingga akan membuat *turnover intention* karyawan akan menurun.

Kata kunci: Kepuasan Kerja, Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi, *Turnover Intention*

Abstract

Human resources (HR) are one of the important assets of an organization that can mobilize other resources. This research aims to determine the influence of job satisfaction, organizational culture and organizational commitment on turnover intention among PT Nesia Pan Pacific Knit employees in Semarang Regency. The independent variables are Job Satisfaction (X_1), Organizational Culture (X_2), Organizational Commitment (X_3) and the

dependent variable is Turnover Intention (Y). The population of this study was 1006 people and the sample using purpose sampling technique was known to be 60 people. The data collection technique is a quantitative method using a questionnaire. To test the instrument using the Multiple Linear Regression Analysis method. The results of the research show that the Job Satisfaction variable obtained a t value of -0.679 with a significance level of 0.099; because $t_{count} -0.679 < 1.670$, the significance is greater than 0.05 ($0.099 > 0.05$) and the regression coefficient has a negative value of -0.232, then there is no negative influence between Job Satisfaction on Turnover Intention among PT Nesia Pan Pacific Knit Employees in the Regency Semarang, the Organizational Culture variable obtained a t value of -0.169 with a significance level of 0.867; because $t_{count} -0.169 < t_{table} 1.670$; significance is greater than 0.05 ($0.867 > 0.05$) and the regression coefficient has a negative value of -0.047, so there is no influence between Organizational Culture on Turnover Intention among PT Nesia Pan Pacific Knit employees in Semarang Regency, the Organizational Commitment variable obtained a value t_{count} is 4.514 with a significance level of 0.000; because $t_{count} 4.514 > t_{table} 1.670$; The significance is smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$) and the regression coefficient has a positive value of 1.077, so the organizational commitment variable has a positive and significant effect on Turnover Intention. It is recommended that companies pay attention to the conditions of the employee's work environment so that employee turnover intention will decrease.

Keywords: Job Satisfaction, Organizational Culture, Organizational Commitment, Turnover Intention

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha saat ini berkembang semakin pesat, sehingga perusahaan didalam mengolah usahanya diharapkan mampu tetap bersaing dan mempertahankan usahanya. Salah satu cara agar perusahaan mampu bersaing dan mempertahankan perusahaannya adalah menggunakan sumber daya yang dimiliki perusahaan dengan efektif dan efisien. Sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu aset penting organisasi yang dapat menggerakkan sumber daya lainnya. Dewasa ini, banyak organisasi yang telah menyadari pentingnya memelihara sumber daya manusia. SDM memiliki sumbangan yang sangat besar dalam menentukan keberhasilan perusahaan sehingga timbul tuntutan adanya peranan penting manajemen sumber daya manusia dalam sebuah Perusahaan (Hasibuan, 2019)

Tingkat turnover karyawan yang tinggi merupakan ukuran yang sering digunakan sebagai indikasi adanya masalah yang mendasar pada organisasi. Turnover karyawan dapat menciptakan ketidakstabilan dan ketidakpastian terhadap kondisi karyawan, juga peningkatan biaya rekrutmen. Sudarmayanti (2019) menambahkan bahwa biaya atau kerugian atas adanya *turnover* meliputi biaya langsung yang terkait dengan kegiatan rekrutmen (antara lain biaya iklan, biaya agen) dan biaya pencarian; biaya tidak langsung misalnya biaya-biaya yang berhubungan dengan pelatihan karyawan baru; dan kerugian produktivitas oleh proses pembelajaran karyawan baru. Oleh karena itu suatu perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan karyawannya, seperti mampu memberikan balas jasa tinggi dan memahami hal-hal yang mampu membuat karyawannya kerasan untuk tetap bekerja tanpa menurunkan kinerja perusahaan tersebut secara keseluruhan (Junaidi et al., 2020).

Dalam dunia kerja, kepuasan kerja merupakan hal yang sangat penting bagi setiap pekerja. Seorang pekerja yang merasa puas dalam pekerjaannya akan membawa dampak yang positif dalam banyak hal, salah satunya adalah menurunkan keinginan untuk

meninggalkan perusahaan. Robbins dan Judge (2019) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari evaluasi karakteristik-karakteristiknya. Kepuasan kerja ditentukan oleh beberapa faktor yakni kerja yang secara mental menantang, kondisi kerja yang mendukung, rekan kerja yang mendukung, serta kesesuaian kepribadiannya dengan pekerjaan.

Menurut Luthans (2018) komitmen itu sendiri diartikan secara umum sebagai sikap yang menunjukkan loyalitas karyawan dan merupakan proses berkelanjutan bagaimana seorang anggota organisasi mengekspresikan perhatian mereka kepada kesuksesan dan kebaikan organisasinya. Meyer dan Allen (2019) mendefinisikan komitmen organisasi secara mendasar dibagi dalam komitmen sikap dan komitmen perilaku. Komitmen sikap didefinisikan sebagai sebuah sikap yang ditujukan pada proses dimana orang mulai berpikir hubungan mereka dengan sebuah organisasi. Menurut Nagar (2018) Komitmen organisasional adalah tingkat dimana karyawan yakin dan menerima tujuan organisasi, serta berkeinginan untuk tetap tinggal dengan organisasi tersebut. Komitmen karyawan terhadap organisasi ditunjukkan dengan keterlibatannya secara aktif dalam mencapai tujuan organisasi (Simanjuntak, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara dengan manager HRD PT Nesia Pan Pacific Knit, ditemukan adanya masalah tentang turnover intention. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1
Data Turnover Karyawan perbulan PT Nesia Pan Pacific Knit Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah KaryawanMasuk	Jumlah KaryawanKeluar
1	Januari	0	3
2	Februari	3	7
3	Maret	1	5
4	April	2	4
5	Mei	5	2
6	Juni	1	6
7	Juli	7	2
8	Agustus	10	7
9	September	2	5
10	Oktober	6	7
11	November	3	5
12	Desember	7	2

Sumber : PT Nesia Pan Pacific Knit Tahun 2022

Peneliti melakukan wawancara dari Manager HRD, adanya fenomena yang menunjukkan bahwa karyawan merasa gaji yang diterima belum sesuai dengan beban kerja yang diberikan. Selain gaji, perawat juga merasa kurang puas dengan sistem promosi karyawan yang kurang jelas maupun sistem reward dan rekan kerja yang kurang pandai secara teknis dan tidak mendukung secara sosial secara bekerja. Pekerjaan sering melihat penggajian sebagai refleksi cara pandang manajemen terhadap kontribusi pekerjaan kepada organisasi, pengembangan karir dan proses peluang promosi terlihat mempunyai dampak yang berbeda terhadap kepuasan kerja. Adanya kecenderungan kurangnya komitmen para karyawan hal itu dapat disimpulkan karena adanya banyak keinginan karyawan untuk mengajukan surat pengunduran diri kepada supervisor setiap bagian ketika ada beberapa karyawan yang bermasalah, mereka tidak mempertahankan diri mereka di perusahaan tersebut apabila mendapat surat peringatan (sp) tetapi justru ingin mengajukan surat pengunduran diri, tentu

saja hal ini tidak baik untuk berlangsungnya perusahaan di kemudian hari.

Beberapa penelitian sebelumnya melahirkan *research gap* karena hasil penelitian mereka mengalami inkonsistensi. Perbedaan tersebut peneliti rangkum dalam tabel berikut di bawah ini:

Tabel 2
Research GAP

No.	<i>Research GAP</i>	Hasil Penelitian	Peneliti
1.	Kepuasan Kerja terhadap <i>Turnover Intention</i>	Terdapat pengaruh positif	Muhammad Irfan Nasution, 2019. Budi Wahono, 2021
		Terdapat pengaruh negatif	Ranto P Sihombing, 2019 Desi Permata Sari, 2019 Firda Apriani, 2020 Lasmi Novia, 2020 Suryaman, 2021 Umi Kalsum, 2022
2.	Budaya Organisasi terhadap <i>Turnover Intention</i>	Terdapat pengaruh positif	Muhammad Irfan Nasution, 2019. Budi Wahono, 2021
		Terdapat pengaruh negatif	Ranto P Sihombing, 2019. Desi Permata Sari, 2019. Lasmi Novia, 2020 Suryaman, 2021 Umi Kalsum, 2022
3.	Komitmen organisasi terhadap <i>Turnover Intention</i>	Terdapat pengaruh positif	Desi Ariani, 2019 Budi Wahono, 2021
		Terdapat pengaruh negatif	Muhammad Irfan Nasution, 2019. Ni Luh Sili Antari, 2019 Made Surya Putra, 2019 Firda Apriani, 2020. Lasmi Novia, 2020 Suryaman, 2021 Umi Kalsum, 2022

Sumber : Penelitian terdahulu 2019-2022

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul, **“PENGARUH KEPUASAN KERJA, BUDAYA ORGANISASI DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP *TURNOVER INTENTION* PADA KARYAWAN PT NESIA PAN PACIFIC KNIT DI KABUPATEN SEMARANG”**

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diatas, maka dapat diketahui rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Kepuasan Kerja terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang?
- b. Apakah Budaya Organisasi terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang?
- c. Apakah Komitmen organisasi terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang?

1.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah sebelumnya, penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh Kepuasan Kerja terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.
- b. Untuk mengetahui adanya pengaruh Budaya Organisasi terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.
- c. Untuk mengetahui adanya pengaruh Komitmen organisasi terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.

1.3 Kajian variabel

Turnover Intention

Intensi adalah niat atau keinginan yang timbul pada individu untuk melakukan sesuatu. Sementara turnover adalah berhentinya atau penarikan diri seseorang karyawan dari tempat bekerja. Dengan demikian, *Turnover Intention* (intensi keluar) adalah kecenderungan atau niat karyawan untuk berhenti bekerja dari pekerjaannya (Zeffane, 2018).

Kepuasan Kerja

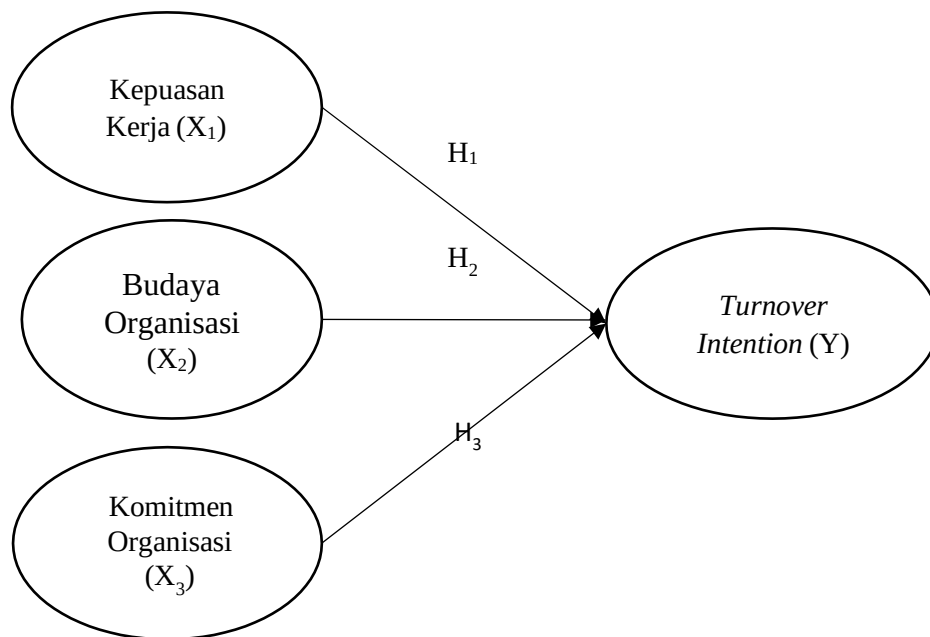
Dalam dunia kerja, kepuasan kerja merupakan hal yang sangat penting bagi setiap pekerja. Seorang pekerja yang merasa puas dalam pekerjaannya akan membawa dampak yang positif dalam banyak hal, salah satunya adalah menurunnya keinginan untuk meninggalkan perusahaan. Robbins dan Judge (2019) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari evaluasi karakteristik- karakteristiknya.

Budaya organisasi

Budaya organisasi adalah nilai-nilai dan norma yang dianut dan dijalankan oleh sebuah organisasi terkait dengan lingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan kegiatannya (Fahmi, 2018).

Komitmen Organisasional

Simamora (2018) secara sederhana komitmen organisasi merupakan perilaku seseorang terhadap suatu lingkungan organisasi kerja, dimana perilaku ini memiliki kepercayaan diri pada tingkat yang tinggi dan mencapai tujuan dalam organisasi kerja.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

1.4 Hubungan antar variabel

Variabel Kepuasan Kerja terhadap *Turnover Intention*

Luthans (2019) menyebutkan bahwa kepuasan kerja merupakan keadaan emosi yang senang atau emosi positif yang berasal dari penilaian kerja atau pengalaman seseorang. Lebih jauh dikatakan bahwa kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya, yang dapat terlihat dari sikap positif pekerja terhadap pekerjaannya dan segala sesuatu yang dihadapi pada lingkungan kerja.

Variabel Budaya Organisasi terhadap *Turnover Intention*

Budaya organisasi adalah nilai-nilai dan norma yang dianut dan dijalankan oleh sebuah organisasi terkait dengan lingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan kegiatannya (Erni 2019). Sedangkan menurut Kreitner (2019) Budaya organisasi adalah satu wujud tanggapan yang dimiliki, yang diterima secara implisit oleh kelompok dan menentukan bagaimana kelompok tersebut rasakan, pikirkan, dan bereaksi terhadap lingkungannya yang beraneka ragam.

Variabel Komitmen Organisasi terhadap *Turnover Intention*

Mangkunegara (2019) secara sederhana komitmen organisasi merupakan perilaku seseorang terhadap suatu lingkungan organisasi kerja, dimana perilaku ini memiliki kepercayaan diri pada tingkat yang tinggi dan mencapai tujuan dalam organisasi kerja. Secara hal pribadi menjelaskan seorang individu dalam organisasi dimana individu mau bekerja dan berniat menjadi anggota organisasi dan ikut serta untuk mencapai tujuan organisasi kerja.

1.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang ingin dipecahkannya (Ferdinand, 2019). Berdasarkan masalah diatas, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu:

H₁ : Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan Kerja terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.

- H₂ : Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Budaya Organisasi terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.
- H₃ : adanya pengaruh positif dan signifikan antara Komitmen organisasi terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.

2 METODE

2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2019). Adapun yang dijadikan sebagai populasi pada penelitian ini adalah semua karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang 1006 karyawan

2.2 Sampel

Sampel menurut (Sugiyono, 2008) adalah Sebagian dari populasi yang karakteristiknya diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlah lebih sedikit dari jumlah populasi). Rumus Hair et al (2019) digunakan karena ukuran populasi diketahui pasti tapi terlalu banyak. Untuk mengetahui sampel penulis memakai rumus sbb:

$$N = (15^S / D 20) \times K$$

$$N = 15 \times 4$$

$$N = 60$$

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diwujudkan dalam bentuk pernyataan. Metode Pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan menggunakan kuesioner yang berupa pernyataan tertulis, yang diberikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan keadaan sebenarnya.

2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data sangat berpengaruh terhadap hasil data yang dikumpulkan. Kegiatan dalam analisis data ini dimulai dari mengelompokkan data berdasarkan variabel dan karakteristik data, coding, tabulasi hingga mengolah data. Untuk mendapatkan hasil analisis yang lebih teliti dan dipercaya, maka peneliti ini menggunakan software SPSS versi 20.0 untuk memudahkan dalam menghitung data. Data yang terkumpul diolah ke dalam Analisis Regresi Berganda dan Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari beberapa uji lainnya yaitu, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Hipotesis. u

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Kenormalan data dapat diuji dengan Kolmogorov-Smirnov dengan hasil data seperti pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	12.8333333
	Std. Deviation	1.29268795
	Absolute	.118
Most Extreme Differences	Positive	.118
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.910
Asymp. Sig. (2-tailed)		.379

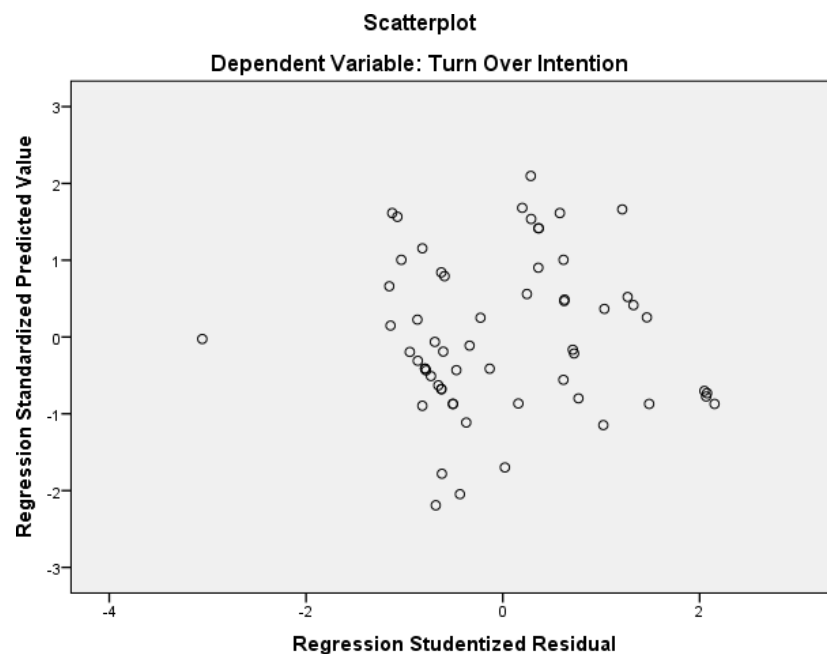
Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui nilai *Kolmogorov Smirnov* sebesar Nilai $Sig(n)0.379 > 0.05$ mempunyai arti bahwa data berdistribusi normal.

B. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji Heterokedastisitas terlihat pada gambar dibawah ini

Gambar 2
Scatterplot Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data primer diolah (2023)

Hasil analisis pada Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat dipastikan tidak terjadi gejala Heterokedastisitas.

Tabel 4
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VI F
1		
(Constant)		
Kepuasan Kerja	.448	2.234
Budaya Kerja	.457	2.189
Komitmen Organisasi	.835	1.198

a. Dependent Variable: Turnover Intention

Sumber: Olah Data 2023

Melihat hasil pada tabel 4 hasil perhitungan nilai Tolerance tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0.10 Sementara itu hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal serupa yaitu tidak adanya nilai VIF dari variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10.

C. Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan pengolahan data melalui program SPSS menghasilkan output data seperti di bawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.022	4.363		.234	.816
	Kepuasan Kerja	-.232	.138	-.203	-.679	.099
	Budaya Organisasi	-.047	.276	-.021	-.169	.867
	Komitmen Organisasi	1.077	.239	.549	4.514	.000

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan uji statistik regresi yang telah dilakukan dapat disusun persamaan matematis dari penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 1,022 + -0,232X_1 + -0,047X_2 + 1,077X_3$$

D. Uji Hipotesis

A. Hasil Uji T (Parsial)

Hasil uji t terlihat pada tabel berikut ini bahwa semua variabel signifikan karena angka probabilitas lebih kecil (<) dari taraf signifikansi 0.05:

Tabel 6
Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.022	4.363		.234	.816
Kepuasan Kerja	-.232	.138	-.203	-.679	.099
Budaya Organisasi	-.047	.276	-.021	-.169	.867
Komitmen Organisasi	1.077	.239	.549	4.514	.000

Sumber : Data primer diolah (2023).

B. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.538 ^a	.290	.252	3.088

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,252. Hal ini berarti 25,20% *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang yang dipengaruhi oleh variabel bebas (X) yang terdiri dari Kepuasan Kerja (X₁), Budaya Organisasi (X₂) dan Komitmen organisasi (X₃), sedangkan sisanya yaitu 71,00% *Turnover Intention* dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

C. Hasil Uji Statistik Simultan (F test)

Tabel 8
Hasil Uji Statistik Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	217.679	3	72.560	7.610	.000 ^b
Residual	533.921	56	9.534		
Total	751.600	59			

a. Dependent Variable: Turn Over Intention

b. Predictors: (Constant), Komitmen Organisasi, Kepuasan Kerja, Budaya Organisasi

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Dari tabel 4.12 hasil pengujian yang didapat yaitu F_{hitung} 7,610 dan Sig 0,000^a , karena F_{hitung} 7,610 > dari F_{tabel} 2,27 dan signifikansi 0,000<0,05. Dengan kata lain model

yang digunakan sesuai dengan ketentuan

Pembahasan Hasil Penelitian

A. Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap *Turnover Intention*

Hasil statistik uji t untuk variabel Kepuasan Kerja diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,679 dengan tingkat signifikansi 0,099; karena $t_{hitung} -0,679 < t_{tabel} 1,670$ signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,099 > 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif sebesar -0,232. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh Kepuasan Kerja terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.

Kepuasan kerja berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap turnover intention pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang maka data yang dikumpulkan tidak berhasil membuktikan keterkaitan antara kepuasan kerja terhadap turnover dan bukan berarti kepuasan kerja tidak berpengaruh terhadap turnover intention melainkan data sampel tidak berhasil membuktikan hubungan tersebut sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak. Evaluasi terhadap berbagai alternatif pekerjaan pada akhirnya akan mewujudkan terjadinya turnover karena individu yang memilih keluar organisasi akan mengharapkan hasil yang lebih memuaskan di tempat lain (Andini, 2006). Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Witasari (2009) yang menunjukkan bahwa kepuasan kerja memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap turnover intention.

B. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap *Turnover Intention*

Hasil statistik uji t untuk variabel Budaya Organisasi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,169 dengan tingkat signifikansi 0,867; karena $t_{hitung} -0,169 < t_{tabel} 1,670$; signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,867 > 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai negatif sebesar -0,047. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh Kepuasan Kerja terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia

Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desi Permata Sari (2019), Made Surya Putra (2019), yang menunjukkan bahwa variabel Budaya Organisasi tidak berpengaruh terhadap *Turnover Intention*. Menurut Robbins and Judge (2018) budaya organisasi padatan memiliki dampak yang cukup kuat dan berpengaruh besar terhadap perilaku pekerja dan secara khusus menurun turnover intention, begitupun sebaliknya. Sehingga karyawan memandang pekerjaan bukan sebagai beban atau komitmen tetapi sebagai implikasinya bekerja dan menciptakan diri sendiri, sejak itu seorang perwakilan diantisipasi untuk bisa menjiwai pekerjaannya serta bekerja dengan pikiran dan hati, bila karyawan ini mampu menerima nilai-nilai utama organisasi seutuhnya. Penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2014), Indriana (2012) dan Afrita (2017) budaya organisasi berpengaruh positif terhadap *turnover intention*.

C. Pengaruh Komitmen organisasi terhadap *Turnover Intention*

Hasil statistik uji t untuk variabel Komitmen Organisasi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,514 dengan tingkat signifikansi 0,000; karena $t_{hitung} 4,514 > t_{tabel} 1,670$; signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 1,077. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Komitmen organisasi terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Luh Sili Antari (2019) yang menyatakan bahwa variabel Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Turnover Intention*.

7. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepuasan Kerja tidak berpengaruh terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.
2. Budaya Organisasi tidak berpengaruh terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.
3. Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan PT Nesia Pan Pacific Knit di Kabupaten Semarang.

b. Saran

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini di antara lain adalah

- i. Pihak perusahaan hendaknya dapat lebih meningkatkan kepuasan kerja karyawan. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan cara menambah frekuensi training guna meningkatkan keterampilan karyawan dalam bekerja sehingga karyawan merasa puas dalam melakukan pekerjaannya karena terbukti dapat meminimalkan tingkat keinginan berpindah.
- ii. Sebaiknya perusahaan menerapkan budaya organisasi yang baik terkait dengan inovasi dan pengambilan resiko, perhatian terhadap detail, orientasi hasil, orientasi tim, keagresifan, dan stabilitas karena terbukti dapat meminimalkan tingkat keinginan berpindah.
- iii. Disarankan kepada pihak perusahaan untuk memperhatikan gaji atau pendapatan dari setiap karyawan, sehingga komitmen organisasi karyawan akan semakin lebih baik, sehingga tidak menjadi alasan karyawan untuk berpindah.
- iv. Disarankan kepada pihak perusahaan untuk memperhatikan kondisi lingkungan kerja karyawan sehingga akan membuat *turnover intention* karyawan akan menurun.
- v. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan kedepan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan lebih banyak lagi variabel contohnya stress kerja, semangat kerja, dsb, untuk mengukur *turnover intention* ataupun merubah variabel yang pernah digunakan dengan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen and Meyer. 2018. *The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to Organization*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Desi Permata Sari, 2019. Pengaruh Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap *Turnover Intention* Pada PT Suka Fajar Solok.
- Fahmi, Irham. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Alfabeta
- Farida, Umi. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia II*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.
- Firda Apriani. 2020. Pengaruh Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi Dan Stres Kerja Terhadap *Turnover Intention* Karyawan PT Daya Eka Samudera Jakarta.
- Hasibun, S.P Malayu. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta
- Alex, S. Nitisemito. 2002. *Manajemen Personalia*. Edisi Revisi. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Hartono, Sri & Umi Farida. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia II*. Ponorogo: Umpo Press.
- Junaidi, A., Hendrayati, S., Nindhita, Y., Hardiyanti, O., & Sari, R. (2020). Management Analysis Journal Analysis of Variables Affecting Brand Loyalty in Junior Crocodile Products at Paragon Mall Semarang Article Information. *Management Analysis Journal*, 9(4). <http://maj.unnes.ac.id>

- Kreitner, Robert dan Angelo Kinicki. 2019. *Perilaku Organisasi*. Edisi 9. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Luthans, Fred. 2018. *Perilaku organisasi*. Edisi 10. Yogyakarta : Andi.
- Made Surya Putra. 2019. Pengaruh Stres Kerja, Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasional Terhadap *Turnover Intention* Pada Karyawan.
- Maizul Rahmizal. 2020. Pengaruh Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi Dan Stres Kerja Terhadap *Turnover Intention* Karyawan PT. Brahma Bina Bakti Mill Jambi
- Mangkunegara, A.A. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia Kantor*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Margono, 2014, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta :Rineka Cipta.
- Meyer, JP, and Allen N.J, 2018. *A Three Component Conceptualization of organizational Commitment, Human Resource Management Review*.

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL & KECERDASAN SPIRITUAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI

Rina Masruroh¹, Rifki Muhammad Firmansyah², Frizi Arya Denandra³,
Frisca Valencia⁴, Fitria Dwi Sulastri⁵

Universitas Kuningan

Jl. Cut Nyak Dhien No.36A, Cijoho, Kec. Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat

e-mail : ¹(rina.masruroh@uniku.ac.id), ²(rifkim.firmansyah@gmail.com),
³(20200510015@uniku.ac.id), ⁴(20200510165@uniku.ac.id), ⁵(20200510013@uniku.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini adalah tentang pengaruh Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Pegawai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Pegawai. Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif, jumlah 40 pegawai dengan menggunakan Sampel Jenuh sebagai partisipan. Fokus penelitian berjumlah 40 orang. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan Kuesioner dengan Analisis Data berupa Regresi linear berganda. Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh Positif antara Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Pegawai. 2) Terdapat pengaruh Positif antara Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Pegawai. Terdapat pengaruh Positif antara Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Pegawai.

Kata Kunci: Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Spiritual, Kinerja Pegawai

Abstract

This research was about the influence of Emotional Intelligence and Spiritual Intelligence on Employee Performance. This research aimed to determine the influence of emotional intelligence and spiritual intelligence on employee performance. This research used quantitative methods, 40 employees using saturated samples became participants. The focus of this research was amounted to 40 people. To collect the data, this research used questionnaires with data analysis in the form of multiple linear regressions. The classical assumption test uses the normality test, the multicollinearity test and the heteroscedasticity test. From the data it can be concluded that : 1) There is a positive influence between Emotional Intelligence and Spiritual Intelligence on Employee Performance. 2) There is a positive influence between Emotional Intelligence on Employee Performance. 3) There is a positive influence between Spiritual Intelligence on Employee Performance.

Keywords: Emotional Intelligence, Spiritual Intelligence, Employee Performance

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia (SDM) merupakan sumber daya yang paling penting dalam perusahaan. Pencapaian tujuan perusahaan sangat tergantung dari kinerja SDM nya, oleh karena itu perusahaan harus mampu memberdayakan SDM dalam mewujudkan tujuannya. Menurut Mathis & Jackson (2015) tujuan perusahaan dapat tercapai apabila perusahaan memiliki SDM yang terampil dan handal di bidangnya.

Dari data SKP (Sasaran Kinerja Pegawai) tahun 2019-2021 yang di himpun peneliti dari salah satu instansi di Kabupaten Kuningan sebagai berikut:

Tabel 1. 1

Data SKP (Sasaran Kinerja Pegawai) BNN Kuningan Tahun 2019-2021

Kriteria	2019		2020		2021	
	Jumlah Pegawai	%	Jumlah Pegawai	%	Jumlah Pegawai	%
Sangat Baik	24	60%	12	30%	4	10%
Baik	16	40%	24	60%	12	30%
Cukup	-	-	4	10%	24	60%
Kurang	-	-	-	-	-	-
Jumlah	40	100%	40	100%	40	100%

Sumber : Salah satu instansi Kab. Kuningan 2019-2021

Berdasarkan data di atas menunjukkan hasil penilaian kinerja yang belum optimal, mengalami penurunan terus bertambah. di tahun 2020 mencapai 10%, kemudian di tahun 2021 mencapai 60%, dan pada tahun 2021 merupakan penurunan penilain kinerja pada capaian SKP yang paling tinggi yaitu sebesar 60%. Dan bahkan pada tahun 2021 pegawai pada instansi tersebut hanya ada 4 orang yang mencapai nilai sangat baik. . Hal ini sangat mempengaruhi kinerja pegawainya pada capaian kerja pegawai pada instansi tersebut yang mengakibatkan tidak tercapainya SKP (Sasaran Kinerja Pegawai) dari tahun ke tahun. Maka dari data di atas dapat dinyatakan bahwa terdapat masalah kinerja pegawai pada instansi tersebut.

Permasalahan terkait kinerja selalu menjadi fokus perhatian setiap organisasi/instansi. Selama ini kompetensi diyakini sebagai aspek mendasar yang paling berpengaruh terhadap kinerja pegawai, tetapi menurut Goleman (2007) kinerja karyawan tidak hanya dilihat dari kemampuan kerja yang sempurna, tetapi juga kemampuan menguasai dan mengelola diri sendiri serta kemampuan dalam membina hubungan dengan orang lain. Inilah yang kemudian dikenal dengan istilah kecerdasan emosi (*emotional intelligence*). Selain kecerdasan emosi, Zohar D & Marshall (2007) yang menyatakan bahwa kecerdasan spiritual akan membuat seorang manusia menjadi lebih paripurna secara intelektual, emosi dan spiritual.

Gambaran pengaruh kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual terhadap kinerja pada pegawai di tunjukkan dalam hasil penelitian yang di lakukan oleh Mulyasari, (2019) membuktikan bahwa : Kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Artinya semakin baik kecerdasan emosional maka semakin meningkat pula kinerja. Selanjutnya hasil penelitian yang di lakukan oleh Riesvi & Lie, (2020) membuktikan bahwa : Kecerdasan spiritual dan kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai.

Sementara peneliti lainnya oleh Akimas & Bachri, (2016) menyatakan hasil penelitian membuktikan bahwa (1) Kecerdasan emosional (EQ) berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja; (2) Kecerdasan spiritual (SQ) berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Selanjutnya hasil penelitian dari Utama, (2021) membuktikan bahwa

kecerdasan emosional dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja, sedangkan kecerdasan spiritual tidak berpengaruh terhadap kinerja.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual terhadap kinerja pegawai.

LANDASAN TEORI KINERJA PEGAWAI

Pengertian Kinerja Pegawai

Sinambela (2012:5) mendefinisikan bahwa kinerja adalah pelaksanaan suatu pekerjaan dan penyempurnaan pekerjaan tersebut sesuai dengan tanggung jawabnya sehingga dapat mencapai hasil sesuai dengan yang di harapkan. Definisi ini menunjukkan bahwa kinerja di tekankan pada proses, di mana selama pelaksanaan pekerjaan tersebut di lakukan penyempurnaan-penyempurnaan sehingga pencapaian hasil pekerjaan atau kinerja dapat di optimalkan.

Mangkunegara (2013:7) mengemukakan bahwa kinerja karyawan merupakan istilah yang berasal dari kata *Job Performance* atau *Actual Performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang).

Simanjuntak (2015:98) menyatakan bahwa kinerja adalah tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu. Simanjuntak juga mengartikan kinerja individu sebagai tingkat pencapaian atau hasil kerja seseorang dari sasaran yang harus dicapai dalam kurun waktu tertentu.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Siagian (2014:89) menyatakan bahwa kinerja di pengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Kecerdasan intelektual
Suatu kemampuan umum yang membedakan kualitas orang yang satu dengan orang yang lain.
2. Kecerdasan emosional
Kemampuan untuk merasakan emosi, menerima dan membangun emosi dengan baik, memahami emosi dan pengetahuan emosional sehingga dapat meningkatkan perkembangan emosi dan intelektual.
3. Kecerdasan spiritual
Rasa moral, kemampuan menyesuaikan aturan yang kaku di barengi dengan pemahaman dan cinta serta kemampuan setara untuk melihat kapan cinta dan pemahaman sampai pada batasannya, juga memungkinkan kita bergulat dengan hal baik dan jahat, membayangkan yang belum terjadi serta mengangkat kita dari kerendahan.
4. Kepuasan kerja
Pernyataan emosional yang positif atau menyenangkan sebagai hasil dari penilaian terhadap pengalaman kerja atau pekerjaan seseorang.

Indikator Kinerja

Siagian (2014:90) menyebutkan kriteria yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja pegawai secara individu yakni:

1. Kualitas
Kualitas merupakan tingkatan dimana hasil akhir yang dicapai mendekati sempurna dalam arti memenuhi tujuan yang diharapkan oleh perusahaan.
2. Kuantitas
Kuantitas adalah jumlah yang dihasilkan yang dinyatakan dalam istilah sejumlah unit kerja atau jumlah siklus aktivitas yang dihasilkan.

3. Ketepatan waktu dari hasil

Ketepatan waktu dari hasil yaitu sesuai dengan waktu yang direncanakan.

KECERDASAN EMOSIONAL

Pengertian Kecerdasan Emosional

Surjadi (2014) mendefinisikan kecerdasan emosional adalah kapasitas untuk mengerti dan berinteraksi secara efektif dengan orang-orang lain, ada hubungan antara badan dan pikiran maka ada pula hubungan tentang perlunya menilai/menghargai pentingnya kecakapan/keahlian (*Proficiency*) dalam tingkah laku antar orang (*interpersonal behavior*).

Goleman (2014) menyatakan bahwa “kecerdasan emosi dalam lima wilayah utama yaitu, kemampuan mengenali emosi diri, mengelola emosi diri, memotivasi diri sendiri, mengenali emosi orang lain, dan kemampuan membina hubungan dengan orang lain”.

Harsono (2013) “berpendapat bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan di bidang emosi yaitu kesanggupan menghadapi frustrasi, kemampuan mengendalikan emosi, semangat optimisme, dan kemampuan menjalin hubungan dengan orang lain atau empati”

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kecerdasan Emosi

Menurut Goleman (2014:267) menjelaskan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi kecerdasan emosional:

1. Lingkungan keluarga

Kehidupan keluarga merupakan sekolah pertama dalam mempelajari emosi, kecerdasan emosional dapat diajarkan pada saat masih bayi melalui ekspresi. Peristiwa emosional yang terjadi pada masa kanak-kanak akan melekat dan menetap secara permanen hingga dewasa. Kehidupan emosional yang dipupuk dalam keluarga sangat berguna bagi setiap individu kelak kemudian hari.

2. Lingkungan non keluarga

Hal ini yang terkait adalah lingkungan masyarakat dan pendidikan, kecerdasan emosional, ini berkembang sejalan dengan perkembangan fisik dan mental. Pembelajaran ini biasanya di tujukan dalam suatu aktivitas seseorang diluar dirinya dengan emosi yang menyertai keadaan orang lain

Indikator Kecerdasan Emosional

Goleman (2014:109) mengemukakan indikator kecerdasan emosional sebagai berikut yaitu :

1. Kesadaran diri (*self awareness*)

Kesadaran diri adalah kemampuan untuk mengetahui apa yang di rasakan dalam dirinya dan menggunakannya untuk memandu pengambilan keputusan diri sendiri, memiliki tolak ukur yang realistis atas kemampuan diri sendiri dan kepercayaan diri yang kuat.

2. Pengaturan diri (*self management*)

Pengaturan diri adalah kemampuan seseorang dalam mengendalikan dan menangani emosinya sendiri sedemikian rupa sehingga berdampak positif pada pelaksanaan tugas, memiliki kepekaan pada kata hati, serta sanggup menunda kenikmatan sebelum tercapainya suatu sasaran dan mampu pulih kembali dari tekanan emosi.

3. Empati (*emphaty*)

Empati merupakan kemampuan merasakan apa yang dirasakan orang lain,

mampu memahami perspektif orang lain dan menumbuhkan hubungan saling percaya, serta mampu menyelaraskan diri dengan berbagai tipe hubungan.

KECERDASAN SPIRITUAL

Pengertian Kecerdasan Spiritual

Nggermanto (2015:117) mendefinisikan kecerdasan spiritual adalah suatu kemampuan yang sama tuanya dengan umat manusia serta hal yang canggung bagi akademisi karena ilmu pengetahuan saat ini tidak di lengkapi perangkat untuk mempelajari sesuatu yang tidak dapat di ukur secara objektif.

Adlin (2013:66) memberikan pengertian yang lain mengenai kecerdasan spiritual. Kecerdasan spiritual adalah sebagai perasaan intuisi yang dalam terhadap keterhubungan dengan dunia luas di dalam hidup kita. Konsep mengenai kecerdasan spiritual dalam hubungannya dengan dunia kerja, menurut Mathis(2013:78), memiliki tiga komponen yaitu kecerdasan spiritual sebagai nilai kehidupan dari dalam diri, sebagai kerja yang memiliki arti dan komunitas.

Komponen Kecerdasan Spiritual

Zohar dan Marshall (2007), mengemukakan ciri dari kecerdasan spiritual berdasarkan komponen-komponen dalam kecerdasan spiritual yang banyak dibutuhkan dalam dunia bisnis diantaranya:

1. Kejujuran absolut

Kata kunci pertama untuk sukses di dunia bisnis selain berkata benar dan baik akan kebenaran adalah mutlak bersikap jujur, ini merupakan hukum spiritual dalam dunia usaha.

2. Keterbukaan

Keterbukaan merupakan hukum alam dalam dunia usaha, maka logikanya apabila seseorang bersikap fair atau terbuka maka ia telah berpartisipasi di jalan menuju dunia yang baik.

3. Pengetahuan diri

Pengetahuan diri menjadi elemen utama dan sangat di butuhkan dalam kesuksesan dunia usaha karena dunia usaha sangat memperhatikan lingkungan belajar yang baik.

4. Fokus pada kontribusi

Dalam dunia usaha terdapat hukum yang lebih mengutamakan memberi dari pada menerima. Hal ini penting terhadap dengan kecenderungan manusia untuk menuntut hak ketimbang memenuhi kewajiban. Untuk itulah orang harus pandai membangun kesadaran diri untuk lebih berfokus pada kontribusi.

5. Spiritual non dogmatis

Komponen ini merupakan nilai dari kecerdasan spiritual di mana di dalamnya terdapat kemampuan untuk bersikap fleksibel, memiliki tingkat kesadaran yang tinggi, serta kemampuan untuk menghadapi dan memanfaatkan penderitaan, kualitas hidup yang diilhami oleh visi dan nilai.

Indikator Kecerdasan Spiritual

Adlin (2013:75) mengemukakan indikator kecerdasan spiritual sebagai berikut yaitu:

1. Mutlak jujur

Kata kunci pertama untuk sukses di dunia bisnis selain berkata benar dan konsisten akan kebenaran adalah mutlak bersikap jujur. Ini merupakan hukum spiritual dalam dunia usaha.

2. Keterbukaan
Keterbukaan merupakan sebuah hukum alam di dalam dunia usaha, maka logikanya apabila seseorang bersikap fair atau terbuka maka ia telah berpartisipasi di jalan menuju dunia yang baik.
3. Spiritual non-dogmatis
Komponen ini merupakan nilai dari kecerdasan spiritual di mana di dalam nya terdapat kemampuan untuk bersikap fleksibel, memiliki tingkat kesadaran yang tinggi, serta kemampuan untuk menghadapi dan memanfaatkan penderitaan, kualitas hidup yang di ilhami oleh visi dan nilai.

Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Pegawai

Fitri (2019) dan Riesvi & Lie (2020) mengungkapkan hasil penelitian nya kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, artinya semakin baik kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual maka semakin baik pula kinerja nya.

H1 : Kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Pegawai

Pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja pegawai telah di teliti sebelumnya oleh Mulyasari (2019) dan Gultom (2020) membuktikan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Artinya semakin baik kecerdasan emosional maka semakin meningkat pula kinerja.

H2 : Kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja

Pengaruh Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja Pegawai

Pengaruh kecerdasan spiritual terhadap kinerja pegawai telah di teliti sebelumnya oleh Akimas & Bachri (2016) dan baharuddin et.al (2018) membuktikan bahwa kecerdasan spiritual berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

H3 : Kecerdasan spiritual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

METODE PENELITIAN

Metode dan Jenis Penelitian

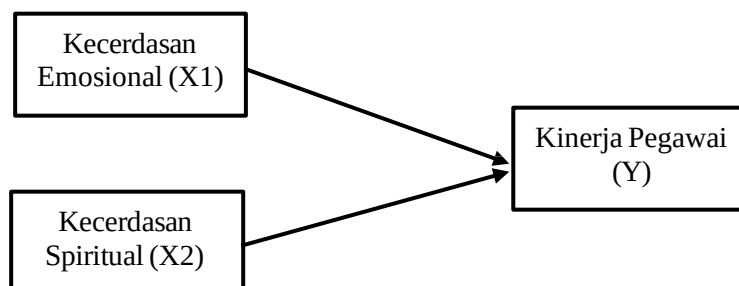
Metode penelitian yang digunakan penulis adalah dengan menggunakan metode kuantitatif, Menurut Sugiyono (2015) Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian menggambarkan sifat-sifat atau karakter individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruhnya dari suatu fenomena (Sugiyono, 2015).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisioner atau angket. Menurut Sugiono (2018) Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberisepangkat

pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari uji f dan uji t. Menurut Sugiono (2018) Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial. Sementara Uji F menurut Ferdinand (2013) bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen (bebas) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat).

Model dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji SPSS diperoleh hasil uji validitas seluruh item pernyataan dalam variabel kecerdasan emosional (X1), variabel kecerdasan spiritual (X2) dan Variabel Kinerja Pegawai (Y) menunjukkan nilai R hitung > R tabel dan nilai sig < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebagai berikut:

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kecerdasan emosional	0.903	Reliabel
Kecerdasan spiritual	0.802	Reliabel
Kinerja pegawai	0.816	Reliabel

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Kecerdasan Emosional (X1) dan Kecerdasan Spiritual (X2) terhadap Kinerja Pegawai (Y). Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23.0 for windows. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh hasil perhitungan regresi linier berganda sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.420	1.777		6.427	.000
	Kecerdasan_Emosional	.249	.031	.868	7.956	.000
	Kecerdasan_Spiritual	.058	.081	.078	.716	.479

a. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 11,420. Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa jika nilai variabel kecerdasan emosional (X1) dan kecerdasan spiritual (X2) sebesar 0, maka variabel kinerja pegawai berada pada nilai 11,420.
2. Koefisien regresi variabel kecerdasan emosional (X1) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,249, artinya kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai dan apabila variabel kecerdasan emosional meningkat satu satuan, maka kinerja pegawai akan meningkat sebesar 0,249
3. Koefisien regresi variabel kecerdasan spiritual (X2) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,058, artinya kecerdasan spiritual berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai dan apabila variabel kecerdasan spiritual meningkat satu satuan, maka kinerja pegawai akan meningkat sebesar 0,058.
4. Kecerdasan emosional berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pegawai, Adapun besarnya pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja pegawai adalah sebesar $0,868^2 \times 100\%$ yaitu 75,34% dan nilai signifikansi sebesar 0,000.
5. Besarnya pengaruh kecerdasan spiritual terhadap kinerja pegawai adalah sebesar $0,078^2 \times 100\%$ yaitu 0,60%, dengan nilai signifikansi sebesar 0,479. Dengan demikian kecerdasan spiritual tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

Hasil Uji Hipotesis

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	145.032	2	72.516	129.352	.000 ^b
	Residual	20.743	37	.561		
	Total	165.775	39			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Kecerdasan_Spiritual, Kecerdasan_Emosional

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($129,352 > 3,25$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 di terima sehingga variabel independen kecerdasan emosional (X1) dan kecerdasan spiritual (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen kinerja pegawai (Y).

Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Kecerdasan emosional (X1) terhadap kinerja pegawai (Y) untuk melihat pengaruh X1 terhadap Y dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $7,956 > 2,0301$. Dengan tingkat nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan untuk nilai konstanta atau $B = 0,249$ bernilai positif, sehingga dapat di pastikan bahwa H_0 di tolak dan H_1 di terima yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kecerdasan emosional (X1) terhadap kinerja pegawai (Y).
2. Kecerdasan spiritual (X2) terhadap kinerja pegawai (Y) untuk melihat pengaruh X2 terhadap Y dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $0,716 < 2,0301$. Dengan tingkat nilai signifikansi $0,479 > 0,05$ dan untuk nilai konstanta atau $B = 0,058$ bernilai positif. Sehingga dapat di pastikan bahwa H_0 di terima dan H_1 di tolak yang berarti tidak berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kecerdasan spiritual (X2) terhadap kinerja pegawai (Y).

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual terhadap kinerja, di peroleh hasil bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pegawai. Koefisien regresi kecerdasan emosional sebesar 0,249 dan kecerdasan spiritual sebesar 0,058. Maka kinerja pegawai akan mengalami peningkatan sebesar 0,249 dari kecerdasan emosional dan 0,058 dari kecerdasan spiritual. Koefisien bernilai simultan, artinya terdapat pengaruh bersama-sama antara kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual terhadap kinerja pegawai.

Nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ menunjukkan bahwa kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual berpengaruh positif secara simultan dan signifikan terhadap kinerja pegawai taraf signifikansi sebesar 5%. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa kinerja pegawai di pengaruhi secara simultan oleh kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual sebesar 87,5% dan sisanya 12,5% di pengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian sejalan dengan hipotesis kesatu yaitu kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang sama bahwa kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai (Claudia Angelika Wijaya, 2014; Kurniawati et al., 2008; Rahmasari, 2012; Sholiha, 2017). Penelitian tentang kecerdasan pegawai dalam beberapa dekade terakhir banyak dilakukan hal ini karena *emotional intelligence* (kecerdasan emosional), kecerdasan intelektual dan kecerdasan spiritual yang saat ini menjadi topik perbincangan yang hangat di kalangan manajemen, perasaan emosional pegawai di tempat kerja tersebut terbukti dapat mempengaruhi kinerja pegawai (Alam, 2007). Kemampuan seseorang ditentukan oleh kecerdasan yang dimilikinya, kecerdasan tersebut adalah kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional, dan kecerdasan spiritual (Hawari, 2006).

Namun demikian berdasarkan perhitungan secara parsial menunjukkan bahwa kecerdasan emosi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai, sementara kecerdasan spiritual tidak berpengaruh signifikan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Ratnasari et al., 2020) kecerdasan emosional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan, sedangkan kecerdasan spiritual tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai
2. Kecerdasan emosional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai
3. Kecerdasan spiritual secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin. (2013). *Kecerdasan Spiritual dan Kecerdasan Abritasi Diantara Agama dan Semiotika*.
- Alam, R. (2007). Hubungan empowerment dengan burnout paramedic rumah sakit rujukan. Unpublished undergraduate thesis.
- Akimas, H. N., & Bachri, A. A. (2016). Pengaruh Kecerdasan Intelektual (Iq), Kecerdasan Emosional (Eq), Kecerdasan Spiritual (Sq) Terhadap Kinerja Pegawai Inspektorat Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(3), 259–272. <http://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/99>
- Baharuddin, B., & Zakaria, R. (2018). Pengaruh Kecerdasan Spiritual Terhadap Peningkatan Kinerja Guru Di Sma Negeri 3 Takalar Kabupaten Takalar.
- Claudia Angelika Wijaya. (2014). 1467-2699-1-Sm. *Analisa Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja Karyawan Di Hotel "X,"* 2, 1–18.
- Fitri, A. (2021). k.e k.s. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Goleman, D. (2007). *Emotional Intelegence Kecerdasan Emosional Mengapa Lebih Penting dari pada IQ* (17th ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Goleman, D. (2014). *Kecerdasan Emosi : Mengapa Emotional Intelligence Lebih Tinggi Daripada IQ* (T. Hermay (ed.)). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gultom, E. (2020). *Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Kecerdasan Emosional , Kecerdasan Spritual dan Kecerdasan Intelektual terhadap Kinerja Perawat pada Masa Pandemi COVID-19 di Rumah Sakit Surya Insani Pasir Pangaraian Rokan Hulu*. 8(2), 33–41.
- Harsono. (2013). *Pengantar Problem Based Learning*. Fakultas Kedokteran UGM.
- Hawari, D. (2006). IQ, EQ, CQ, dan SQ: kriteria sumber daya manusia berkualitas. Jakarta: Gaya Baru.
- Idaarah: *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5071>
- Kurniawati, A. D., Sunaryo, H., & Priyono, A. A. (2008). *Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Guru*. 282.
- Mangkunegara., A. A. A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Remaja Rosdakarya
- Mathis, R. L., & Jackson, J. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (9th ed.) Salemba Empat.
- Mulyasari, I. (2019). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai. *Journal of Management Review*, 2(2), 190. <https://doi.org/10.25157/jmr.v2i2.1786>
- Nggermanto, A. (2015). *Kecerdasan Quantum: Melejitkan IQ, EQ, SQ*. Nuansa Cendekia.
- Rahmasari, L. (2012). Pengaruh Kecerdasan Intelektual , Kecerdasan Emosi dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja Karyawan. *Majalah Ilmiah INFORMATIKA*, 3(1), 1–20.
- Ratnasari, S. L., Supardi, S., & Nasrul, H. W. (2020). Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Spiritual, Dan Kecerdasan Linguistik Terhadap Kinerja Karyawan. *Journal of Applied Business Administration*, 4(2), 98–107. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i2.1981>
- Riesvi, A., & Lie, D. (2020). Pengaruh Kecerdasan Spiritual Dan Kecerdasan the Effect

- of Spiritual Intelligence and Emotional Intelligence on the Performance of Employee National. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 4328(April), 37–45.
- Siagian, S. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi 1, C). PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Simanjuntak. (2015). *Manajemen dan Evaluasi Kerja*. Lembaga Penerbit FEUI.
- Sinambela, L. P. (2012). *Kinerja Pegawai: Teori, Pengukuran dan Implikasi*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Surjadi. (2014). Budaya Organisasi dan Pola Pikir PNS. *Http://Bandiklat.Jatimprov.Go.Id/Artikel/4/Budaya-Organisasi-Dan- Pola_pikir-Pns-Drs-Surjadi-Msi*, 16.
- Sholiha, M. (2017). Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Guru SMP An-Nur Bululawang - Malang. *Warta Ekonomi*, 07(17), 78–92.
- Zohar D, & Marshall. (2007). *Kecerdasan Spiritual*. Mizan

Analisis Pengendalian Kualitas Proses Produksi Carica dengan Metode Statistical Process Control (SPC)

Parsino¹Taswati Nova W²

Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang

Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 1 No. 17 Tambakaji Ngalan. Semarang

Email: taswati.nova@itesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di CV. Carica Gemilang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan *Statistical Process Control (SPC)* untuk menurunkan tingkat kerusakan produksi Carica di CV. Carica Gemilang. Variabel ini menggunakan pengendalian kualitas, *statistical process control (SPC)*. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sampel yang digunakan adalah data jumlah produksi dan jumlah kebocoran produksi pada bulan Oktober 2022. Analisis data menggunakan lembar periksa (*check sheet*), peta kendali p, Dari hasil peta kendali p diketahui bahwa rata-rata ketidaksesuaian kualitas proses produksi pada Pengepresan semua sampel berada dalam batas kendali statistik. Dari Analisa menggunakan *diagram sebab akibat* dapat diketahui faktor-faktor yang menyebabkan kebocoran pada produksi Carica pada perusahaan CV. Carica Gemilang yaitu berasal pekerja yang kurang teliti, faktor Mesin adalah peralatan yang digunakan selama proses produksi kurangnya pemeliharaan dan perawatan mesin serta umur mesin, dan lingkungan yaitu kondisi disekitar proses produksi atau tempat kerja yang mempengaruhi kinerja.

Kata Kunci: *statistical process control, quality control, peta kendali*

Abstract

This research was conducted at CV. Carica Gemilang. The purpose of this study was to determine how the use of Statistical Process Control (SPC) to reduce the damage rate of Carica production at CV. Carica Gemilang. This variable uses quality control, statistical process control (SPC). Data collection methods using interviews, observation and documentation. The samples used are data on the amount of production and the amount of production leakage in October 2022. Data analysis using check sheets, p control maps, From the results of the p control map it is known that the average quality non-conformity of the production process in pressing all samples are within the statistical control limits. From the analysis using the cause and effect diagram, it can be seen that the factors that cause leakage in Carica production at the CV company. The machine factor is the equipment used during the production process lack of maintenance and maintenance of the machine and the age of the machine, and the environment is the condition around the production process or workplace that affects performance.

Keywords: *statistical process control, quality control, control chart*

PENDAHULUAN

Persaingan dalam usaha dipengaruhi oleh tingkat produktivitas perusahaan, rendahnya tingkat harga produk, dan kualitas produk. Untuk menjaga konsistensi mutu produk yang dihasilkan sesuai dengan tuntutan kebutuhan pasar, perlu dilakukan pengendalian mutu (*quality control*) atas aktivitas proses yang dijalani. Hanya perusahaan yang mempunyai daya saing tinggi yang dapat bertahan di dalam usaha untuk meningkatkan keuntungan (Parwati & Sakti, 2012).

Pada saat ini berbagai industri merancang dan mengimplementasikan sistem pengendalian kualitas untuk mengantisipasi tuntutan persaingan yang semakin kompetitif serta dapat mengurangi kerugian dari biaya kualitas yang disebabkan oleh ketidaksesuaian produk. Tujuan dari pengendalian kualitas adalah untuk menghasilkan produk yang semakin kompetitif serta dapat mengurangi kerugian dari biaya kualitas yang disebabkan oleh ketidaksesuaian produk. Tujuan dari pengendalian kualitas adalah untuk menghasilkan produk yang seragam dengan melakukan identifikasi terhadap faktor penyebab kecacatan produk, meningkatkan hubungan dengan pelanggan, kenaikan profit serta mengurangi biaya pengendalian kualitas.

Pada bulan Oktober tahun 2022 dalam memproduksi carica masih terdapat kerusakan. CV. Carica Gemilang adalah salah satu perusahaan yang sudah berkembang khususnya di wonosobo sendiri perusahaan ini bergerak dalam bidang pengolahan pangan yang melibatkan proses produksi, sehingga produk harus diperbaiki terlebih dahulu sebelum sampai ke tangan konsumen. Kerusakan yang dimaksud adalah *kebocoran*. Adanya hasil produksi yang bocor menunjukkan bahwa pengendalian kualitas perlu dilakukan analisis mengenai upaya pengendalian kualitas yang diterapkan oleh CV. *Carica Gemilang* untuk mencari penyebab terjadinya produk bocor serta mencari solusi perbaikan. Kualitas dapat menghasilkan kepuasan konsumen, baik dalam penggunaan produk ataupun pelayanannya (Yulianto dan Alfariytsy, 2015).

Pada saat ini berbagai industri merancang dan mengimplementasikan sistem pengendalian kualitas untuk mengantisipasi tuntutan persaingan yang semakin kompetitif serta dapat mengurangi kerugian dari biaya kualitas yang disebabkan oleh ketidaksesuaian produk. Tujuan dari pengendalian kualitas adalah untuk menghasilkan produk yang seragam dengan melakukan identifikasi terhadap faktor penyebab kerusakan produk, kenaikan profit serta mengurangi biaya pengendalian kualitas.

Dikutip dari (One Andang Wardoyo, 2019) Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Wonosobo menyatakan bahwa perkembangan teknologi dan industry membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Selain itu, banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis. Salah satu bisnis yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang makanan dan oleh-oleh.

Salah satu industri pengolahan buah yang cukup berkembang dan menjadi unggulan di Kabupaten Wonosobo adalah industri kecil olahan carica. CV. Carica Gemilang adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan pangan. Proses produksi yang dijalankan adalah memproduksi minuman yang bahan bakunya berasal dari buah Carica (pepaya gunung). Secara tidak langsung pengolahan buah carica menjadi minuman dan juga produk lain dapat meningkatkan daya simpan produk dan juga dapat meningkatkan nilai ekonomi buah carica serta sebagai salah satu diversifikasi produk olahan berbahan dasar carica. Pengawetan yang dilakukan oleh CV. Carica Gemilang ini adalah kombinasi antara perlakuan fisik dengan pengawetan secara kimia yaitu perlakuan pemanasan dan pengawetan menggunakan larutan gula. Dalam industri pengolahan

pangan, mutu/ kualitas produk sangat diperhatikan karena menyangkut keselamatan dan kepuasan konsumen. Untuk dapat menjaga kualitas produk dan mencapai hasil sesuai yang diharapkan dalam proses pengolahan khususnya pembuatan minuman carica, maka diperlukan penerapan teknologi pengolahan yang baik dan benar serta pengawasan mutu produk mulai dari penanganan bahan baku sampai produk akhir.

Penelitian ini penting dilakukan untuk menurunkan kerusakan pada proses produksi dan agar meningkatkan kualitas produk. Berdasarkan deskripsi pernyataan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai “*Analisis pengendalian kualitas proses produksi carica dengan metode Statistical Process Control (SPC)*” untuk menurunkan tingkat kerusakan produk (Studi di CV. Carica Gemilang)

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut: (1) Apakah peta control di CV. Carica Gemilang berada dalam batas kendali statistik. (2) Apa saja faktor yang menyebabkan kebocoran dalam proses produksi Carica di CV. Carica Gemilang.

Adapun tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui peta control di CV. Carica Gemilang berada dalam batas kendali statistik. (2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kebocoran produk Carica di CV. Carica Gemilang.

KAJIAN PUSTAKA

(Susetyo, 2020) menjelaskan Metode *Statistical Process Control (SPC)* digunakan untuk menganalisis kecacatan produk untuk mengetahui apakah kecacatan produk masih dalam batas terkendali atau tidak.

(Elfanda, 2019) menjelaskan dengan menggunakan metode Six Sigma dapat diketahui hasil dari produksi Carica Gemilang mencapai 3,8 sigma dengan tingkat kerusakan 10,040 untuk sejuta produk (DPMO). Dapat disimpulkan ada 3 penyebab tertinggi untuk kerusakan produk yaitu sorttir 50 % isi kebocoran kemasan 37 % dan standar isi produk 13 %.

METODE

Dalam melakukan pengolahan data yang diperoleh, maka digunakan metode *Statistical Process Control (SPC)* dengan langkah-langkah analisa data sebagai berikut:

A. Lembar Pengecekan

a. Sebuah lembar pengecekan (*check sheet*)

adalah suatu formulir yang didesain untuk mencatat data. Dalam banyak kasus, pencatatan dilakukan sehingga pada saat data diambil pola dapat dilihat dengan mudah. Lembar pengecekan membantu analisis menentukan fakta atau pola yang mungkin dapat membantu analisis selanjutnya

b. Peta kendali P (*P-chart*)

adalah suatu alat yang secara grafis digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi apakah suatu aktivitas atau proses berada dalam pengendalian kualitas cara statistik atau tidak sehingga dapat memecahkan masalah yang menghasilkan perbaikan kualitas. Peta kendali menunjukkan adanya perubahan data dari waktu ke waktu, tetapi tidak menunjukkan penyebab penyimpangan meskipun penyimpangan itu akan terlihat pada peta kendali.

Adapun langkah-langkah dalam membuat peta kendali p sebagai berikut:

1. Menghitung Proporsi Kerusakan P

$$= \frac{np}{n}$$

Keterangan

np : jumlah produk cacat n :
Jumlah yang diperiksa

2. Menghitung Garis Pusat *Central Line* (CL)
Garis pusat merupakan rata-rata kerusakan ($\bar{p}$)

$$CL = \bar{p} = \frac{\sum np}{\sum n}$$

$\sum np$ = jumlah total yang rusak

$\sum n$ = jumlah total yang di periksa

3. Menghitung Batas Kendali atas *Upper Control limit* (UCL)
untuk menghitung batas kendali atas atau UCL dilakukan dengan rumus:

$$UCL = \bar{p} + 3 \frac{\sqrt{\bar{p}(1-\bar{p})}}{n}$$

Keterangan

$\bar{p}$ = Rata-rata ketidaksesuaian produk n
= jumlah produksi

4. Menghitung Batas Kendali Bawah atas *Lower Control limit* (LCL)
untuk menghitung batas kendali bawah atau LCL dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$LCL = \bar{p} - 3 \frac{\sqrt{\bar{p}(1-\bar{p})}}{n}$$

$\bar{p}$ = rata-rata ketidak sesuaian produk n
= jumlah produksi

Catatan : jika $LCL < 0$ maka LCL di anggap = 0

- c. Membuat *Diagram Sebab Akibat*

Setelah diketahui masalah utama yang paling dominan dalam kerusakan produk, maka dilakukan analisis faktor penyebab kerusakan produk dengan menggunakan diagram tulang ikan atau diagram sebab akibat, sehingga dapat menganalisis faktor-faktor apa saja yang menjadi penyebab kerusakan produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode penelitian, langkah pertama yang dilakukan untuk menganalisis pengendalian kualitas produk secara statistik adalah membuat lembar pengecekan, kemudian membuat peta kendali dengan bantuan aplikasi Minitab 19 dan membuat diagram sebab akibat.

Lembar Pengecekan (*Check Sheet*)

Dalam melakukan pengendalian kualitas secara statistik, langkah pertama yang akan dilakukan adalah membuat check sheet. *Check sheet* berguna untuk mempermudah proses pengumpulan data serta analisis data. Selain itu pula untuk berguna untuk mengetahui area permasalahan berdasarkan jenis kerusakan dan mengambil keputusan untuk melaksanakan perbaikan atau tidak. *Check sheet* menyusun tabel dengan kolom tanggal, total point cacat perhari, total produksi, dan jenis kerusakan. Kemudian dilakukan pencacatan.

Tabel 1. Laporan data produksi bulan oktober 2022 CV. Carica emilang

Tanggal	Cup 115		Tanggal	Cup 115	
	Produksi	Press		Produksi	Sortir
1/10/2022	2976	21	1/10/2022	2955	14
3/10/2022	3311	14	3/10/2022	3297	11
4/10/2022	2400	20	4/10/2022	2380	19
5/10/2022	3072	22	5/10/2022	3050	15
6/10/2022	3168	10	6/10/2022	3158	19
8/10/2022	3636	16	8/10/2022	3620	10
10/10/2022	4188	16	10/10/2022	4172	19
11/10/2022	3360	27	11/10/2022	3333	13
12/10/2022	4608	17	12/10/2022	4591	20
13/10/2022	3744	15	13/10/2022	3729	20
14/10/2022	4032	32	14/10/2022	4000	15
15/10/2022	3552	19	15/10/2022	3533	21
17/10/2022	4512	24	17/10/2022	4488	10
18/10/2022	4032	31	18/10/2022	4001	14
20/10/2022	4032	30	20/10/2022	4002	12
21/10/2022	4128	25	21/10/2022	4103	10
22/10/2022	4128	21	22/10/2022	4107	7
25/10/2022	4416	35	25/10/2022	4381	29
Total	67295	395	Total	66900	278

Tanggal	Cup 250		Tanggal	Cup 250	
	Produksi	Press		Produksi	Sortir
3/10/2022	247	3	3/10/2022	244	0
5/10/2022	270	2	5/10/2022	268	0
Tanggal	Cup 250		Tanggal	Cup 250	
	Produksi	Press		Produksi	Sortir
6/10/2022	180	1	6/10/2022	179	0
8/10/2022	225	7	8/10/2022	218	0
11/10/2022	225	0	11/10/2022	225	4
13/10/2022	270	7	13/10/2022	263	0
15/10/2022	90	3	15/10/2022	87	0
22/10/2022	270	5	22/10/2022	265	4
Total	1777	28	Total	1749	8
Tanggal	Caca		Tanggal	Caca	
	Produksi	Press		Produksi	Sortir
1/10/2022	960	0	1/10/2022	960	0
3/10/2022	927	0	3/10/2022	927	3
4/10/2022	1440	0	4/10/2022	1440	0
5/10/2022	864	0	5/10/2022	864	0
11/10/2022	480	0	11/10/2022	480	0
17/10/2022	480	0	17/10/2022	480	0
18/10/2022	960	0	18/10/2022	960	4

20/10/2022	960	0	20/10/2022	960	0
21/10/2022	576	0	21/10/2022	576	2
24/10/2022	960	0	24/10/2022	960	0
Total	8607	0	Total	8607	9

Membuat Peta Kendali

Langkah ketiga adalah membuat peta kendali. Peta kendali adalah suatu alat yang secara grafis digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi apakah suatu aktivitas atau proses berada dalam pengendalian kualitas secara statistik atau tidak sehingga dapat memecahkan masalah yang menghasilkan perbaikan kualitas. Peta kendali menunjukkan adanya perubahan data dari waktu ke waktu. Dalam menentukan peta kendali dibantu menggunakan aplikasi Minitab 19 dan rumus dari peta kendali yaitu:

- a. Menghitung proporsi kerusakan

$$P = \frac{np}{n}$$

$$P = \frac{21}{2976}$$

2976

$$= 0.007$$

- b. Menghitung garis pusat/ *Central Line* (CL)
Garis pusat merupakan rata-rata kerusakan ($\bar{p}$)

$$CL = \bar{p} = \frac{\sum np}{\sum n}$$

$$CL = \frac{395}{2976}$$

67.276

$$= 0.006$$

- c. Menghitung batas kendali atas Upper Control Limit (UCL) untuk menghitung batas kendali atas atau UCL dilakukan dengan rumus:

$$UCL = \bar{p} + 3 \frac{\sqrt{\bar{p}(1-\bar{p})}}{n}$$

$$UCL = 0.006 + 3 \frac{\sqrt{0.006(1-0.006-0.006)}}{2976} = 0.010$$

- d. Menghitung batas kendali bawah atau Lower Control Limit (LCL) untuk menghitung batas kendali bawah atau LCL dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

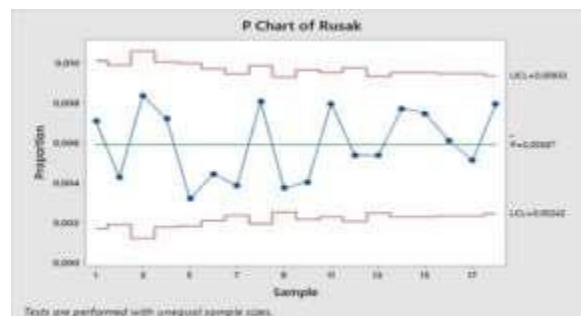
$$LCL = \bar{p} - 3 \frac{\sqrt{\bar{p}(1-\bar{p})}}{n}$$

$$LCL = 0.006 - 3 \frac{\sqrt{0.006(1-0.006-0.006)}}{2976} = 0.000$$

Peta kendali digunakan untuk menentukan tingkat persentase kerusakan, batas toleransi kerusakan dan batas atas bawah kerusakan. Berikut adalah hasil olah data pada peta kendali:

Tabel 2. perhitungan proses press cup 115 menggunakan peta kendali p

Tanggal	Cup 115		Proporsi Kerusakan	CL	UCL	LCL
	Produksi	Press				
1/10/2022	2976	21	0,007	0,006	0,010	0,000
3/10/2022	3311	14	0,004	0,006	0,010	0,000
4/10/2022	2400	20	0,008	0,006	0,011	0,000
5/10/2022	3072	22	0,007	0,006	0,010	0,000
6/10/2022	3168	10	0,003	0,006	0,010	0,000
8/10/2022	3636	16	0,004	0,006	0,010	0,000
10/10/2022	4188	16	0,004	0,006	0,009	0,000
11/10/2022	3360	27	0,008	0,006	0,010	0,000
12/10/2022	4608	17	0,004	0,006	0,009	0,000
13/10/2022	3744	15	0,004	0,006	0,010	0,000
14/10/2022	4032	32	0,008	0,006	0,009	0,000
15/10/2022	3552	19	0,005	0,006	0,010	0,000
17/10/2022	4512	24	0,005	0,006	0,009	0,000
18/10/2022	4032	31	0,008	0,006	0,009	0,000
20/10/2022	4032	30	0,007	0,006	0,009	0,000
21/10/2022	4128	25	0,006	0,006	0,009	0,000
22/10/2022	4128	21	0,005	0,006	0,009	0,000
25/10/2022	4416	35	0,008	0,006	0,009	0,000
Total	67295	395				



Gambar 1. Peta Kendali P press Carica Cup115

Tabel 3. perhitungan proses sortir cup 115 menggunakan peta kendali p

Tanggal	Cup 115		Proporsi Kerusakan	CL	UCL	LCL
	Produksi	Sortir				
1/10/2022	2955	14	0,005	0,004	0,008	0,000
3/10/2022	3297	11	0,003	0,004	0,008	0,000
4/10/2022	2380	19	0,008	0,004	0,008	0,000
5/10/2022	3050	15	0,005	0,004	0,008	0,000
6/10/2022	3158	19	0,006	0,004	0,008	0,000
8/10/2022	3620	10	0,003	0,004	0,007	0,000
10/10/2022	4172	19	0,005	0,004	0,007	0,000
11/10/2022	3333	13	0,004	0,004	0,008	0,000
12/10/2022	4591	20	0,004	0,004	0,007	0,000
13/10/2022	3729	20	0,005	0,004	0,007	0,000
14/10/2022	4000	15	0,004	0,004	0,007	0,000
15/10/2022	3533	21	0,006	0,004	0,007	0,000
17/10/2022	4488	10	0,002	0,004	0,007	0,000
18/10/2022	4001	14	0,003	0,004	0,007	0,000
20/10/2022	4002	12	0,003	0,004	0,007	0,000
21/10/2022	4103	10	0,002	0,004	0,007	0,000
22/10/2022	4107	7	0,002	0,004	0,007	0,000
25/10/2022	4381	29	0,007	0,004	0,007	0,000
Total	66900	278				

Gambar 2.. Peta Kendali P sortir Carica Cup 250

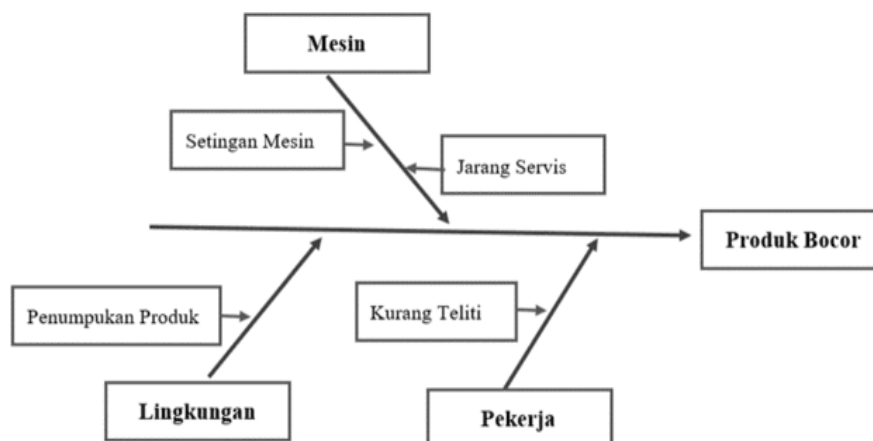
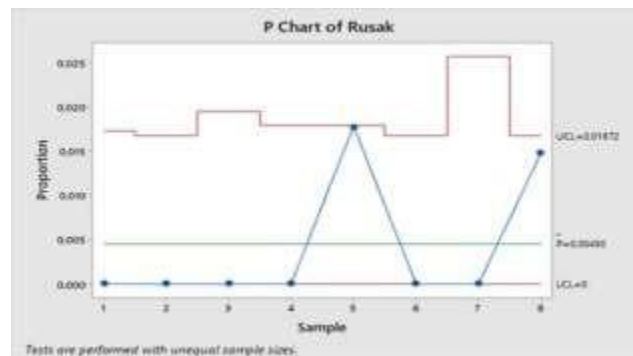
Dari hasil grafik diatas dapat diketahui bahwa rata-rata ketidaksesuaian kualitas proses produksi pada Pengepresan dan sortir berada dalam batas UCL dan LCL yang artinya kapabilitas baik semua sampel berada dalam batas kendali statistik.

Diagram Sebab Akibat

Penyebab variasi bobot produk Carica CV. CARICA GEMILANG dapat dicari dan diidentifikasi dengan menggunakan diagram sebab akibat yang digolongkan dalam ke dalam tiga faktor utama, yaitu:

1. Pekerja (Manusia), yaitu pekerja yang terlibat langsung dalam proses produksi Mesin (Machine), yaitu mesin-mesin dan berbagai peralatan yang digunakan selama proses produksi
2. Lingkungan, (Environment) yaitu kondisi disekitar proses produksi atau tempat kerja yang mempengaruhi kinerja.

Tanggal	Cup 250		Proporsi Kerusakan	CL	UCL	LCL
	Produksi	Sortir				
3/10/2022	244	0	0,000	0,004	0,017	0,000
5/10/2022	268	0	0,000	0,004	0,016	0,000
6/10/2022	179	0	0,000	0,004	0,019	0,000
8/10/2022	218	0	0,000	0,004	0,017	0,000
11/10/2022	225	4	0,018	0,004	0,017	0,000
13/10/2022	263	0	0,000	0,004	0,016	0,000
15/10/2022	87	0	0,000	0,004	0,025	0,000
22/10/2022	265	4	0,015	0,004	0,016	0,000
Total	1749	8				



No	Faktor	Sebab	Akibat
1	Manusia (Pekerja)	Kurang Teliti	Kurang teliti dalam pekerjaan sehingga menyebabkan kesalahan
2	Alat Produksi	Setingan Mesin	Setingan mesin yang kurang pas pada saat akan menjalankan produksi akan berdampak cacat terhadap produk.
		Jarang Servis	Mesin press yang mengalami kerusakan dapat menyebabkan kebocoran dalam kemasan.
3	Lingkungan	Penampukan Produk	Penataan produk jadi tidak sesuai penumpukan yang berlebihan akan menyebabkan kebocoran hasil produksinya

Gambar 3. Diagram Sebab Akibat

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan alat bantu statistik dengan peta pengendalian kualitas produk berada dalam batas kendali statistik.
2. Dari Analisa menggunakan diagram sebab akibat dapat diketahui faktor-faktor yang menyebabkan kebocoran pada produksi Carica pada perusahaan CV. Carica Gemilang yaitu berasal faktor yaitu faktor manusia adalah pekerja yang kurang teliti, faktor Mesin adalah peralatan yang digunakan selama proses produksi kurangnya pemeliharaan dan perawatan mesin serta umur mesin, dan lingkungan yaitu kondisi disekitar proses produksi atau tempat kerja yang mempengaruhi kinerja.

b. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan yaitu melakukan shift kerja pagi dan siang agar pekerja lebih maksimal dalam pekerjaannya, selanjutnya agar upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi tingkat kerusakan pada produk Carica alangkah baiknya selalu melakukan pemeriksaan dan pemeliharaan terhadap mesin-mesin produksi yang digunakan secara berkala dan penumpukan produk agar dikurangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Susetyo, J., Yusuf, M., & Geriot, J. (2020). Pengendalian Kualitas Produk Gula dengan Metode Statistical Processing Control (SPC) dan Failure Mode and Effect Analysis (FMEA). *Jurnal Teknologi*, 13(2), 127–135.

- Ningrum, H. F. (2020). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Menggunakan Metode Statistical Process Control (SPC) Pada PT Difa Kreasi. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 61–75. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v1i2.14>
- Desianti, N. G. N. (2019). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dengan Menggunakan Statistic Processing Control (Spc) Pada Cv. Pusaka Bali Persada (Kopi Banyuatis). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 637. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20151>
- Wirawati, S. M. (2019). Kemasan Botol Plastik dengan Metode Statistical Process Control (SPC). *Jurnal InTent*, 2(1), 94–102.
- ELYAS, R., & HANDAYANI, W. (2020). Statistical Process Control (Spc) Untuk Pengendalian Kualitas Produk Mebel Di Ud. Ihtiar Jaya. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 50. <https://doi.org/10.23887/bjm.v6i1.24415>
- Elfanda Muhammad Elga (2019). Penerapan Six Sigma dalam Pengendalian Kualitas Produk Carica CV. Gemilang Kencana di Desa Bojasari Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Manajemen : Operasional PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS*. (2019). 1–41.
- Samsu, P., & Hardini, S. (2019). KEMASAN AIR MINUM DENGAN METODE (Studi Kasus PT. Oasis Waters International Palembang). 16(April), 22–33.
- Marcelieno, M., & Ekawati, Y. (2022). Perancangan Sistem Pengendalian Kualitas Dengan Menggunakan Pendekatan Spc Di Pt. X. *Jurnal Teknik Industri UMC*, 1(2), 82–96. <https://doi.org/10.33479/jtiumc.v1i2.8>
- Dewi, E. (2019). Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Produk Cacat Pada Pt South Suco Makassar. 12(2), 57–66. <https://repository.unibos.ac.id/xmlui/handle/123456789/5041>
- Elmas Ilham, M. N. (2019). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dengan Menggunakan Statistical Procesing control (SPC) Pada PT. BOSOWA Media Grafika (Tribun Timur). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 8, h 86.
- Nasution, N. A. H., YP, N. M. S., & Suprihanti, A. (2022). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Manisan Salak Sarisa Merapi Dengan Metode Statistical Quality Control Pada Kwt Kemiri Edum Kabupaten Sleman. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(3), 1281–1291.
- Insani, W. F., & Azizah, F. N. (2022). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Degan SK 150 ml dengan Metode Statistical Quality Control (SQC) di PT Prima Kemasindo. *STRING (Satuan Tulisan Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(3), 217. <https://doi.org/10.30998/string.v6i3.1063>

Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Konveksi Dan Sablon Glory Screen Printing Di Purwodadi

Rebing Pusadan¹, Arini Novandalina², St Sunarto³

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

Jalan Menoreh Utara Raya No. 11 Semarang

e-mail: 1rebingpusadan@gmail.com, 2arini.novandalina@gmail.com,
3stephanus.sunarto01@gmail.com

Abstrak

Setiap organisasi harus memperhatikan kinerja karyawan agar setiap pekerjaan yang dilakukan dapat terselesaikan sesuai target yang telah ditetapkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan pada perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 44 responden, jumlah tersebut diambil dari jumlah populasi karyawan pada perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi sebanyak 44 orang. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu dua variabel independen (lingkungan kerja dan motivasi) dan satu variabel dependen (kinerja karyawan). Sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan software IBM SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan kerja mempunyai nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,007 < \text{probabilitas } 0,05$, sedangkan nilai t hitung sebesar 2,847 t tabel telah diketahui 2,019, maka $2,847 > 2,019$, sehingga H_1 diterima. Artinya variabel lingkungan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja karyawan. Variabel motivasi mempunyai nilai signifikansi (sig.) $0,021 < \text{probabilitas } 0,05$, sedangkan nilai t hitung sebesar 2,407 dan t tabel telah diketahui 2,019, maka $2,407 > 2,019$ sehingga H_2 diterima. Saran dari penelitian ini menjaga lingkungan kerja yang kondusif, memberikan perlengkapan yang memadai dan mampu memotivasi karyawannya agar mampu bekerja secara optimal sehingga dapat meningkatkan kinerja mereka.

Kata kunci: *Lingkungan Kerja, Motivasi dan Kinerja Karyawan*

Abstract

Every organization must pay attention to employee performance so that every job carried out can be completed according to the targets that have been set. The purpose of this research is to determine the influence of the work environment and motivation on employee performance at the Purwodadi Glory Screen Printing Convection and Screen Printing company. This type of research is quantitative research. The sample in this study amounted to 44 respondents, this number was taken from the total population of employees at the Purwodadi Glory Screen Printing Convection and Screen Printing Company of 44 people. The variables in this research consist of three variables, namely two independent variables (work environment and motivation) and one dependent variable (employee performance). Meanwhile, the data analysis methods used in this research are data instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with the help of IBM SPSS 24 software. The results of this research show that the work environment variable has a significance value (sig.) of $0.007 < \text{probability } 0.05$, while the calculated t value is $2.847 t$

table has been found to be 2.019, then $2.847 > 2.019$, so H1 is accepted. This means that work environment variables have a significant effect on employee performance variables. The motivation variable has a significance value (sig.) of $0.021 < \text{probability } 0.05$, while the calculated t value is 2.407 and the t table is known to be 2.019, so $2.407 > 2.019$ so that H2 is accepted. The suggestions from this research are maintaining a conducive work environment, providing adequate equipment and being able to motivate employees to be able to work optimally so that they can improve their performance.

Keywords: *Work Environment, Motivation and Employee Performance*

1. PENDAHULUAN(12 point)

Usaha percetakan adalah sektor usaha industri kreatif yang cukup banyak jenisnya seperti, sablon manual/digital, graphic design, digital printing, media cetak, dan advertising. Bisnis percetakan semakin dipermudah eksistensinya, baik itu dari segi teknologi cetak, operasionalisasi, dan tenaga pendesain. Tidak hanya sekedar jasa mencetak saja, percetakan juga memperhatikan desain dari setiap produk yang dihasilkan.

Peluang bisnis percetakan di Kota Purwodadi menjanjikan, banyak kalangan usaha yang beralih ke dunia bisnis ini. Hal ini tentunya menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat mendorong produsen untuk menawarkan kelebihannya yang tidak dimiliki oleh produsen lain. Termasuk dengan menawarkan desain yang menarik, kreatif, dan inovatif. Percetakan Glory Screen Printing Purwodadi merupakan salah satu UKM yang berlokasi di Kota Purwodadi, Kabupaten Grobogan yang telah berkembang sejak tahun 2003, percetakan Glory Screen Printing Purwodadi memproduksi sablon baju. Sejak mengawali bisnisnya Percetakan Glory Screen Printing Purwodadi senantiasa dihadapkan dengan berbagai macam rintangan dan hambatan, banyaknya perusahaan sejenis yang muncul membuat Percetakan Glory Screen Printing Purwodadi sulit untuk mempertahankan posisi produknya karena persaingan industri yang semakin ketat. Kondisi persaingan yang ketat merupakan masalah yang dihadapi

Setiap perusahaan dituntut untuk mengelola sumber daya manusia dengan baik. Hal ini juga berlaku bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan. Tidak dapat di pungkiri bahwa karyawan yang menjadi andalan untuk meningkatkan kinerja dari perusahaan itu sendiri. Maka perusahaan dituntut untuk mampu mengoptimalkan kinerja para karyawan nya. Keberadaan sumber daya manusia di dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting. Tenaga kerja memiliki potensi yang sangat besar dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Potensi setiap sumber daya manusia yang ada di dalam perusahaan haruslah di manfaatkan sebaik baiknya, sehingga mampu memberikan hasil yang maksimal. Perusahaan dan karyawan adalah dua hal yang saling membutuhkan. Jika karyawan berhasil membawa kemajuan bagi perusahaan, keuntungan yang diperoleh akan di petik oleh kedua belah pihak. Bagi karyawan keberhasilan merupakan aktualisasi potensi diri sekaligus peluang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sedangkan bagi perusahaan keberhasilan merupakan sarana menuju pertumbuhan dan perkembangan.

Lingkungan kerja merupakan segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan (Nitisemito: 2018). Kondisi kerja adalah keadaan dimana tempat kerja yang baik meliputi lingkungan fisik dan lingkungan non fisik yang dapat memberikan kesan menyenangkan, aman, tentram, dan lain sebagainya. Kondisi lingkungan kerja yang baik akan meningkatkan semangat dalam bekerja yang memungkinkan akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuraldy (2020), Chanderson dan Suprastha (2020) serta Akbar, dkk (2022) dimana lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja. Namun tidak sejalan

dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ningsih, dkk (2022) dimana lingkungan kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja.

Salah satu usaha meningkatkan kinerja karyawan, diantaranya dengan memperhatikan motivasi karyawannya itu sendiri. Masalah motivasi pada perusahaan haruslah dijadikan sebagai perhatian yang serius dalam Manajemen Sumber Daya Manusia. Perusahaan-perusahaan modern dewasa ini haruslah menjadikan karyawan sebagai asset, bukan lagi hanya sebagai alat produksi semata. Untuk itu perusahaan perlu menciptakan suatu kondisi yang kondusif yang dapat membuat karyawan merasa nyaman, terpenuhi kebutuhannya, sehingga diharapkan motivasi mereka juga tetap terjaga untuk bersama mencapai visi dan misi perusahaan. Motivasi kerja merupakan salah satu faktor yang penting, sebab dengan adanya motivasi kerja yang tinggi maka akan dapat ditunjang oleh adanya peningkatan kinerja pegawai. Oleh karena itu motivasi kerja sangatlah diperlukan terhadap peningkatan kerja pegawai.

Motivasi mempunyai pengaruh terhadap kinerja para pegawai, karena dengan adanya motivasi akan menimbulkan keinginan para pegawai untuk meningkatkan kinerjanya. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuraldy (2020), Arista (2020), Ningsih, dkk (2022), dimana motivasi berpengaruh terhadap kinerja. Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chanderson dan Suprastha (2020) dimana motivasi kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja.

2. METODE (12 point)

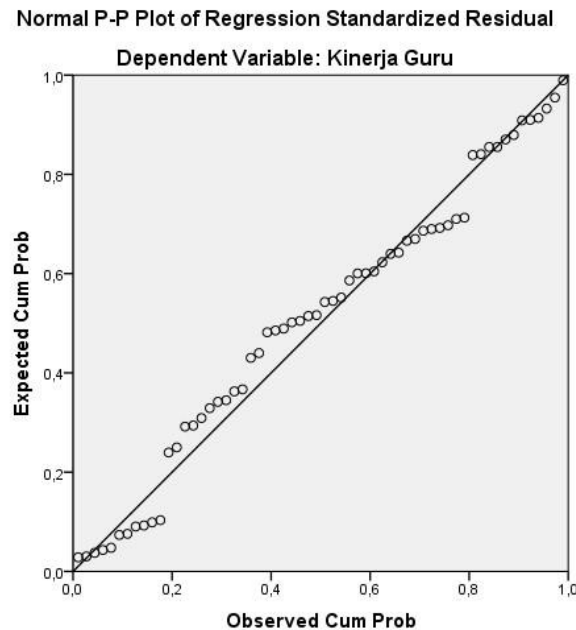
Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan perusahaan konveksi dan sablon Glory Screen Printing di Purwodadi berjumlah 44 orang. Sampel yang digunakan adalah metode sampel jenuh karena jumlah sampel sama dengan populasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Asumsi Klasik, Regresi linier berganda dan Uji Hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a Uji Normalitas

Berikut ini adalah tabel hasil uji Probability-Plot menggunakan SPSS :

Gambar 1: Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan gambar 1 hasil uji normalitas menggunakan SPSS menunjukkan bahwa nilai penyebaran titik-titik data mengikuti garis diagonalnya maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

b Uji Multikolienearitas

Penelitian yang baik apabila tidak terjadi gejala multikolineritas. Hasil uji multikolineritas dalam penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 1: Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collonearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Lingkungan Kerja	0,157	6,358
Motivasi	0,157	6,358

Dependen Variable: Kinerja Karyawan

Berdasarkan pada tabel 2 terlihat bahwa hasil uji multikolineritas menunjukkan bahwanilai Tolerance semua variabel bebas (lingkungan kerja sebesar 0,157, motivasi sebesar 0,157) lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) semua variabel bebas (lingkungan kerja sebesar 6,358, motivasi sebesar 6,358) dalam penelitian ini lebih kecil dari 10,0 yang berarti untuk ketiga variabel bebas tidak terjadi gejala multikolineritas.

c Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini, jika nilai signifikansi Variabel independen > 0,05 yang dihasilkan dari output program SPSS versi 24.

Tabel 2: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a	
Model	Sig.
1 (Constant)	0,000
Lingkungan Kerja	0,430
Motivasi	0,102

a. Dependent Variable: RES2

Tabel 2 hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel independen (lingkungan kerja 0,430 > 0,05, motivasi 0,102 > 0,05 yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas

d Uji Regresi Linier Berganda

Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, berikut hasilnya:

Tabel 3: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3,772	1,476		2,555	0,014
<i>b</i>					
Lingkungan Kerja	0,378	0,205	0,379	2,847	0,007
Motivasi	0,489	0,203	0,493	2,407	0,021

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = 3,772 + 0,378 X_1 + 0,489 X_3$$

Persamaan diatas dapat dianalisis sebagai berikut:

- 1) Koefisien b_1 = lingkungan kerja sebesar 0,378 menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, jika variabel lingkungan kerja ditingkatkan, maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,378 atau 37,8 % dengan catatan variabel lain dianggap nol.
- 2) Koefisien b_2 = motivasi sebesar 0,489 menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, jika variabel motivasi ditingkatkan, maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,489 atau 48,9 % dengan catatan variabel lain dianggap nol.

- 3) Dari persamaan Regresi linier berganda diatas dapat diartikan koefisien regresi untuk konstanta sebesar 3,772 menunjukkan bahwa jika variabel lingkungan kerja dan motivasi nilainya 0 maka nilai kinerja karyawan sebesar 3,772 koefisien atau 377,2 %.

e Uji F

Hasil pengujian uji F penelitian dapat dijelaskan dari hasil analisis regresi di bawah ini: $dfN2=n-k-1=44-2-1=41$, $dfN1=k-1=3-1=2$ yaitu 3,23.

Tabel 4: Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	566,786	2	283,393	55,225	0,000 ^b
Residual	210,396	41	5,132		
Total	777,182	43			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Lingkungan Kerja

Berdasarkan pada tabel 4 Analysis of variance (ANOVA) menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $55,225 > 3,23$, dan nilai sig. adalah $0,000 < 0,05$ atau artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dikatakan bahwa lingkungan kerja dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada Perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi.

Sehingga pernyataan hipotesis 3 yang berbunyi “Lingkungan kerja dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi”, diterima

f Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan hipotesis 2. Pengujian melalui uji t dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} , taraf signifikan 0.05. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikannya $< 5\%$ (0.05). Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan signifikansi 0.05 ($\alpha/2$; $n-k-1 = 0,05/2$; $44-2-1 = 0,025$; 41), dari t_{tabel} diperoleh 2,019.

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji setiap hipotesis yang ada dengan menggunakan uji statistik yang tepat. Hasil Uji t sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada tabel *coeffisients* menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,847 > 2,019$, dan nilai sig. variabel lingkungan kerja adalah $0,007 < 0,05$ atau artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dikatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi. Sehingga Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi” diterima

2. Berdasarkan pada tabel *coefficients* menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,407 > 2,019$, dan nilai *sig.* variabel motivasi adalah $0,021 < 0,05$ atau artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dikatakan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi. Sehingga Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi diterima

g Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat berapa % dari variasi variabel dependen yaitu kinerja karyawan pada Perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi (Y) dapat diterangkan oleh variasi dari variabel independen yaitu lingkungan kerja (X1), motivasi (X2). Koefisien determinasi dari hasil

Tabel 5: Koefisien Determinasi

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,854 ^a	0,729	0,716

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Lingkungan Kerja

Berdasarkan pada tabel 5 di atas menjelaskan bahwa variasi kinerja karyawan pada Perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel lingkungan kerja (X1) dan motivasi (X2) adalah sebesar 0,716 atau 71,6 % sehingga ada variabel lain di luar model, yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan pada Perusahaan Konveksi dan Sablon Glory Screen Printing Purwodadi (Y) adalah sebesar 0,284 atau 28,4% misal gaji, insentif dan lain-lain.

4. KESIMPULANDAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah diteliti maka kesimpulannya adalah lingkungan kerja dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada perusahaan konveksi dan sblon glory screen printing di Purwodadi

b. Saran

Saran yang diberikan adalah perusahaan harus menjaga lingkungan kerja yang kondusif yang memadai kepada karyawannya agar mampu bekerja secara optimal, bisa meningkatkan motivasi dalam bekerja

DAFTAR PUSTAKA(12 point)

- Akbar, Heri Irawan , Ansar, dan Siti Sumayah Dahlan. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Perdagangan Kota Makassar. Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 4, No. 1, 2022 ISSN (print) : 2656-6117 ISSN (online) : 2715-0356.
- Daimah, dkk. 2018. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan KUD Karangploso.

- Dyah Retna Puspita, 2018. “Pengaruh Motivasi Kompetensi dan Lingkungan Kerja pada Kinerja Aparatur Penyuluh Keluarga Berencana”. Jurnal Ilmu Administrasi Negara, Volume 11, Nomor 1, Januari: 86 – 96.
- Hafis Laksmana Nuraldy. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bangun Jaya Persada Di Jakarta. Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume 15 Nomor 2 Juli – Desember.
- Lewis Chanderson dan Nyoman Suprastha. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT SUNRISE POLYBAG. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume II No. 1. Hal: 122-130.
- Lili Andriati, 2017. “Pengaruh Motivasi, Beban Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana Kota Padang”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 13 No. 1 Agustus.
- Nur Dwi Pujiyanto, Dyah Retna Puspita, Bambang Tri Harsanto, 2017. “Pengaruh kompetensi, motivasi, lingkungan kerja dan persepsi gaya kepemimpinan terhadap kinerja penyuluh keluarga berencana”. Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik Vol. 30, No. 3, hal. 278-289.
- Nurmin Arianto, Hadi Kurniawan, 2020. “Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan”. JENIUS. Vol. 3, No. 3, Mei.
- Okni Livia Ningsih, Hammam Zaki, dan Wan Laura HardilawatI. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Hotel Dyan Graha Pekanbaru. Economics, Accounting and Business Journal, Vol. 2 No. 1, Hlm. 52-63, Januari.

Upaya Pusat Kesehatan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kepuasan Pasien

Rowiyani¹, Mukhlidin²

Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang

Jl. Prof. Dr. Hamka KM.01 No.17 Tambakaji, Ngaliyan, Semarang

Email: ¹rowiyani@itesa.ac.id, ²mukhlidin@itesa.ac.id

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan Upaya Pusat Kesehatan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kepuasan Pasien. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data secara primer dengan menyebar kuesioner dimana populasi di penelitian ini adalah pasien rawat inap dipuskesmas kebakkramat. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data dengan menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi berganda dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis linear berganda bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pasien kebakkramat kabupaten karanganyar. Hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,403 hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi mampu dijelaskan kepuasan pasien sebesar 40,3% sedangkan sisannya sebesar 59,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi dan Kepuasan pasien

ABSTRACT

The aim of this research is to find out and prove the efforts of the Community Health Center to increase patient satisfaction. This study used a primary data collection method by distributing questionnaires where the population in this study were inpatients at the Kebakkramat health center. Sampling in this study used a purposive sampling technique with a sample size of 100 respondents. The data analysis method uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests, multiple regression analysis and coefficient of determination. Based on the results of multiple linear analysis, the quality of service, facilities and location have a significant and positive effect on patient satisfaction at Kebakkramat Karanganyar district. The results of the coefficient of determination test obtained an Adjusted R Square value of 0.403, this shows that the quality of service, facilities and location can be explained by patient satisfaction by 40.3% while the remaining 59.7% is explained by other factors outside the variables.

Keywords: Service Quality, Facilities, Location and Patient Satisfaction

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan suatu kebutuhan yang mendasar bagi masyarakat. Kebutuhan itulah yang menjadikan masyarakat merasa perlu menjaga kesehatan dan memperoleh pelayanan kesehatan. Dewasa ini masyarakat semakin sadar akan kualitas atau mutu pelayanan kesehatan yang mampu memberikan kepuasan pada masyarakat itu sendiri. Masyarakat mengharapkan pelayanan kesehatan yang lebih berorientasi pada kepuasan demi memenuhi kebutuhan dasar masyarakat.

Puskesmas sudah harus mengetahui bagaimana kualitas pelayanan mereka dapat diterima oleh konsumennya, baik pasien rawat inap maupun pasien rawat jalan. Kualitas pelayanan sangat berhubungan erat dengan pasien. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan mendorong pasien untuk menjalin hubungan kerja sama dalam jangka waktu yang panjang. Munculnya rumah sakit-rumah sakit swasta bahkan rumah sakit milik pemerintah serta klinik-klinik kesehatan semakin memperketat persaingan dalam menyediakan pelayanan jasa kesehatan. Salah satu strategi yang umum dilakukan oleh puskesmas adalah dengan memberikan pelayanan kesehatan yang berkualitas.

Puskesmas di Kecamatan Kebakkramat Kabupaten Karanganyar adalah salah satu penyedia jasa pelayanan kesehatan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan kesehatan puskesmas dalam rangka pemenuhan keperluan pelayanan kesehatan masyarakat ditentukan oleh dua faktor. Pertama adalah faktor puskesmas yang berhubungan dengan kualitas pelayanan kesehatan dan tingkat kepuasan pasien. Artinya, selama kualitas pelayanan kesehatan memenuhi kepuasan pasien, maka tingkat kesesuaian akan tinggi dan puskesmas diperlukan oleh masyarakat. Maksud kesesuaian yaitu adanya kesamaan dalam tujuan, puskesmas dapat memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat dan masyarakat menerima pelayanan sesuai dengan harapan. Sebaliknya, selama kualitas pelayanan kesehatan tidak memenuhi tingkat kepuasan pasien, maka tingkat kesesuaian akan rendah, mengakibatkan puskesmas akan ditinggalkan oleh masyarakat.

Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Kepuasan pasien mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Karena pasien adalah orang yang menerima hasil pekerjaan, maka pasienlah yang menentukan kualitas suatu produk. Karena pada hakekatnya kepuasan terkait dengan peningkatan pelayanan, makin sempurna kualitas pelayanan yang diberikan kepada pasien maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pasien. Fenomena dalam penelitian ini adalah dimana beberapa orang yang tinggal di daerah sekitar rumah peneliti, mereka membicarakan pengalaman yang mereka alami pada saat menjadi pasien rawat inap di puskesmas Kebakkramat. Beberapa diantaranya mengeluh akan fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak puskesmas salah satunya adalah kurangnya alat yang digunakan untuk perawatan pasien sehingga sering kali pasien harus dirujuk ke rumah sakit dan lebih lengkap atas alat yang disediakan untuk perawatan tersebut.

Para pegawai harus memperhatikan janji spesifik kepada pasien. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah pegawai selalu siap membantu pasien, apa pun posisi seseorang di puskesmas hendaknya selalu memperhatikan pasien yang menghubungi puskesmas. Fenomena dalam penelitian ini adalah dimana beberapa orang yang tinggal di daerah sekitar rumah peneliti, mereka membicarakan pengalaman yang mereka alami pada saat menjadi pasien rawat inap di puskesmas Kebakkramat. Beberapa diantaranya mengeluh akan pelayanan terhadap pasien BPJS.

Bagi sebuah instansi kesehatan seperti Puskesmas Kebakkramat Assurance atau jaminan sangat penting, jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku para pegawai untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri masyarakat (pasien) dalam berinteraksi

jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi pasien terhadap resiko ketidakpastian, maka resiko ini harus ditekan agar mampu meyakinkan para pasien, resiko yang tinggi terhadap bertransaksi dengan Puskesmas Kebakkramat atas produk yang ditawarkan harus ditekan sedemikian rupa, sehingga pasien merasa yakin dan nyaman untuk memeriksakan kesehatannya. Puskesmas Kebakkramat harus secara berkelanjutan membangun kepercayaan dan kesetiaan masyarakat melalui pegawai yang terlibat langsung menangani pasien.

Bukan hanya kualitas pelayanan saja yaitu fasilitas, keberadaan fasilitas seperti kotak saran yang akan membantu klinik dalam memperoleh informasi mengenai hal-hal apa saja yang diinginkan, kebersihan peralatan, kebersihan tenaga medis dan kerapian susunan fasilitas akan dan menjadi kebutuhan pasien. Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pasien. Karena dengan tingkat fasilitas yang tinggi dapat memberikan kenyamanan bagi pasien. Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Peningkatan sarana dan prasarana puskesmas perlu dilakukan untuk mencegah timbulnya kendala teknis saat pengobatan akan menjadi pemberian pelayanan kesehatan yang nyaman dan berkualitas (Kotler 2017).

Menurut teori Tjiptono bahwa fasilitas adalah alat pendukung yang dipakai perusahaan dengan tujuan menaikkan kepuasan pasien, semakin bagus fasilitas yang disediakan konsumen maka akan meningkatkan kepuasan dari konsumen (Andi 2016). Sedangkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Surasdiman bahwa Hubungan fasilitas berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pasien mempunyai makna semakin lengkap fasilitas yang didapatkan oleh seorang pasien maka membuat pasien puas terhadap apa yang didapatkan. Sebaliknya fasilitas yang kurang yang didapatkan seorang pasien akan membuat pasien merasakan kecewa terhadap fasilitas yang didapatkan karena tidak sesuai apa yang diharapkan (Surasdiman, Gunawan, and Kadir 2019).

Berdasarkan survey pendahuluan dan fenomena tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan pasien di Puskesmas Kebakkramat, dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan lokasi, namun hal tersebut belum tentu dirasakan oleh setiap konsumen atau pasien yang ada di Puskesmas Kebakkramat. Kemudian timbul pemikiran bagaimana keseluruhan faktor tersebut saling berkesinambungan sehingga mempengaruhi kepuasan pasien. Persaingan dalam dunia usaha dewasa ini memberikan dorongan bagi pelaku usaha, khususnya usaha jasa, untuk mengedepankan kualitas pelayanan jasa dalam bersaing. Hal ini juga perlu diperhitungkan oleh Puskesmas Kebakkramat dalam menjalankan usaha jasa kesehatan. Dengan melihat status Puskesmas Kebakkramat yang merupakan rumah sakit pemerintah mendorong Puskesmas Kebakkramat memperhatikan bagaimana pelayanan yang seharusnya diberikan kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas akan pelayanan yang mereka peroleh.

Puskesmas Kebakkramat selain melayani masyarakat umum, juga membangun kerja sama dengan Askes Komersil, peserta Jaminan Kesehatan Masyarakat Miskin, BPJS dan asuransi kesehatan lain (Bumi Asih Jaya, Jamsostek). Melihat kondisi tersebut maka Puskesmas Kebakkramat dituntut untuk meningkatkan mutu pelayanannya khususnya mutu pelayanan keperawatan.

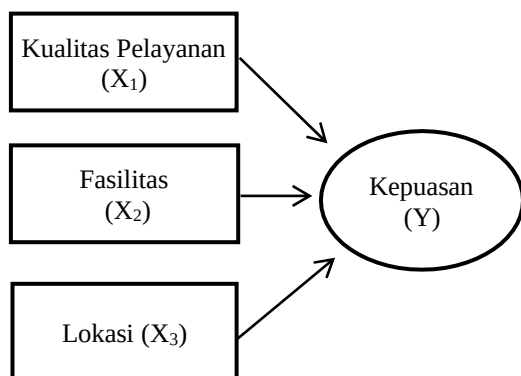
Konsumen akan merasa puas dengan jika harapan konsumen sama atau melebihi dari apa yang kemudian dirasakan. Sebaliknya, jika konsumen merasa apa yang diharapkan berbeda dengan apa yang kemudian diperoleh. Dengan demikian, keberhasilan perusahaan dalam menjalankan usaha dapat dilihat dari seberapa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diperoleh.

Dari uraian latar belakang diatas, untuk dapat meneliti lebih dalam mengenai kualitas pelayanan bagus tetapi kualitas pelayanan yang diterapkan belum maksimal dan lokasi

terhadap kepuasan pasien, maka penulis merasa tertarik untuk mengajukan judul “**Upaya Pusat Kesehatan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kepuasan Pasien.**”

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar.1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. (Sugiyono, 2019) mengemukakan bahwa teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Data yang digunakan adalah data primer dan pengambilan data tersebut menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul diolah menggunakan (Akdon, 2012) akan alat analisis *SPSS for Windows*, untuk menemukan hasil dari pengujian hipotesis yang telah ditentukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap dipuskesmas Kebakkramat Karanganyar yang diambil 100 responden,

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pasien. Variabel independen (X) dalam penelitian ini terdiri atas: Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi.

Alat ukur yang reliabel adalah keajekan (konsistensi) alat mengumpulkan data penelitian (Akdon, 2012) Pengujian realibilitas ini hanya dilakukan terhadap butir-butir yang valid, yang diperoleh melalui uji validitas. Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrument, yang terdiri dari uji validitas dan realibilitas. Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, maka model regresi linier berganda dengan dua variabel bebas tersebut harus lolos uji asumsi klasik, yang merupakan syarat berlakunya analisis regresi. Oleh karena itu harus dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas (Ghozali, 2018). Uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, Uji Heteroskedastisitas,. Dan uji hipotesis, yang terdiri dari Analisis Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi.

HASIL PENELITIAN

Pengujian validitas dilakukan dengan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Hasil uji validitas untuk masing-masing variabel memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), r_{tabel} dari penelitian ini adalah 0,194. Hal ini berarti masing-masing item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terbukti valid.

Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *alpha cronbach* 0,758 lebih besar dari 0,60, fasilitas memiliki nilai *alpha cronbach* 0,792 lebih besar dari 0,60, lokasi memiliki nilai *alpha cronbach* 0,850 lebih besar dari 0,60, dan

kepuasan pasien memiliki nilai *alpha cronbach* 0,849 lebih besar dari 0,60. Maka dapat dikatakan bahwa instrument yang digunakan telah memenuhi syarat reliabilitas.

Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel 1 berikut ini :

Tabel.1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,61130972
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,053
	Negative	-,061
Kolmogorov-Smirnov Z		,606
Asymp. Sig. (2-tailed)		,856

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Hasil uji normalitas pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov Smirnov 0,606 dan asymp. Sig. (2-tailed) 0,856 > 0,05 hal ini berarti data terdistribusi secara normal.

Tabel.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12,188	2,563		4,755	,000		
	Kualitas Pelayanan	,346	,114	,256	3,046	,003	,855	1,170
	Fasilitas	,367	,156	,289	2,346	,021	,397	2,517
	Lokasi	,224	,112	,250	2,007	,048	,389	2,573

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji Multikolienaritas diatas dapat diketahui mempunyai nilai VIF masing-masing lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolienaritas.

Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel 3 berikut ini:

Tabel.3 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,649 ^a	,421	,403	2,652	1,856

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Hasil uji autokorelasi diatas dapat diketahui bahwa nilai *Durbin-Waston* sebesar 1,856 dari hasil tersebut maka, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dihasilkan tidak terjadi autokorelasi, jadi asumsi autokorelasi terpenuhi.

Hasil dari uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel 4 berikut ini:

Tabel.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,790	1,637		1,704	,092
Kualitas Pelayanan	-,093	,073	-,140	-1,287	,201
Fasilitas	-,040	,100	-,064	-,398	,692
Lokasi	,072	,071	,164	1,014	,313

a. Dependent Variable: Absut

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Dari Tabel.4 dapat dijelaskan bahwa:

1. Jika nilai signifikan > 0,05 maka tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikan < 0,05 maka mengalami gangguan heteroskedastisitas. Jika dilihat keterangan dari tabel maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas, hal ini terlihat dari probabilitas signifikansi diatas tingkat kepercayaan 5%, jadi model regresi menunjukkan tidak hanya heteroskedasitas.

Hasil regresi linier berganda pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel 5 berikut ini:

Tabel.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12,188	2,563		4,755	,000		
Kualitas Pelayanan	,346	,114	,256	3,046	,003	,855	1,170
Fasilitas	,367	,156	,289	2,346	,021	,397	2,517
Lokasi	,224	,112	,250	2,007	,048	,389	2,573

a. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = 12,188 + 0,346X_1 + 0,367X_2 + 0,224X_3$$

Persamaan garis regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

A = 12,188 Artinya apabila kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi dianggap konstan maka kepuasan pasien sebesar konstanta .

$\beta_1 = 0,346$ Artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pasien akan meningkat dengan asumsi fasilitas dan lokasi konstan.

$\beta_2 = 0,367$ Artinya fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien apabila fasilitas ditingkatkan maka kepuasan pasien akan meningkat dengan asumsi kualitas pelayanan dan lokasi konstan.

$\beta_3 = 0,224$ Artinya lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien apabila lokasi tetap maka kepuasan pasien akan meningkat dengan asumsi kualitas pelayanan dan fasilitas konstan.

Hasil uji t pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	Koefisien B	Sig	Hasil
(Constant)	12,188	0,000	
Kualitas Pelayanan	0,346	0,003	H ₁ Terbukti
Fasilitas	0,367	0,021	H ₂ Terbukti
Lokasi	0,224	0,048	H ₃ Terbukti

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan analisis tabel 6, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai Kualitas Pelayanan t_{hitung} sebesar 0,346 dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Puskesmas Kebakkramat. Hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien terbukti kebenarannya.
2. Nilai Fasilitas t_{hitung} sebesar 0,367 dengan nilai signifikan $0,021 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Puskesmas Kebakkramat. Hipotesis yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien terbukti kebenarannya.
3. Nilai Lokasi t_{hitung} sebesar 0,224 dengan nilai signifikan $0,021 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Puskesmas Kebakkramat. Hipotesis yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien terbukti kebenarannya.

Hasil uji F pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	491,365	3	163,788	23,292	,000 ^a
	Residual	675,075	96	7,032		
	Total	1166,440	99			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Pasien

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel hasil Uji F diketahui besar nilai $F = 23,292$ nilai signifikan 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien Puskesmas Kebakkramat secara simultan.

Hasil uji determinasi pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam tabel 8 berikut ini:

Tabel 8 Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,649 ^a	,421	,403	2,652	1,856

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian diatas diketahui nilai *AjustedR*² sebesar 0,403 hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi mampu dijelaskan kepuasan pasien sebesar 40,3% sedangkan sisannya sebesar 59,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel misalkan kepercayaan, minat dan pengetahuan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,403 hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi mampu dijelaskan kepuasan pasien sebesar 40,3% sedangkan sisannya sebesar 59,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel.

Saran

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Fasilitas merupakan faktor yang berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan pasien, oleh sebab itu hendaknya peralatan yang digunakan lengkap dan harus tetap dijaga kebersihannya, hal ini dapat mengoptimalkan kepuasan pasien dipuskesmas kebakkramat karanganyar. Puskesmas harus tetap menjaga bangunan dan lingkungan puskesmas agar tetap bersih dan rapi puskesmas harus meningkatkan kebersihan dan kerapian lingkungan diarea puskesmas agar dapat mengoptimalkan kepuasan pasien dipuskesmas kebakkramat karanganyar. Puskesmas menjaga agar aliran listrik dan penerangan yang diberikaan disetiap ruang pelayanan tetap sesuai agar mengoptimalkan kepuasan pasien puskesmas kebakkramat karanganyar.

Petugas puskesmas harus meningkatkan pelayanan penyampaian informasi yang diberikan dengan jelas agar dapat meningkatkan kepuasan pasien dipuskesmas kebakkramat karanganyar. Petugas puskesmas harus meningkatkan lagi dalam memberikan pengertian dan toleransi terhadap pengguna jasa apabila terjadi masalah agar lebih kondusif dan dapat memberikan kenyamanan bagi pasien dipuskesmas kebakkramat karanganyar. Puskesmas harus memperhatikan lagi keamanan pasien rawat inap agar tetap menjaga kenyamanan dan meningkatkan lagi keamanan dilingkungan puskesmas.

Puskesmas memberikan petunjuk jalan atau plakat arah masuk puskesmas agar lokasi Puskesmas Kebakkramat tetap strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat kebakkramat dan dari luar masyarakat kebakkramat. Puskesmas lebih memperhatikan lagi kondisi lingkungan di sekitar Puskesmas Kebakkramat agar tetap aman dan nyaman untuk

meningkatkan lagi kepuasan pasien puskesmas kebakkramat. Pihak puskesmas meningkatkan lagi google map menuju lokasi Puskesmas Kebakkramat agar mudah ditemukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Penerbit. 2016. "Fandi, Tjiptono. 2014. Service Quality and Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta. Penerbit Andi." 3(4).
- Akdon, R. (2012). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta. Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fandi, Tjiptono. 2014. Service Quality and Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta. Penerbit Andi." 3(4).
- Kotler. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. Jarliyah Harfika & Nadiya Abdullah, 48." *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. Jarliyah Harfika & Nadiya Abdullah*, 48. 44(1): 1–24.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. . Bandung :: Alfabet.
- Surasdiman, Gunawan, and Ikhsan Kadir. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Pengetahuan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Batu-Batu Kabupaten Soppeng." *Journal of Management* 2(1).

PENGARUH PENERAPAN E-KINERJA DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN DEMAK

Roynaldi¹, Fitria Rohmatika², Ratih Pratiwi³, Mochamad Purnomo⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wahid Hasyim

Jl. Menoreh Tengah X No.22, Sampangan, Kec. Gajahmungkur, Kota
Semarang, Jawa Tengah 50232

email : roynaldichg01@gmail.com, vitrarf.16@gmail.com, rara@unwahas.ac.id,
purnomo@unwahas.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh penerapan E-Kinerja dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Demak. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi dan angket. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 92 responden. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS dan alat analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji anova, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan pengaruh penerapan E-Kinerja dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Demak.

Kata kunci: *penerapan E-Kinerja, Motivasi dan Kinerja*

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect application of E-Kinerja and Motivation on the Performance of the Regional Secretariat of Demak. Research data obtained through documentation and questionnaires. The sample used in the study was 92 respondents. The data obtained were processed using SPSS and the data analysis tools used were validity test, reliability test, ANOVA test, coefficient of determination test and hypothesis testing. The results of the analysis show that there is a positive and significant influence application of E-Kinerja and Motivation on the Performance of the Regional Secretariat of Demak.

Keywords: *application of E-Kinerja, Motivation and Performance*

Pendahuluan

Latar Belakang Penelitian

Berbagai daerah telah mulai menerapkan sistem e-Government, mempercepat promosi aplikasi universal yang terintegrasi dan bersama, dengan fokus pada empat langkah yang berdampak cepat: integrasi layanan perencanaan, integrasi anggaran kinerja, integrasi layanan personalia, dan integrasi kearsipan. layanan, integrasi layanan pengaduan layanan publik, dll, salah satunya adalah E-Kinerja. E-Kinerja merupakan contoh aplikasi teori akuntansi sumber daya manusia yang terangkum dalam sebuah aplikasi berbasis website. E-Kinerja mengukur, mengidentifikasi, mengkomunikasikan, memberikan penilaian, dan penghargaan dalam bentuk pendapatan tambahan Kabupaten Demak mulai menerapkan E-Kinerja pada tahun 2020 dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja aparatur sipil negara dengan memberikan tunjangan bulanan yang berbeda-beda berdasarkan hasil kerja yang dapat dicapai. Putra dkk menerapkan penilaian kinerja melalui sistem kinerja elektronik, yang mengharuskan setiap unit menggunakan tujuan kerja pegawai sebagai rencana kerja pegawai dalam satu tahun anggaran. Melalui E-Kinerja, atasan dapat memantau dan mengawasi langsung kerja peralatan agar penilaian yang diberikan konsisten dengan kinerja peralatan.. Kinerja PNS adalah menyelesaikan pekerjaan tepat waktu dan bermutu, serta menyelesaikan pekerjaan dengan mutu dan kuantitas tinggi sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja pegawai merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Pelaksanaan suatu pekerjaan dianggap telah memenuhi kriteria baku jika mengacu pada hasil kerja yang telah diidentifikasi, sehingga secara optimal mencapai hasil dan tujuan kerja yang telah ditetapkan dan dicapai, termasuk kinerja pegawai Sekretariat Daerah Bupati Demark. Aziz Banyak faktor yang mempengaruhi kinerja SDM, termasuk motivasi. Hasyim dkk. Motivasi merupakan landasan penting bagi pertumbuhan produktivitas kinerja pegawai dalam organisasi. Berdasarkan pengamatan awal terhadap kinerja pegawai yang dilakukan oleh peneliti Sekretariat Daerah Kabupaten Demak, masih banyak ditemukan penyimpangan terhadap norma dan disiplin pegawai, yang terlihat dari seringnya terjadi penundaan oleh aparatur sipil negara, kurangnya partisipasi negara. lembaga sipil, dll. Kurangnya disiplin hierarkis dalam kegiatan internal kantor lembaga sipil negara, dan tingkat ketidakhadiran di lembaga sipil negara relatif tinggi pada jam kerja. Kemudian masalah tidak hanya muncul terkait dengan kinerja Paratur sipil Negara saja, tetapi masalah terjadi dalam hal penerapan E- Kinerja yaitu dalam pengisian E-Kinerja yang dilakukan aparatur sipil Negara masih kurang maksimal, karena ada beberapa data yang tidak ikut di input, dalam pengisian E-Kinerja juga cenderung tidak sesuai dengan waktu yang sebenarnya. Hal ini tentu berdampak pada kinerja aparatur sipil Negara yang kurang maksimal. Selain itu, terdapat juga permasalahan menurunnya motivasi pegawai, dimana sebagian pegawai negeri sipil terlihat menunda-nunda tugas kantor, kurang disiplin waktu, dan tidak memanfaatkan fasilitas kantor dengan benar. Badan-badan sipil di setiap negara mempunyai motivasi yang berbeda-beda dalam menjalankan tugasnya.

Perumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut, dengan memperhatikan identifikasi masalah tersebut di atas:

1. Apakah penerapan E-Kinerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Demak?
2. Apakah motivasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Demak?
3. Apakah implementasi E-Kinerja dan motivasi secara bersama-sama

- berpengaruh terhadap kinerja pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Demak?
4. Variabel motivasi apa yang paling penting mempengaruhi kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Denmark?

Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mendeskripsikan dampak E-Kinerja terhadap kinerja pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Demak
2. Menganalisis dan mendeskripsikan dampak insentif terhadap kinerja pegawai pada Sekretariat Daerah Kabupaten Denmark
3. Menganalisis dan mendeskripsikan dampak penerapan E-Kinerja dan motivasi terhadap kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Demak
4. Menganalisis dan mendeskripsikan variabel motivasi terpenting yang mempengaruhi kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Denmark?

Kajian Pustaka

Pengertian kinerja

London, Mone, dan Scott (2014) Pengertian kinerja mengacu pada pencapaian karyawan dan diukur berdasarkan standar atau standar yang ditetapkan oleh perusahaan. Gruman dan Saks (2011) Prestasi atau prestasi kerja diartikan sebagai akumulasi kualitas dan kuantitas hasil kerja yang dicapai oleh aparatur sipil negara suatu negara dalam pelaksanaan tanggung jawabnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. London dkk. (2014) Manajemen kinerja mengacu pada seluruh aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan atau organisasi, termasuk kinerja setiap individu dan kelompok kerja di perusahaan tersebut. Nurhayati (2017) Kinerja pegawai (prestasi kerja) merupakan perbandingan antara prestasi aktual seorang pegawai dengan prestasi yang diharapkan oleh pegawai. (PP Nomor 46 Tahun 2011). Pandangan lain yang diungkapkan Malthis (2017) adalah ada tiga faktor utama yang mempengaruhi cara kerja seorang individu/karyawan, yaitu:

- a) Kemampuan seseorang untuk menyelesaikan pekerjaan,
- b) Tingkat usaha yang dikeluarkan
- c) dukungan organisasi

Kinerja pribadi meningkat sejauh ketiga komponen ini ada dalam diri karyawan. Namun, kinerja akan berkurang bila salah satu faktor ini rusak atau tidak ada. Kinerja juga dapat berupa kegiatan yang dilakukan seseorang dalam kurun waktu tertentu atau penyelesaian suatu tugas yang terukur. Menurut Mangkunegara 2016, kinerja dapat diartikan sebagai kualitas dan kuantitas hasil kerja yang dapat dicapai oleh seorang pegawai dengan melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Menurut Dessler 2010, efisiensi adalah efisiensi kerja, yaitu efisiensi kerja. perbandingan hasil kerja aktual dan standar kerja yang ditetapkan.

Dimensi Kinerja

Penilaian prestasi kerja PNS berdasarkan pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2011, yang terdiri atas unsur SKP dan perilaku kerja dengan bobot nilai unsur SKP 60% (enam puluh persen) dan perilaku kerja 40% (empat puluh persen).

- a) Sasaran Kerja Pegawai (SKP)

Penilaian kinerja dengan menggunakan SKP ini meliputi beberapa aspek, yakni kuantitas, kualitas, waktu dan biaya sesuai dengan karakteristik, sifat dan jenis kegiatan pada masing-masing instansi. Lebih lanjut dijelaskan pula bahwa aspek- aspek tersebut disusun dengan mengacu pada standar teknis kegiatan masing-masing instansi.

b) Perilaku Kerja

Parameter yang digunakan untuk mengukur perilaku kerja adalah orientasi pelayanan, integritas, komitmen, disiplin, kerjasama, dan khusus bagi pejabat struktural ditambah satu dimensi yaitu kepemimpinan. Secara terperinci diuraikan sebagai berikut:

1. Orientasi pelayanan adalah sikap dan perilaku kerja PNS memberikan pelayanan terbaik kepada yang dilayani antara lain masyarakat, atasan, rekan kerja, unit kerjaterkait dan unit lainnya.
2. Kejujuran, keteguhan dan keteguhan teguh dalam menjunjung tinggi nilai-nilai luhur dan keyakinan.
3. Komitmen organisasi merupakan ikatan psikologis antara individu dan organisasinya.
4. Disiplin adalah sikap, tingkah laku dan tindakan sesuai dengan peraturan lembaga, baik tertulis maupun tidak tertulis. Disiplin kerja merupakan suatu kebijakan yang menimbulkan tanggung jawab dan kewajiban pegawai untuk mematuhi peraturan organisasi tempat pegawai tersebut bekerja.
5. Kolaborasi adalah suatu sistem di mana pekerjaan dilakukan dari dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama. Kerja sama dalam kelompok kerja diperlukan untuk keberhasilan kinerja dan prestasi kerja.
6. Kepemimpinan adalah kemampuan memotivasi dan mempengaruhi bawahan atau orang lain yang berkaitan dengan bidang pelayanan publik negara untuk mencapaitujuan organisasi.

Ketentuan mengenai evaluasi kinerja pegawai negeri sipil yang digunakan dalam pekerjaan ini mengacu pada peraturan terbaru berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2019 yang bertujuan untuk menjamin objektivitas pembinaan pegawai negeri sipil. berdasarkan sistem prestasi kerja dan sistem karir. Evaluasi kinerja Mesin Sipil Negara dilakukan atas dasar perencanaan kinerja pada tingkat individu dan satuan atau organisasi, dengan memperhatikan tujuan, prestasi, hasil dan manfaat yang dicapai, serta perilaku Mesin Sipil Negara. Penilaian kemampuan kerja aparatur sipil negara dilakukan berdasarkan prinsip sebagai berikut:

- a) Objektif
- b) Terukur
- c) Akuntabel
- d) Partisipatif
- e) Transparan. Target kinerja meliputi:
 - a) Kuantitas, yaitu jumlah atau banyaknya keluaran (*Output*) dan atau manfaat (*outcome*) yang harus ada dalam setiap target kinerja.
 - b) Kualitas, yaitu mutu keluaran dan atau mutu manfaat dan tidak selalu harus ada dalam target kinerja, disesuaikan dengan jenis dan karakteristik kegiatan yang dilaksanakan.
 - c) Waktu, yaitu standart waktu yang digunakan untuk menyelesaikan kegiatan dan tidak selalu harus ada dalam target kinerja, disesuaikan jenis dan karakteristik

kegiatan yang dilaksanakan.

- d) Biaya, yaitu dana yang dibutuhkan untuk menyelesaikan kegiatan dan tidak selalu harus ada dalam target kinerja, disesuaikan dengan jenis dan karakteristik kegiatan yang dilaksanakan.

E-Kinerja

Definisi E-Kinerja

E-Kinerja merupakan sistem evaluasi kinerja pegawai negeri sipil secara elektronik. Pemerintah Kabupaten Demak menggunakan E-Kinerja untuk mengelola, menilai dan mengevaluasi kinerja pegawai PNS dalam periode tertentu. Sistem ini bersifat online dan berbasis web, dapat diakses kapan saja, di mana saja, dan responsif terhadap multi-platform desktop, desktop, dan mobile. Walilulu, Lukman dan Kusworo 2020 E-Kinerja merupakan aplikasi evaluasi kinerja pegawai. E-Kinerja adalah aplikasi berbasis web yang menganalisis kebutuhan tempat kerja, beban kerja dan beban kerja unit atau unit organisasi sebagai dasar akuntansi prestasi kerja dan stimulasi prestasi kerja. Putra et al 2020 E-Kinerja merupakan aplikasi atau sistem berbasis IT yang berbentuk halaman web. Wahyuni 2020 E-Kinerja digunakan sebagai alat atau cara melacak peralatan sipil instansi pemerintah atau SKPD pemerintah.

Dimensi E- Kinerja

E-Kinerja merupakan aplikasi web untuk menganalisis kebutuhan kerja, beban kerja dan beban kerja satuan kerja organisasi sebagai dasar penghitungan efisiensi kerja dan pemberian insentif kerja. Tujuan E-Kinerja adalah meningkatkan kinerja pejabat dan organisasi, menata dan memperbaiki organisasi, mengevaluasi prestasi kerja pejabat dan organisasi, menjamin rasa keadilan dan meningkatkan kesejahteraan pejabat. Mendorong terciptanya persaingan kerja yang sehat antar aparatur sipil negara, meningkatkan keterampilan personel dan jabatan yang diduduki aparatur sipil negara, mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam kerja aparatur sipil negara. Nurhayati (2017) menyatakan bahwa dimensi yang dijadikan acuan E-Kinerja dalam penelitian ini adalah efektivitas penggunaannya oleh setiap aparatur sipil negara, yaitu:

- a) Kemudahan monitoring capaian sasaran kerja pegawai Aparatur Sipil Negara
- b) Akses pengukuran target dan realisasi kerja
- c) Akuntabilitas dan integritas prensensi

Motivasi

Definisi Motivasi

Akbar et al. 2020 Istilah motivasi dalam kehidupan sehari-hari mempunyai berbagai arti baik yang berhubungan dengan perilaku individu maupun perilaku organisasi. Namun terlepas dari pentingnya, motivasi merupakan salah satu unsur penting dalam diri seseorang yang berperan dalam keberhasilan usaha atau pekerjaan manusia. Nauli 2021 Landasan utama penerapan motivasi kepemimpinan adalah pengetahuan dan kepedulian terhadap perilaku orang-orang yang dipimpinnya, sebagai faktor penentu keberhasilan organisasi. Suwanto 2021 Motivasi karyawan untuk meningkatkan hasil mereka sangat bergantung pada tingkat kompensasi yang mereka terima sebagai imbalan atas kontribusi mereka terhadap organisasi. Rivai Motivation 2011 merupakan seperangkat sikap dan nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai tujuan tertentu sesuai dengan tujuan individunya. Sikap dan nilai-nilai tersebut merupakan hal-hal tak kasat mata yang mendorong individu berperilaku untuk mencapai tujuannya.

Dimensi Motivasi

Motivasi memiliki dua jenis menurut Hasibuan (2010), yaitu motivasi positif dan motivasi negatif:

- a. Motivasi positif (insentif positif) Motivasi positif mengacu pada seorang manajer yang memberi inspirasi (memberi energi) pada tim dengan memberi mereka nasihat berkualitas tinggi. Motivasi negatif akan meningkatkan etos kerja karena pada umumnya masyarakat senang mencapai hasil yang berkualitas baik..
- b. Motivasi negatif (insentif negatif) \Manajer memotivasi bawahan dengan standarnya, makasudnya negatif, akan mendapatkan hukuman. Akibat motivasi negatif tersebut, etos kerja pegawai akan meningkat pada jam kerja puncak karena masih tunduk pada hukum; namun demikian, selama jam kerja puncak, kinerja mungkin menurun.

Jackson, Mathis Dan (2001) Maslow mengembangkan motivasi manusia dengan menjelaskan bahwa motivasi manusia digunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Berdasarkan teori tersebut, Maslow dalam Hosnawati (2016) mengklasifikasikan kebutuhan manusia menjadi lima kategori. Hirarki Maslow meliputi:

- a. Kebutuhan Fisiologis, antara lain kebutuhan akan sandang, pangan, papan dan kebutuhan jasmani lain.
- b. Kebutuhan Rasa aman, antara lain kebutuhan akan keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional.
- c. Kebutuhan Sosial, antara lain kasih sayang, rasa saling memiliki, diterima-baik, persahabatan.
- d. Kebutuhan Penghargaan, antara lain mencakup faktor penghormatan diri seperti harga diri, otonomi, dan prestasi; serta faktor penghormatan dari luar seperti misalnyastatus, pengakuan dan perhatian.
- e. Kebutuhan Aktualisasi diri, merupakan dorongan untuk menjadi seseorang atau sesuai ambisinya yang mencakup pertumbuhan, pencapaian potensi, dan pemenuhan kebutuhan diri.

Hennessey dkk (2015) Motivasi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Kedua motivasi ini mampu menjadikan seseorang menjadi lebih baik dan mewujudkan hal yang diinginkannya. Sumber kekuatan batin seseorang adalah motivasi, sehingga motivasi dapat dijadikan sebagai kekuatan untuk menjadikan dirinya lebih baik dari sebelumnya.

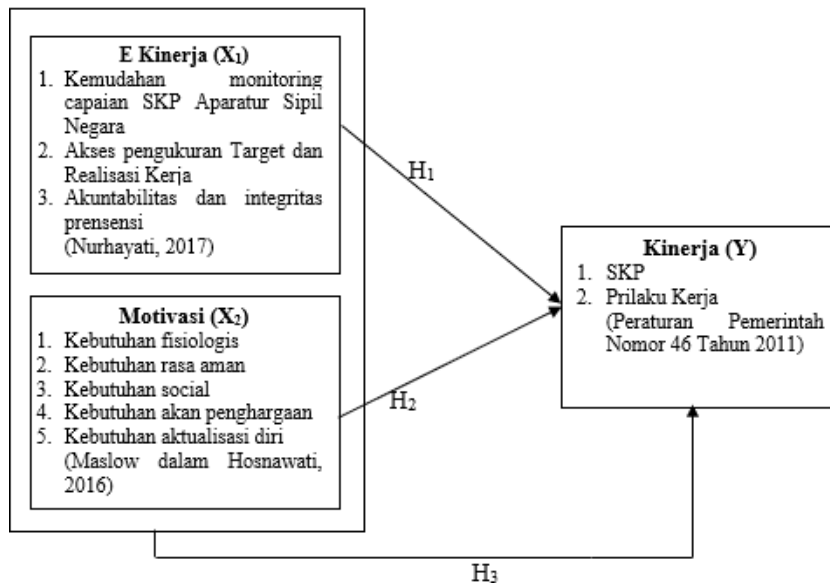
Penelitian sebelumnya

No	Judul/Peneliti/Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil
1.	Pengaruh penerapan E-Kinerja dan integritas terhadap kinerja pegawai Wahyuni (2020)	E-Kinerja (x1) Integritas (x2) Kinerja (y)	Multiple linear regresi	Adanya pengaruh antara variabel E-Kinerja terhadap kinerja pegawai di OPD kota Payakumbuh

2.	Efektivitas penerapan e kinerja dalam meningkatkan kinerja Aparatur Sipil Negara pada badan kepegawaian daerah provinsi maluku Wailulu <i>et.al</i> , (2020)	Efektivitas, penerapan E-Kinerja, kinerja aparatur	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas penerapan E-Kinerja dalam Meningkatkan kinerja Aparatur Sipil Negara pada badan kepegawaian daerah provinsi maluku belum efektif.
3.	Dampak Motivasi Kerja, Kepuasan dan Kinerja Polisi Wanita Wardhani & Hartono (2019)	Manajemen SDM (X1) Motivasi kerja (X2) Kepuasan kerja (Y1) Kinerja Karyawan (Y2)	Deskriptif kuantitatif dengan analisis jalur (path analysis).	motivasi kerja memiliki pengaruh terhadap kinerja
4.	Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT.Kahatex Hasyim <i>et.al</i> , (2020)	Motivasi (X1) Disiplin Kerja (X2) Kinerja (Y)	Uji regresi linier berganda	Motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Syncrum Logistic.
	Fast food indonesia (kfc) pondok indah plaza , jakarta selatan Suwanto (2020)	motivasi (x) Kinerja karyawan (y)	Uji regresi linear sederhana	karyawan pada PT. Fastfood Indonesia (kfc) 15 Pondok indah plaza jakarta selatan. Sedangkan
6.	Pengaruh penerapan sistem penilaian E-Kinerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai di kecamatan semarang timur melalui motivasi sebagai variabel intervening Nurhayati (2020)	kinerja pegawai (x1) E-Kinerja (x2) kompetensi (y1) Motivasi (y2)	Regresi linear berganda (spss)	variabel penerapan E-Kinerja secara langsung mempengaruhi kinerja pegawai. Motivasi memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang tersebut, Data tanggapan responden dilakukan untuk memberikan gambaran tanggapan responden terhadap variabel E-Kinerja, Moivasi dan Kinerja, dan juga membahas hasil alat analisis data. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan E-Kinerja dan motivasi terhadap kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Demak. Lebih jelasnya dapat dilihat pada kerangka teori berikut:



Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Diduga E-Kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Demak
- b. Diduga motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Demak
- c. Diduga E-Kinerja dan Motivasi bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Demak
- d. Diduga motivasi merupakan variabel yang paling dominan berengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Demak

Metode

Jenis penelitian

Penelitian ini menganut metode model kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan kajian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian, fenomena dan keterkaitannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk mengembangkan dan menggunakan model matematika, teori, dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sekretariat Daerah Kabupaten Demak, dilakukan mulai bulan April sampai dengan Agustus 2021 dan untuk bidang penelitian adalah Pengaruh Penerapan E-Kinerja dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Demak karena peneliti merupakan pegawai yang digunakan sebagai sampel.

Sumber Data Penelitian

- a. Data Primer

Data ini diambil berdasarkan questionnaire yang di bagikan kepada responden. Adapun yang termasuk dalam data primer adalah tanggapan responden terhadap variabel penelitian yang mencakup variabel E-Kinerja dan motivasi sebagai variabel independen dan kinerja pegawai sebagai variabel dependen dikembangkan dalam penelitian ini.

- b. Data Sekunder

Data tersebut diperoleh dari majalah majalah, laporan instansi terkait maupun dari

literatur literatur yang ada meliputi : jumlah pegawai, struktur organisasi, deskripsi Jabatan, dan lain lain.

Tehnik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini Pengumpulan data yang dilakukan adalah :

- a) Studi Pustaka
 - b) Observasi.
 - c) Penyebaran kuesioner
 - d) Metode penyebaran kuesioner
1. Skor 5 untuk pilihan jawaban Sangat Setuju (SS)
 2. Skor 4 untuk pilihan jawaban Setuju (S)
 3. Skor 3 untuk pilihan jawaban Cukup Setuju (CS)
 4. Skor 2 untuk pilihan jawaban Tidak Setuju (TS)
 5. Skor 1 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini pegawai secretariat daerah sebanyak 119 pegawai. Penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin, Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 92 responden.

Operasionalisasi Variabel

Variabel indikator penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan bebas. Variabel tersebut di atas terdiri dari dua bagian yaitu E-Kinerja dan motivasi sebagai variabel independen dan kinerja sebagai variabel dependen. Definisi operasional masing-masing variabel dan indikator dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
1	E-Kinerja (X ₁)	E-Kinerja tersebut akan digunakan sebagai alat atau cara untuk memantau para Aparatur Sipil Negara di lingkungan instansi pemerintah atau SKPD (Wahyuni 2020)	1. Kemudahan monitoring capaian SKP APARATUR SIPIL NEGARA 2. Akses pengukuran Target dan Realisasi Kerja 3. Akuntabilitas dan integritas presensi, kuantitas, dan kualitas kerja. (Nurhayati, 2017)	a. Kemudahan monitoring b. Capaian SKP c. Pengukuran target d. Realisasi kerja e. Akuntabilitas f. Integritas presensi	<i>Skala Likert</i> berdasarkan kesetujuan 5 s/d 1 5=SS 4=S 3=CS 2=TS 1=STS

2	Motivasi (X ₂)	Motivasi didefinisikan yaitu suatu keahlian, dalam mengarahkan pegawai dan organisasi agar mau bekerja secara berhasil, sehingga keinginan pegawai dan tujuan organisasi dapat tercapai sekaligus. (Hasibuan, 2010)	1. Kebutuhan fisiologis 2. Kebutuhan rasa aman 3. Kebutuhan soaial 4. Kebutuhan akan penghargaan 5. Kebutuhan aktualisasi diri Maslow dalam Hosnawati (2016)	a. Sandang b. Pangan c. Papan d. Aman dari phk e. Aman dari aktivitas kerja f. Saling menghormati g. Saling menghargai h. Prestasi diri i. Mendapatkan bnus j. Kesempata menaiki jabatan k. Kesempatan menambah kompetensi	<i>Skala Likert</i> berdasarkan kesetujuan 5 s/d 1 5=SS 4=S 3=CS 2=TS 1=STS
3	Kinerja (Y)	Kinerja yang disebu juga prestasi kerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh setiap PNS pada satuan organisasi sesuai dengan sasaran kerja pegawai dan perilaku kerja. (Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2011)	1. SKP 2. Prilaku Kerja (PP RI No 30 Tahun 2019)	a. Kuantitas b. Kualitas c. Waktu d. Biaya e. Orientasi Pelayanan f. Integritas g. Komitmen h. Disiplin i. Kerjasama j. Kepemimpinan	<i>Skala Likert</i> berdasarkan kesetujuan 5 s/d 1 5=SS 4=S 3=CS 2=TS 1=STS

Alat Analisis

Uji Validitas

Suatu instrumen yang sah mempunyai tingkat validitas yang tinggi. Validitas diartikan sebagai kemampuan melaporkan data dari variabel yang diteliti secara akurat. Untuk menentukan ambang validitas kuesioner dengan margin signifikan ($\alpha = 5\%$), digunakan komputer dengan software SPSS versi 25.0. Dalam menilai validitas kuesioner, dilakukan survei terhadap 92 responden dengan pemahaman bahwa jika tingkat respons lebih tinggi dari item kritis product moment (5%), maka kuesioner dianggap valid. Jika r-score kurang dari atau sama dengan skor kritis Product Moment sebesar 5%, maka dianggap tidak valid.

Uji Reliabilitas

Untuk menentukan ambang reliabilitas dari penelitian ini digunakan workstation komputer yang menjalankan SPSS versi 25.0 for Windows untuk memperoleh koefisien Alpha Cronbach. Hasil indeks harga yang menghasilkan indeks reliabilitas menurut hukum Alpha Cronbach adalah sebagai berikut: "Reliabilitas dinyatakan jika harga kurang dari atau sama dengan 0,60 ($r \geq 0,60$), dan harga indeks reliabilitas dinyatakan sebagai jumlah terkecil yang harus kurang dari atau sama dengan 0,60 ($r \leq 0,60$). Reliabilitas dikatakan tinggi jika α melebihi 0,85 atau bahkan $r = 0,90$.

Uji F (Anova)

Dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel dependen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi (R^2) menurunkan sebagian kemampuan model dalam merepresentasikan variabel dependen. Ada dua jenis koefisien determinasi: nol dan satu. Semakin tinggi koefisien determinasi dominasi variabel independen terhadap variabel dependen maka semakin tepat model yang digunakan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi dibatasi antara +1 dan -1. Jika koefisien determinasinya positif, maka kedua variabel tersebut mempunyai korelasi positif. Artinya, jika nilai variabel X tinggi maka nilai variabel Y juga akan tinggi. Sebaliknya jika koefisien korelasinya negatif, maka kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang saling lepas. Artinya, jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan rendah (begitu pula sebaliknya).

Uji Regresi Linier Berganda

Metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data. Memanfaatkan teknik statistik untuk menyesuaikan hipotesis temuan penelitian dengan menerapkan teknik analisis regresi dua prediktor.

Rumus persamaan regresi berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y	=	Kinerja
a	=	konstanta
$b_{1,2}$	=	koefisien parameter dari masing-masing variabel (b_1, b_2)
X_1	=	E-Kinerja
X_2	=	Motivasi

Uji Hipotesis

Uji hipotesis t (Pengujian signifikansi secara sendiri-sendiri)

Uji hipotesis t berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Selain itu dapat diketahui juga dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai tabel. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Uji hipotesis F (Pengujian Signifikansi Secara Bersama-sama)

Uji hipotesis F berfungsi untuk menguji apakah variabel dependen berhubungan linier (secara bersama-sama) terhadap variabel independen. Dalam pengambilan keputusan uji F membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Penulis menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika nilai nilai F hitung $< F$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga uji F dilakukan dengan membuat hipotesis yaitu sebagai berikut:

- Jika nilai Sig. F $\leq 5\%$ maka H_0 ditolak (H_a diterima)
- Jika nilai Sig. F $> 5\%$ maka H_0 diterima (H_a ditolak).

Uji Koefisien Beta Standart

Tujuan dari Standar Uji Koefisien Beta adalah untuk mengidentifikasi variabel independen yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel dependen. Koefisien yang dihasilkan dari garis regresi yang telah dinormalisasi akan memberikan nilai signifikansi paling rendah pada variabel independen, artinya variabel independenlah yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel dependen.

Hasil dan Pembahasan Hasil Penelitian
Deskripsi Obyek Penelitian
Gambaran Umum Sekretariat Daerah Kabupaten Demak

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	49	53.26%
2	Wanita	43	46.74%
T o t a l		92	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 49 orang dan responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 43 orang Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	Dibawah 25 th	-	
2	26 – 35 th	12	13.04%
3	36 – 45 th	44	47.83%
4	46 – 55 th	30	32.60%
5	Lebih dari 55 th	6	6.52%
T o t a l		92	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa responden dengan usia 26 – 35 th sebanyak 12 orang, responden dengan usia 36 – 45 th sebanyak 44 orang, responden dengan usia 46 – 55 th sebanyak 40 orang dan responden dengan usia lebih dari 55 tahun sebanyak 6 orang. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMA/Sederajat	22	23.91%
2	D1 – D4	3	3.26%
3	S1	45	48.91%
4	S2	22	23.91%
T o t a l		92	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 22 orang, responden dengan tingkat pendidikan D1- D4 sebanyak 3 orang, responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 45 orang dan respondendengan tingkat pendidikan S2 sebanyak 22 orang

Karakteristik responden terhadap variabel E-Kinerja dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden terhadap Variabel E-Kinerja

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Mean
		STS	TS	CS	S	SS	
1	Dengan menggunakan E-Kinerja dapat mempermudah pegawai dalam memonitoring data	0	3	30	47	12	3.73
2	Hasil yang didapatkan dari menggunakan E-Kinerja merupakan capaian dari SKP	0	8	40	38	6	3.45
3	Hasil dalam menggunakan E-Kinerja merupakan pengukuran target yang harus dicapai	0	2	27	51	12	3.79
4	Menggunakan E-Kinerja merupakan realisasi kerja pegawai	0	8	33	45	6	3.53
5	Dengan menggunakan E-Kinerja tingkat akuntabilitasnya tinggi	0	6	30	37	19	3.75
6	Dengan E-Kinerja tingkat integritas presensi pegawai dapat dipantau dengan baik	0	0	35	48	9	3.71
Rata – Rata Variabel		0	4	33	44	11	3.66

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban terbanyak pada variabel E- Kinerja ada pada jawaban setuju yaitu sebanyak 44 responden, diikuti oleh jawaban cukup setuju sebanyak 33 responden, kemudian jawaban sangat setuju sebanyak 11 responden dan jawaban tidak setuju sebanyak 4 responden sedangkan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Untuk nilai rata-rata nean yang didapatkan pada variabel ini adalah sebesar 3.66.

karakteristik responden terhadap variabel motivasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden terhadap Variabel Motivasi

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Mean
		STS	TS	CS	S	SS	
1	Gaji yang didapatkan pegawai mampu memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari	0	1	12	57	22	4.08
2	Pegawai dapat membeli kebutuhan pakaian dari hasil gaji yang didapatkan	0	1	25	45	21	3.93
3	Dari gaji yang dudapatkan pegawai mampu menjadi biaya tambahan untuk membeli rumah yang layak	0	1	16	57	18	4.00

4	Pegawai dijamin dari adanya PHK sepihak	0	2	15	50	25	4.06
5	Pegawai aman dari tindakan kriminal di lingkungan kerja	0	3	19	48	22	3.96
6	Antar pegawai saling menghormati	0	0	28	53	11	3.81
7	Sesama pegawai saling menghargai	0	2	21	48	21	3.95
8	Pegawai harus memperlihatkan prestasi kerjanya	0	0	23	52	17	3.93
9	Pegawai yang bekerja dengan baik mendapatkan bonus tambahan dari atasan	0	0	23	55	14	3.90
10	Pegawai diberikan kesempatan yang sama untuk menaiki jabatan dengan ketentuan yang berlaku	0	1	22	53	16	3.91
11	Pegawai diberikan kesempatan untuk melanjutkan study ke perguruan tinggi yang diinginkan	0	1	12	51	28	4.15
Rata – Rata Variabel		0	1	20	52	19	3.97

bahwa jawaban terbanyak pada variabel motivasi ada pada jawaban setuju yaitu 452 responden, diikuti oleh jawaban cukup setuju sebanyak 20 responden, kemudian jawaban sangat setuju sebanyak 19 responden dan jawaban tidak setuju sebanyak 1 responden sedangkan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Untuk nilai rata-rata mean yang didapatkan pada variabel ini adalah sebesar 3.97.

Karakteristik responden terhadap variabel Kinerja dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden terhadap Variabel Kinerja

No	Pernyataan	Kategori Jawaban					Mean
		STS	TS	CS	S	SS	
1	Pegawai memenuhi setiap tugas yang diberikan instansi	0	2	25	53	12	3.81
2	Pegawai mampu mencapai target pekerjaan Pegawai	0	2	21	51	18	3.92
3	Waktu kerja Pegawai, Pegawai optimalkan untuk bekerja	0	3	16	51	22	4.00
4	Pegawai memaksimalkan budget anggaran supaya tidak overbudget	0	5	21	48	18	3.85
5	Pegawai berusaha menjangkau kepuasan tertinggi konsumen terhadap pelayanan instansi	0	2	17	59	14	3.92

6	Pegawai menjunjung tinggi integritas instansi	0	2	17	46	27	4.06
7	Pegawai menyelaraskan visi Pegawai dengan visi instansi	0	2	22	49	19	3.92
8	Pegawai menjunjung tinggi kode etik kepegawaian	0	2	18	46	26	4.04
9	Pegawai bekerja sama dengan teman-teman kerja dalam instansi	0	0	21	58	13	3.91
10	Pegawai suka menjadi pemimpin sebuah kelompok kerja	0	2	20	51	19	3.94
Rata – Rata Variabel			2	20	51	19	3.93

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jawaban terbanyak pada variabel kinerja ada pada jawaban setuju yaitu sebanyak 51 responden, diikuti oleh jawaban cukup setuju sebanyak 20 responden, kemudian jawaban sangat setuju sebanyak 19 responden dan jawaban tidak setuju sebanyak 2 responden sedangkan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 0 responden. Untuk nilai rata-rata nean yang didapatkan pada variabel ini adalah sebesar 3.93.

Hasil Alat Analisis

Pengujian validitas variabel penerapan E-Kinerja (X_1) dan motivasi (X_2) terhadap kinerja (Y) pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Demak dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
(X1)	1	0.496	0.170	Valid
	2	0.615	0.170	Valid
	3	0.636	0.170	Valid
	4	0.689	0.170	Valid
	5	0.718	0.170	Valid
	6	0.658	0.170	Valid
(X2)	1	0.678	0.170	Valid
	2	0.702	0.170	Valid
	3	0.537	0.170	Valid
	4	0.690	0.170	Valid
	5	0.701	0.170	Valid
	6	0.613	0.170	Valid
	7	0.555	0.170	Valid
	8	0.550	0.170	Valid
	9	0.518	0.170	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

	10	0.610	0.170	Valid
	11	0.344	0.170	Valid
(Y)	1	0.519	0.170	Valid

	2	0.577	0.170	Valid
	3	0.633	0.170	Valid
	4	0.655	0.170	Valid
	5	0.595	0.170	Valid
	6	0.758	0.170	Valid
	7	0.752	0.170	Valid
	8	0.750	0.170	Valid
	9	0.598	0.170	Valid
	10	0.697	0.170	Valid

Berdasarkan Tabel diatas yaitu tentang hasil uji validitas, pada masing-masing variabel penelitian menunjukkan bahwa semua indikator mempunyai nilai r hitung $> r$ tabel, sehingga keseluruhan indikator dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian berikutnya

Hasil Uji Reliabilitas

Untuk menguji tingkat reliabilitas dari penelitian ini digunakan sarana bantu komputer dengan program *SPSS versi 25.0 for windows* untuk mendapatkan nilai *Alpha Cronbach*. Selanjutnya perlu ditafsirkan hasil dari harga indeks yang didapat indeks reliabilitas dari *Alpha Cronbach* yaitu: "Dinyatakan reliabel jika harga $r \geq 0.60$ (paling tidak mencapai 0.60), kemudian harga indeks reliabilitas yang distandarkan paling tidak harus mencapai ($r \leq 0.60$).

Adapun pengujian reliabilitas variabel penerapan E-Kinerja (X_1) dan motivasi (X_2) terhadap kinerja pegawai (Y) di Sekretariat Daerah Kabupaten Demak dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	α hitung	Standar α	Keterangan
Penerapan E-Kinerja (X_1)	0.761	0.60	Reliabel
Motivasi (X_2)	0.747	0.60	Reliabel
Kinerja (Y)	0.754	0.60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas yaitu tentang uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa semua variabel mempunyai nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel dan layak digunakan untuk penelitian.

Hasil Uji Anova (F-test)

hasil uji Anova (F-test) dapat dilihat pada tabel dibawah ini: Tabel 4.9 Hasil Uji Anova (F-test)

ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1298.668	2	649.334	82.601	.000a
Residual	699.636	89	7.861		
Total	1998.304	91			

- a) Predictors: (Constant), X2, X1
- b) Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas yaitu tentang hasil uji anova, dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} 82.601 dari 2-91 sebesar 3.10, dengan signifikan $0.000 < 0.005$ artinya variabel penerapan E-Kinerja (X_1) dan motivasi (X_2) merupakan model persamaan yang baik atau mampu mempengaruhi kinerja pegawai (Y). Hasil uji model F-test di atas menunjukkan bahwa model dikatakan fit

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standart Error of the Estimate
1	.806a	.650	.642	2.80376

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas yaitu tentang hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 64.2 atau 64.2%. Dengan demikian maka peningkatan kinerja pegawai dapat dipengaruhi oleh variabel penerapan E-Kinerja dan motivasi sebesar 64.2% Sementara sisanya sebesar 35.8% dipengaruhi oleh variabel lain seperti: kompetensi, transparansi dan akuntabilitas

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11

Hasil Analisis Regresi

Linier Berganda

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.678	2.956		.568	.572
X1	.251	.136	.150	1.838	.069
X2	.737	.086	.702	8.596	.000

- a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas yaitu tentang hasil analisis regresi linier berganda, makapersamaan linear berganda yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

- a) Koefisien regresi menunjukkan bahwa penerapan E-Kinerja memiliki nilai beta sebesar positif 0.150. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan E-Kinerja, maka akan mempengaruhi peningkatan kinerja pegawai

- b) Koefisien regresi menunjukkan bahwa motivasi memiliki nilai beta positif sebesar 0.702. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi pegawai, maka akan mempengaruhi peningkatan kinerja pegawai.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis t (Pengujian Signifikansi Secara Sendiri-sendiri)

Adapun uji hipotesis t pada penelitian ini dilihat dari tabel 4.11 diatas dengan uji hipotesis sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama Hipotesis pertama menguji pengaruh penerapan E-Kinerja terhadap kinerja pegawai. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0.150 dan nilai signifikansi sebesar $0,069 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan E-Kinerja mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja, dan dapat disimpulkan bahwa apabila penerapan E-Kinerja dapat dilakukan dengan baik oleh pegawai, maka akan mempengaruhi meningkatnya kinerja pegawai
2. Pengujian hipotesis kedua Hipotesis kedua menguji pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai. Diperoleh koefisien beta positif sebesar 0.702 dengan nilai signifikansi sebesar $0.00 < 0,05$, hal ini mengindikasikan hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja, dan dapat disimpulkan bahwa apabila motivasi pegawai terus ditingkatkan, maka akan mempengaruhi meningkatnya kinerja pegawai

Uji Hipotesis F (Pengujian Signifikansi Secara Bersama-sama)

Uji hipotesis F pada penelitian ini didapatkan melalui hasil uji Anova (F-test) dan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.9 dan tabel 4.10 dengan hasil sebagai berikut:

1. Dari hasil uji anova, dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} 82.601 dari 2-91 sebesar 3.10, dengan signifikan $0.000 < 0.005$ artinya variabel penerapan E-Kinerja (X_1) dan motivasi (X_2) merupakan model persamaan yang baik atau mampu mempengaruhi kinerja pegawai (Y). Hasil uji model F-test di atas menunjukkan bahwa model dikatakan fit
2. Dari hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 64.2 atau 64.2%. Dengan demikian maka peningkatan kinerja pegawai dapat dipengaruhi oleh variabel penerapan E-Kinerja dan motivasi sebesar 64.2% Sementara sisanya sebesar 35.8% dipengaruhi oleh variabel lain

Berdasarkan hasil kedua uji diatas dapat disimpulkan bahwa variabel penerapan E-Kinerja dan motivasi sama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Inspektorat Kabupaten Demak

Uji Koefisien Beta Standart

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil analisis regresi garis berganda dapat disimpulkan bahwa standar koefisien beta yang diperoleh adalah sekitar 0,702 untuk variabel motivasi. Dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan adalah motivasi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil olah data maka pembahasan yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

a. Penerapan E-Kinerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai

Hipotesis pertama menguji dampak E-Kinerja terhadap kinerja caregiver. Hal ini didasarkan pada koefisien beta positif sebesar 0,150 dan koefisien signifikansi sebesar 0,069 dari 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis pertama yang diterima. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan E-Kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap jam kerja pegawai. Dapat disimpulkan juga bahwa jika E-Kinerja diterapkan secara efektif oleh karyawan maka akan berdampak buruk pada jam kerja karyawan. Berdasarkan hasil kuisioner responden pada variabel E-Kinerja terdapat delapan responden yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa hasil penggunaan E-Kinerja merupakan cerminan dari SKP dan penggunaan E-Kinerja merupakan salah satu cara untuk mewujudkan kerja sukarela. Hasil dari penelitian diatas, didukung oleh penelitian Nurhayati (2020) dengan judul Pengaruh penerapan sistem penilaian E- Kinerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai di kecamatan semarang timur melalui motivasi sebagai variabel intervening hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel penerapan E-Kinerja secara langsung mempengaruhi kinerja pegawai. Motivasi memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai

b. Motivasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai

Hipotesis kedua membahas tentang pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan koefisien beta positif sebesar 0,702 dan tingkat signifikansi sebesar 0,0005, hal ini menunjukkan kedua hipotesis yang diuji. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi kerja pegawai mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap prestasi kerja, dan dapat disimpulkan bahwa jika motivasi kerja pegawai terus meningkat maka akan berdampak negatif terhadap pertumbuhan produktivitas pegawai. Berdasarkan hasil kuesioner responden pada variabel E-Kinerja, terdapat tiga orang yang tidak sepenuhnya setuju dengan pernyataan “Pegawai aman” mengenai adanya tindak pidana di lingkungan kerja. Hasil penelitian di atas di dukung oleh penelitian Hasyim et.al, (2020) yang berjudul Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT.Kahatex hasil penelitian ini menunjukan bahwa Motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Syncrum Logistic.

c. Penerapan E-Kinerja dan Motivasi bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja pegawai

Pada penelitian ini variabel E-Kinerja dan motivasi sama-sama memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji anova dan uji koefisien determinasi dibawah ini:

1. Berdasarkan tabel 4.9 diatas yaitu tentang hasil uji anova, dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} 82.601 dari 2-91 sebesar 3.10, dengan signifikan $0.000 < 0.005$ artinya variabel penerapan E-Kinerja (X_1) dan motivasi (X_2) merupakan model persamaan yang baik atau mampu mempengaruhi kinerja pegawai (Y). Hasil uji model F-test di atas menunjukkan bahwa model dikatakan fi
2. Berdasarkan tabel 4.10 diatas yaitu tentang hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 64.2 atau 64.2%. Dengan demikian maka peningkatan kinerja pegawai dapat dipengaruhi oleh variabel

penerapan E-Kinerja dan motivasi sebesar 64.2% Sementara sisanya sebesar 35.8% dipengaruhi oleh variabel lain

Dari kedua hasil uji diatas dapat disimpulkan bahwa variabel penerapan E-Kinerja dan Motivasi sama-sama memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai yang artinya adalah kedua variabel tersebut secara positif dan signifikan memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai. Sedangkan variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai adalah variabel motivasi karena nilai koefisien beta yang didapatkan adalah sebesar 0.702 dan penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya Nurhayati (2020) dengan judul Pengaruh penerapan sistem penilaian E-Kinerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai di kecamatan Semarang timur melalui motivasi sebagai variabel intervening yang menghasilkan variabel penerapan E-Kinerja secara langsung mempengaruhi kinerja pegawai.

Motivasi memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai

d. Motivasi Merupakan Variabel Yang Paling Berpengaruh Terhadap Kinerja Pegawai

Berdasarkan tabel 4.11 tentang hasil analisis regresi linier berganda dapat ditemukan bahwa nilai koefisien beta standar yang didapatkan adalah sebesar 0.702 pada variabel motivasi. Artinya bahwa variabel motivasi merupakan variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai. Hal ini juga mendeskripsikan bahwa motivasi merupakan faktor penting dalam memberikan pengaruh terhadap peningkatan kinerja pegawai. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya Hasyim et.al, (2020) yang berjudul Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT.Kahatex yang menyatakan bahwa Motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Syncrum Logistic

Kesimpulan dan saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat disampaikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penerapan E-Kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Demak
2. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Demak
3. Penerapan E-Kinerja dan motivasi sama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Demak
4. Variabel motivasi merupakan variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Demak

Saran

Saran yang muncul pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bapak Sekretaris Daerah

Sebagai Kepala Sekda, harus terus memberikan pelatihan kepada pegawai untuk dapat menggunakan E-Kinerja dengan baik serta tetap memberikan dorongan berupa motivasi kepada pegawai agar dalam setiap kegiatan kerjanya bisa memaksimalkan kemampuannya agar hasil yang didapatkan bisa sesuai harapan

- b. Pegawai

Sebagai pegawai seharusnya terus meningkatkan kemampuan dalam hal penggunaan E-Kinerja, menggunakan E-Kinerja dengan sebaik-baiknya serta tidak pernah patah semangat apabila mendapatkan kendala dalam melaksanakan pekerjaan di kantor.

Daftar Pustaka

- Akbar, Irfan Rizka, Desi Prasetyani, And Nariah Nariah. 2020. "Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Unggul Abadi Di Jakarta." *Jurnal Ekonomi Efektif* 3(1):84–90.
- Azziz, Ayu Lestari. 2017. "The Influence Of Intrinsic Motivation and Ekstrinsic Motivation toward Interest To Learn Of Business Economic students Class X In smkn4 Makassar." *Program Pasca Sarjana Universitas Negeri Makasar*.
- Can, Afni, And Yasri. 2012. "Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Nagari." *Jurnal Riset Manajemen Bisnis Dan Publik* 4(1):1–26.
- Gruman, Jamie A., And Alan M. Saks. 2011. "Performance Management And Employee Engagement." *Human Resource Management Review* 21(2):123–36.
- Hadi, S. (2000). *Metodologi Research*. Jogjakarta, Fakultas Psikologi UGM.
- Hendra. 2020. "Pengaruh Budaya Organisasi, Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Universitas Tjut Nyak Dhien Medan." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3(1):1–12.
- Hennessey, Beth, Seana Moran, Beth Altringer, And Teresa M. Amabile. 2015. "Extrinsic And Intrinsic Motivation." *Wiley Encyclopedia Of Management* 1–4.
- Kusjono, Gatot, And Firmansyah. 2020. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt Lee Cooper Indonesia Jakarta Selatan." *Prosiding Seminar Nasional Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang* 183–93.
- Liu, I. Fan. 2020. "The Impact Of Extrinsic Motivation, Intrinsic Motivation, And Social Self-Efficacy On English Competition Participation Intentions Of Pre-College Learners: Differences Between High School And Vocational Students In Taiwan." *Learning And Motivation* 72(February):101675.
- London, Manuel, Edward M. Mone, And John C. Scott. 2004. "Performance Management And Assessment: Methods For Improved Rater Accuracy And Employee Goal Setting." *Human Resource Management* 43(4):319–36.
- Luthans, F., B. J. Avolio, J. B. Avey and S. M. Norman (2007). "Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction." *Personnel Psychology* 60(3): 541-572.
- Mulia, Rizki Afri, And Nika Saputra. 2019. "Kontribusi Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Di Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kabupaten Agam." 2(1):20–28.
- Nauli, Putra Perdamean. 2021. "Pengaruh Kompensasi, Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Universitas Pamulang Putra." *Jurnal Ekonomi Efektif*

3(2):195–204.

Nurhayati, Ema. 2017. “Pengaruh Penerapan Sistem Penilaian Kinerja Pegawai Di Kecamatan Semarang Timur Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* 2(2):79–91.

Pratama, Dhanny Wahyu. 2020. “Penerapan E-Kinerja di Dinas Perdagangan Kota Surakarta.” Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Putra, Ida Bagus Agung Eka Mandala, Rukmi Sari Hartati, And Yoga Divayana. 2020. “Audit Sistem Informasi E-Kinerja Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Denpasar.” *Majalah Ilmiah Teknologi Elektro* 19(1):107.

Rozali, Muhammad, And Kusnadi Kusnadi. 2020. “Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Takeda Indonesia.” *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 13(2):65–74.

Sia Tjun Han, A. N., Endo W. Kartika, dan Thomas S. Kaihatu (2012). "Komitmen Afektif Dalam Organisasi Yang Dipengaruhi Perceived Organizational Support Dan Kepuasan Kerja." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, VOL.14, NO. 2, (September 2012): 109-117.

Singarimbun, M. (1995). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta, LP3ES. Hasyim, M. Ardi Nupi, Germanus Ignasius Loyola Maje, Vina '. Alimah, And Shintya Ayu Putri Priyadi. 2020. “Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT.Kahatex.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 3(2):58–69.

Suwanto. 2021. “Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt . Fast Food Indonesia (KFC) Pondok Indah Plaza , Jakarta Selatan.” *Jurnal Arastirma Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UNPAM* 1(1):15–21.

Wahyuni, Sisi. 2020. “Pengaruh Penerapan E-Kinerja Dan Integritas Terhadap Kinerja Pegawai Sisi Wahyuni.” *Journal Of Education On Social Science* 4(2):153–64.

PENGARUH PROGRAM PEMBERDAYAAN BRILIANPRENEUR TERHADAP KINERJA BISNIS USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH

Sade Ayu Sarweni Kusumastuti¹, Agus Trihandoyo²

^{1,2} Universitas Siber Indonesia

Jl. TB Simatupang No.6, RT.7/RW.5, Tj. Barat, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12530

e-mail: [1sarweni14@gmail.com](mailto:sarweni14@gmail.com) [2agus.triandoyo.fr@gmail.com](mailto:agus.triandoyo.fr@gmail.com)

Abstrak

UMKM memiliki kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, namun mereka sering mengalami kendala dalam hal sumber daya, fasilitas pendanaan, teknologi, dan akses pasar yang lebih luas. Melalui program pemberdayaan, UMKM dapat meningkatkan kapasitas dan kapabilitas usahanya. Salah satunya ialah Program Pemberdayaan BRILIANpreneur yang bertujuan untuk mendorong UMKM agar dapat naik kelas hingga mencapai tingkat global dalam kegiatan ekspor-impor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh program pemberdayaan BRILIANpreneur terhadap kinerja bisnis UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 75 responden para UMKM di Indonesia. Metode Analisis yang digunakan adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Linear Berganda dengan alat bantu SPSS Ver.25. Hasil menunjukkan bahwa Pengalaman, Pelatihan, Business Matching, dan Fasilitas Pendanaan secara bersama-sama berpengaruh 61,3% terhadap kinerja bisnis UMKM. Secara Parsial Pengalaman, Business Matching dan Fasilitas Pendanaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM terutama yang direfleksikan dengan inovasi, pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Program BRILIANpreneur dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk telah memberikan manfaat bagi UMKM, terutama melalui fasilitas pendanaan dan Business Matching yang direfleksikan dengan inovasi digital untuk membantu meningkatkan kinerja bisnis usahanya.

Kata kunci: *Pemberdayaan, UMKM, Kinerja Bisnis*

Abstract

MSMEs have contributed to economic growth, however they often experience constraints in terms of resources, funding facilities, technology, and broader market access. Through empowerment programs, MSMEs can increase their business performance in terms of capacities and capabilities. One of them is the BRILIANpreneur Empowerment Program which aims to encourage MSMEs to be able to upgrade themselves to the global level in export-import activities. This study aims to determine and analyze the effect of the BRILIANpreneur empowerment program on MSME business performance. This study used a quantitative approach involving 75 respondents from MSMEs in Indonesia. The analytical method used is Descriptive Analysis and Multiple Linear Regression Analysis with SPSS Ver.25 tools. The results show that Experience, Training, Business Matching, and Funding Facilities together have a 61.3% effect on MSME business performance. Partially, experience, business matching and funding facilities have a significant effect on MSME business performance, especially as reflected by innovation, training does not have a significant effect on MSME business performance. The BRILIANpreneur program from PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk has provided benefits to MSMEs, especially through funding facilities and Business Matching, as reflected by digital innovations to help improve

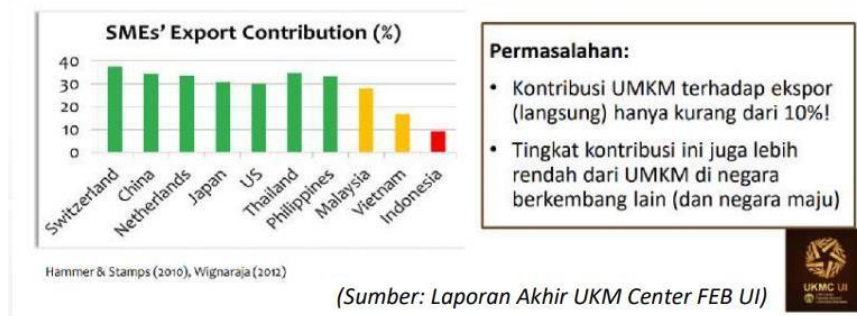
business performance.

Keywords: *Empowerment, Micro, Small and Medium Enterprises, Business Performance*

1. PENDAHULUAN

Di masyarakat, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian, terutama di Indonesia. Dengan kontribusinya yang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi inklusif, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian negara. Pada tahun 2019, jumlah UMKM di Indonesia meningkat menjadi 65,5 juta, tumbuh signifikan dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 64,2 juta (Kamsidah, 2022)

Namun, UMKM seringkali menghadapi berbagai hambatan, antara lain sumber daya, fasilitas keuangan, teknologi, dan akses pasar yang lebih luas (T.H. Tambunan, 2021). Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah terbatasnya akses terhadap pasar global, hal ini seringkali disebabkan oleh kurangnya informasi pasar dan ketidaktahuan di sektor ekspor-impor. Menurut penelitian (Ramadhani, 2013) keterbatasan informasi ini dapat menurunkan orientasi pasar dan daya saing UMKM secara global. Pada tahun 2020, kontribusi UMKM terhadap ekspor Indonesia hanya mencapai 4,09% dari total nilai ekspor, jauh tertinggal dari negara tetangga seperti Thailand dan Malaysia (Media Digital, 2021).



Gambar 1. 1 Kontribusi UMKM Ekspor

Menghadapi tantangan tersebut, program pemberdayaan menjadi prioritas utama untuk meningkatkan kinerja UMKM, terutama agar menjangkau pasar yang lebih luas. Program ini memberikan pelatihan, dukungan akses permodalan, dan akses pasar kepada UMKM sehingga dapat memperbaiki kinerja dan keberhasilan bisnis tersebut. Seperti Pelatihan Berjenjang UMKM Tahun 2021 yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah memberikan dampak terhadap pertumbuhan kinerja bisnis UMKM berupa penambahan omzet peserta pelatihan sebesar 224%, penambahan aset sebesar 168%, dan peningkatan tenaga kerja sebesar 209% (Layanan Masyarakat, 2021).

BRilianpreneur dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk merupakan program pemberdayaan yang menawarkan peningkatan kapasitas dan kapabilitas UMKM khususnya di bidang ekspor-impor dan digitalisasi (Miqdad Robbani, 2022). BRilianpreneur tahun 2022 dinyatakan sukses oleh Director of Small and Medium Business BRI, Amam Sukriyanto melihat angka-angka yang melampaui target (Syahputra, 2022). Diantaranya, rangkaian Business Matching yang telah menghasilkan nilai sebesar US\$ 76,7 juta, atau setara Rp 1,2 triliun, meningkat dari tahun 2020 sebesar \$57,5 dan \$72,13 pada tahun 2021. Dalam 3 hari kegiatan, ada 174 UMKM yang berkesempatan melakukan business matching serta 43 deals buyer yang berasal dari 20 negara seperti Malaysia, Belanda, Australia, Kanada, Selandia Baru, Spanyol, Uni Emirat Arab (UEA), dan Meksiko. Selain itu transaksi selama

acara berlangsung juga mengalami peningkatan hampir 3 kali lipat mencapai Rp 8,7 miliar yang sebelumnya pada tahun 2020 sebesar Rp 3,1 miliar sedangkan pada tahun 2021 hanya meningkat 0,6% dengan nilai Rp 8,1 miliar (Kusumo Hastuti, 2020; Perdana Imandiar, 2021).

Penelitian sebelumnya yaitu (Khoviva, 2020) menyoroti pentingnya pendampingan dan pelatihan UMKM untuk mendorong ekspor melalui program BRILianpreneur. Sementara penelitian lain seperti (Almai, 2020) mengeksplorasi peran pengembangan UMKM dan manfaatnya dalam meningkatkan keterampilan, permodalan, dan akses pemasaran. (Rosita et al., 2022) juga mengkaji efektivitas program pemberdayaan UMKM dan menekankan pentingnya kesadaran dan dukungan yang lebih baik dari bisnis lokal.

Penelitian-penelitian sebelumnya dan observasi peneliti memberikan landasan yang kuat bagi penelitian ini untuk mengidentifikasi bidang-bidang di mana program seperti BRILianpreneur telah berhasil, serta menyoroti bidang-bidang yang masih memerlukan perhatian dan perbaikan. Oleh karena itu, penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi penting bagi pengembangan program pemberdayaan UMKM yang dapat membantu pemerintah dan organisasi terkait dengan pengembangan program pemberdayaan UMKM yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM khususnya dipasar global.

2. METODE

2.1. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif. Data yang dikumpulkan berasal dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui survei berbasis kuesioner yang disebarakan kepada responden yang dipilih secara purposive sample. Kuesioner dirancang secara cermat untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan demi menjawab pertanyaan penelitian.

Selain data primer, sumber data sekunder juga digunakan yang didapatkan dari berbagai sumber seperti literatur ilmiah, laporan pemerintah dan data statistik yang relevan. Data sekunder ini digunakan untuk mendukung temuan dari data primer dan memberikan konteks yang lebih luas terkait isu yang dikaji dalam penelitian ini.

2.2. Fokus dan Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM. Dalam pengujian ini yang menjadi objek utamanya adalah UMKM Binaan yang telah mengikuti program pemberdayaan BRILianpreneur tahun 2022.

2.3. Populasi dan Sampel

Populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah UMKM Binaan yang telah mengikuti program pemberdayaan BRILianpreneur 2022 dengan jumlah 222 Pengusaha Mikro & Kecil. Populasi ini dipilih untuk memahami persepsi dan kepuasan mereka terhadap program pemberdayaan yang diberikan oleh BRILianpreneur.

Agar mewakili populasi yang menjadi sumber data penelitian, maka perlu ditentukan ukuran sampel, dimana sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2004). Perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin yaitu;

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, dalam hal ini sebesar 10%

$$n = \frac{N}{1+N \cdot e^2}$$

$$= \frac{222}{1+222 \cdot (0,1)^2}$$

$$= \frac{222}{3,22}$$

$$= 68,94 \text{ atau dibulatkan } 69 \text{ Orang}$$

Dari perhitungan menggunakan rumus Slovin diatas, maka sampel yang dapat mewakili populasi sejumlah 222 orang adalah 69 Orang.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui kuesioner, dan dokumentasi. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data primer dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada orang yang disurvei untuk mendapatkan tanggapan, dan dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data sekunder dengan mempelajari data-data yang didokumentasikan seperti buku, majalah, video, foto, notulen rapat, dan lainnya (Riyanto & Hatmawan, 2020). Pada penelitian ini, kuesioner disebarakan secara online dalam bentuk Google Forms kepada UMKM binaan melalui perantara fasilitator program BRILianpreneur.

2.5. Definisi Operasional

Tabel 2. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variable	Item Indikator Pertanyaan	Indikator
1	Pengalaman (X1)	X1.1	Jumlah partisipasi BRILianpreneur
		X2.1	Mengikuti program pemberdayaan yang difasilitasi BRI
		X3.1	Rangkaian Acara yang sesuai
2	Pelatihan (X2)	X1.2	Jumlah pelatihan yang pernah diikuti
		X2.2	Aspek Kompetensi
		X3.2	Produktivitas
		X4.2	Ketrampilan Usaha
3	Business Matching (X3)	X1.3	Jumlah Mitra Bisnis yang didapat
		X2.3	Tindak lanjut hubungan
4	Fasilitas pendanaan (X4)	X1.4	Reward
		X2.4	Pinjaman KUR
		X3.4	Simpanan Tabungan
		X4.4	Alat Pembayaran Transaksi
5	Kinerja Bisnis UMKM (Y)	Y1	Omset
		Y2	Peningkatan Penjualan & Volume
		Y3	Market Share
		Y4	Literasi Bisnis
		Y5	Sumber Daya Manusia
		Y6	Inovasi Teknologi

Pada Tabel 2.1 dijelaskan bahwa pada penelitian ini terdapat 4 variabel bebas yaitu

Pengalaman (X1), Pelatihan(X2), Business Matching(X3), Fasilitas Pendanaan (X4), dan 1 variabel terikatnya yaitu Kinerja Bisnis UMKM beserta indikator yang tertera. Indikator tersebut didapatkan berasal dari bagian program pemberdayaan tersebut (Bank Rakyat Indonesia, n.d.) beserta dukungan indikator pada penelitian sebelumnya (Aksoy, 2017).

2.6. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode analisis regresi linear berganda yang menggunakan tools SPSS Versi 25. Teknik analisis yang dilakukan peneliti dimulai dari analisis deskriptif, uji Validitas, dan uji Reliabilitas, uji Asumsi Klasik (uji Normalitas, uji Multikolienaritas, uji Heteroskedastisitas), Analisa Koefisien Determinasi (R²), Uji Regresi Linear Berganda, uji Hipotesis (uji F dan uji t).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1.Deskripsi Responden

3.1.1. Profil Responden

Tabel 3. 1 Profile Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	55	73%
Laki-Laki	20	27%
Usia		
8 - 23 Tahun	1	1%
24 - 39 Tahun	22	29%
40 - 55 Tahun	46	61%
56 - 74 Tahun	6	8%
Pendidikan Terakhir		
SMP/SLTP	2	3%
SMA/SLTA	18	24%
S1	45	60%
S2	4	5%
Diploma 3	3	4%
Lainnya	3	4%
Pekerjaan		
Karyawan Swasta	1	1%
Wiraswasta	63	84%
Pegawai Negeri	1	1%
Pensiunan	1	1%
Lainnya	9	12%

Berdasarkan pada tabel 3.1, secara keseluruhan sampel berjenis kelamin perempuan sebanyak 73% dan sisanya laki-laki sebanyak 27% dengan pengelompokan umur bahwa yang paling banyak terambil pada umur 40-55 tahun sebanyak 61%, kemudian 24-39 tahun sebanyak 29%, dan 56 -74 Tahun sebanyak 8% serta berumur 8 -23 Tahun sebanyak 1%.

Kemudian dari 75 Responden 60%nya memiliki Pendidikan terakhir S1, 24% SMA/SLTA, 5% D3, 3% SMP/SLTA dan 4% dari S2 serta 4% lainnya berasal dari Pendidikan terakhir lainnya serta pada tabel diatas juga menunjukkan bahwa 84% Pekerjaan UMKM yang mengikuti BRllianpreneur adalah Wiraswasta, 1% adalah

Karyawan Swasta dan 1% berasal Pegawai Negeri & Pensiunan serta 12%nya berasal dari pekerjaan lainnya.

3.1.2. Profil Usaha Responden

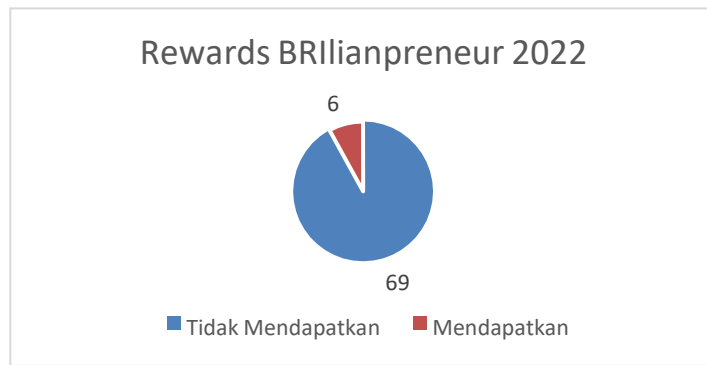
Tabel 3. 2 Profil Usaha Responden

	Frekuensi	Persentase
Sektor Usaha		
Home Decor & Craft	14	19%
Food & Beverages	31	41%
Fashion & Wastra	22	29%
Lama Usaha		
< 1 Tahun	0	0%
1 - 5 Tahun	29	39%
6 - 10 Tahun	35	47%
11 - 15 Tahun	5	7%
> 15 Tahun	6	8%
Bentuk Badan Hukum		
Persekutuan Komanditer (CV)	15	20%
Perseroan Terbatas (PT)	15	20%
Yayasan	0	0%
Koperasi	1	1%
UD	2	3%
Perseorangan	39	52%
Lainnya	3	4%
Jumlah Karyawan		
4 Orang	37	49%
5 – 19 Orang	33	44%
20 – 99 Orang	5	7%
>100 Orang	0	0%

Berdasarkan pada tabel 3.2 menunjukkan bahwa Sektor Usaha UMKM didominasi oleh sektor usaha Food & Beverages sebesar 41%, kemudian Fashion & Wastra sebesar 29%, dan Home Décor & Craft sebesar 19% serta 11% lainnya merupakan sektor usaha Accessories Beauty dengan lama usaha secara keseluruhan menunjukkan 47% UMKM sudah menjalankan usahanya selama 6 – 10 Tahun, kemudian 39%nya selama 1 – 5 Tahun, dan 7%nya 11 -15 Tahun serta sebanyak 8% lainnya UMKM menjalankan usahanya selama lebih dari 15 Tahun.

Kemudian dari 75 Responden yang dilihat dari Bentuk Badan Hukum yang dimiliki oleh UMKM 52% adalah perseorangan, 20% nya Persekutuan Komanditer (CV), 20% Perseroan Terbatas (PT), 3% merupakan UD, 1%nya Koperasi dan 4%nya bentuk badan hukum usaha lainnya serta tabel diatas juga menunjukkan bahwa 49%nya UMKM memiliki 1-4 Karyawan, 44% memiliki 5-19 karyawan, dan sisanya 7% memiliki 20-99 Orang.

3.1.3. Rewards BRllianpreneur



Gambar 3. 1 Rewards BRllianpreneur

Berdasarkan diagram 3.1 diatas, bahwa dapat disimpulkan dari 75 Responden, hanya 6 Responden yang mendapatkan rewards, sedangkan 69 Responden lainnya tidak mendapatkan rewards tersebut.

3.2. Uji Validitas & Reliabilitas

3.2.1. Uji Validitas

Tabel 3. 3 Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengalaman	TP1	0.319	0.294	Valid
	TP2	0.672	0.294	Valid
	TP3	0.792	0.294	Valid
	TP4	0.838	0.294	Valid
	TP5	0.735	0.294	Valid
	TP6	0.776	0.294	Valid
	TP7	0.712	0.294	Valid
Pelatihan	PLT1	0.594	0.294	Valid
	PLT2	0.870	0.294	Valid
	PLT3	0.869	0.294	Valid
	PLT4	0.927	0.294	Valid
	PLT5	0.866	0.294	Valid
	PLT6	0.748	0.294	Valid
	PLT7	0.602	0.294	Valid
	PLT8	0.439	0.294	Valid
	PLT9	0.634	0.294	Valid
Business Matching	BM1	0.690	0.294	Valid
	BM2	0.827	0.294	Valid
	BM3	0.836	0.294	Valid
Fasilitas Pendanaan	FP1	0.700	0.294	Valid
	FP2	0.783	0.294	Valid
	FP3	0.675	0.294	Valid
	FP4	0.605	0.294	Valid
Kinerja Bisnis	KB1	0.517	0.294	Valid
	KB2	0.536	0.294	Valid
	KB3	0.440	0.294	Valid
	KB4	0.545	0.294	Valid
	KB5	0.729	0.294	Valid

	KB6	0.588	0.294	Valid
	KB7	0.748	0.294	Valid
	KB8	0.561	0.294	Valid
	KB9	0.647	0.294	Valid
	KB10	0.522	0.294	Valid
	KB11	0.675	0.294	Valid
	KB12	0.443	0.294	Valid
	KB13	0.589	0.294	Valid
	KB14	0.337	0.294	Valid
	KB15	0.683	0.294	Valid
	KB16	0.393	0.294	Valid
	KB17	0.601	0.294	Valid
	KB18	0.327	0.294	Valid
	KB19	0.644	0.294	Valid
	KB20	0.433	0.294	Valid
	KB21	0.701	0.294	Valid
	KB22	0.540	0.294	Valid

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	KB23	0.729	0.294	Valid
	KB24	0.539	0.294	Valid
	KB25	0.643	0.294	Valid
	KB26	0.313	0.294	Valid
	KB27	0.752	0.294	Valid
	KB28	0.687	0.294	Valid

Sumber : Olah Data SPSS 2023

Berdasarkan tabel 3.3 dapat diamati bahwa setiap item pertanyaan pada masing-masing variable telah memenuhi syarat uji validitas karena nilai r hitung hasilnya lebih besar dari r tabel.

3.2.2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbah's Alpha</i>	<i>Role of Thumb</i>	Keterangan
Pengalaman	0.797	0,6	Reliable
Pelatihan	0.898	0,6	Reliable
Business Matching	0.688	0,6	Reliable
Fasilitas Pendanaan	0.638	0,6	Reliable
Kinerja Bisnis	0.923	0,6	Reliable

Sumber : Olah Data SPSS 2023

Berdasarkan tabel 3.4 terlihat bahwa setiap variable telah memenuhi syarat uji reliabilitas yaitu memiliki nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6 yang berarti seluruh variable dapat dianggap reliable

3.3. Uji Asumsi Klasik

3.3.1. Uji Normalitas

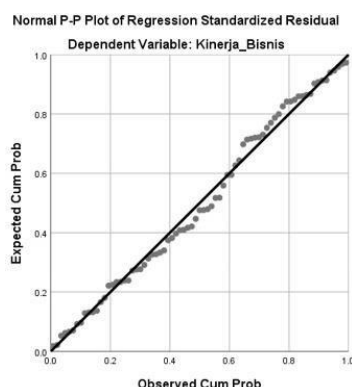
Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-smirnov test, dan berdasarkan hasil, dapat dikatakan normal karena nilai residual ber signifikansi

lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0.200. Hal ini dapat dikatakan data terdistribusi dengan normal. Hasil ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 3. 5 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.38924009
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.061
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Selain itu dapat juga dijelaskan dengan analisis grafik yaitu grafik Normal Probability-plot pada gambar dibawah ini yang dapat dikatakan terdistribusi normal karena garis yang menggambarkan data mengikuti garis diagonalnya.



Gambar 3. 2 Diagram Normal P-Plot

3.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah nilai regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Hasil Uji Multikolinearitas dapat digambarkan pada berikut :

Tabel 3. 6 Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengalaman	0.748	1.337	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Pelatihan	0.559	1.790	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Business Matching	0.650	1.539	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Fasilitas Pendanaan	0.582	1.719	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Olah Data SPSS 2023

Berdasarkan hasil Tabel 3.6 bahwa variabel Pengalaman, pelatihan, business matching, dan fasilitas pendanaan memiliki nilai tolerance kurang dari 1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat dikatakan bahwa data tidak terjadi multikolinieritas.

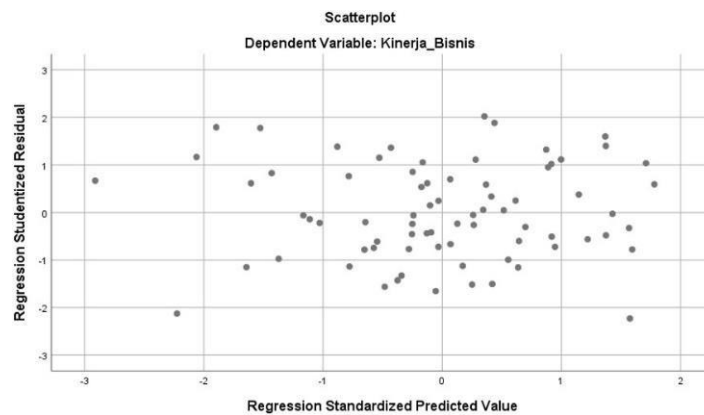
3.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. 7 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Pengalaman	0.446	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Pelatihan	0.590	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Business Matching	0.428	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Fasilitas Pendanaan	0.843	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Olah Data SPSS 2023

Dalam Tabel perhitungan diatas bahwa nilai bersignifikasi pada variabel Pengalaman, Pelatihan, Business Matching, dan Fasilitas Pendanaan yang lebih dari 0,05. Berdasarkan nilai pada tabel 3.7 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas Hal ini juga dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik scatterplot, dimana titik-tik yang terbentuk harus menyebar secara acak baik tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dibawah ini merupakan hasil uji Heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot.



3.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. 8 Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien β	Standar Error	Standardized Koefisien (Beta)
Konstanta	60.451	5.028	
Pengalaman	0.439	0.181	0,202
Pelatihan	0,113	0.142	0,077
Business Matching	3,332	0.387	0,773
Fasilitas Pendanaan	-.914	0,288	-0,301

Sumber : Olah Data SPSS 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan koefisien β merupakan bentuk sebuah persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 60,451 + 0,439 X_1 + 0.113 X_2 + 3.332X_3 - 0,914 X_4$$

Dari persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Sebagai nilai konstanta memiliki nilai positif sebesar 60,451 yang menunjukkan bahwa pengaruh yang searah antara variabel dependen dan variabel independen.

- Nilai koefisien regresi pada variabel Pengalaman (X1) sebesar 0.439 Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel mempunyai pengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis yang setiap kenaikan satuan variabel Pengalaman akan mempengaruhi kinerja bisnis sebesar 0.439 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Nilai koefisien regresi pada variabel Pelatihan (X2) sebesar 0.113. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel mempunyai pengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis yang setiap kenaikan satuan variabel Pelatihan akan mempengaruhi kinerja bisnis sebesar 0.113 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Nilai koefisien regresi pada variabel Business Matching (X3) sebesar 3.332 Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel mempunyai pengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis yang setiap kenaikan satuan variabel Business Matching akan mempengaruhi kinerja bisnis sebesar 3.332 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Nilai koefisien regresi pada variabel Fasilitas Pendanaan (X4) sebesar -0,914 Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel mempunyai pengaruh negatif terhadap Kinerja Bisnis yang setiap kenaikan satuan variabel Fasilitas Pendanaan akan mempengaruhi kinerja bisnis sebesar -0,914 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.5. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3. 9 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.796 ^a	.634	.613	6.56925	2.404

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Pendanaan, Pengalaman, Business Matching, Pelatihan

b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber : Olah Data SPSS 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh koefisien regresi Adjusted sebesar 0.613 yang menunjukkan bahwa Pengalaman, Pelatihan, Business Matching, dan Fasilitas Pendanaan terhadap Kinerja Bisnis UMKM sebesar 61,3%, sedangkan 38,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

3.6. Uji-F (Uji Simultan)

Tabel 3. 10 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5241.040	4	1310.260	30.362	.000 ^b
	Residual	3020.857	70	43.155		
	Total	8261.897	74			

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

b. Predictors: (Constant), Fasilitas Pendanaan, Pengalaman, Business Matching, Pelatihan

Sumber : Olah Data SPSS 2023

Berdasarkan pada tabel diatas, nilai F hitung (30.362) > F Tabel (2.50) atau nilai ber signifikansi sebesar 0,000 < α (0,05) menunjukkan bahwa variabel Pengalaman, pelatihan, business matching, dan fasilitas pendanaan secara bersama-sama ataupun

simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

3.7. Uji-t (Uji Parsial)

Tabel 3. 11 Uji t

		Coefficients^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta		Tolerance	VIF
1	(Constant)	60.451	5.028		12.023	.000	
	Pengalaman	.439	.181	.202	2.419	.018	1.337
	Pelatihan	.113	.142	.077	.801	.426	1.790
	Business Matching	3.332	.387	.773	8.619	.000	1.539
	Fasilitas Pendanaan	-.914	.288	-.301	-3.178	.002	1.719

a. Dependent Variable: Kinerja_Bisnis

Sumber : Olah Data SPSS 2023

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan suatu variabel independen yang dilakukan secara terpisah terhadap variabel dependen. Tiap Variabel memiliki tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Dan berdasarkan pada tabel diatas yang memenuhi kriteria tingkat signifikansi 5% atau 0,05 semua variabel yaitu variabel Pengalaman, Business Matching dan Fasilitas Pendanaan, dapat dikatakan bersignifikan. Sedangkan untuk variabel Pelatihan tidak bersignifikan

3.8. Pembahasan

3.8.1. Pengaruh Pengalaman terhadap Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Hipotesis pertama membuktikan yang berdasarkan hasil analisis pada uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel Pengalaman (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM (Y) pada tingkat signifikansi 5%. Nilai p-value pada uji t untuk variabel Pengalaman adalah 0.018 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara Pengalaman dengan kinerja bisnis UMKM (H1) dapat diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa Pengalaman seorang pengusaha dalam mengikuti program pemberdayaan secara signifikan mempengaruhi kinerja bisnis mereka. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya serta sejalan dengan teori yang ada, seperti penelitian (Tanan & Dhamayanti, 2020) bahwa memiliki pengalaman mengikuti program pemberdayaan, pelaku usaha dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas usahanya.

3.8.2. Pengaruh Pelatihan terhadap Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Hipotesis kedua membuktikan yang berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pelatihan (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM (Y) pada tingkat signifikansi 5%. Nilai p-value pada uji t untuk variabel pelatihan adalah 0,426, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara pelatihan dengan kinerja bisnis UMKM (H2) tidak dapat diterima. Temuan ini tidak sejalan dengan (Ramadhani, 2020) yang menyatakan bahwa program pembinaan UMKM melalui pelatihan memberikan manfaat dalam meningkatkan skill, modal, dan

peningkatan akses pemasaran, dan dari hasil penelitian (Aswandy & Mariyanti, 2022) bahwa pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengusaha dalam mengelola bisnis, sehingga dapat memperbaiki kinerja dan keberhasilan bisnisnya. Namun, penelitian ini sejalan dengan penelitian (Pratiwi et al., 2019) bahwa pelatihan pengembangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini dikarenakan pelatihan dan pengembangan berasal pelatihan dari pihak luar yang dikhawatirkan mengganggu pekerjaan di UMKM.

3.8.3. Pengaruh Business Matching terhadap Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Hipotesis ketiga membuktikan yang berdasarkan hasil analisis menunjukkan variabel business matching (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja bisnis UMKM (Y) pada tingkat signifikansi 5%. Nilai p-value pada uji t untuk variabel business adalah 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Maka hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara Business Matching terhadap Kinerja Bisnis UMKM (H3) dapat diterima. Dan penelitian ini sejalan dengan (Raja Maulana Harahap et al., 2022) yang menyatakan bahwa Business matching dapat membantu dan mengembangkan usahanya. Hal ini dapat dilihat dari jawaban kuesioner yang diisi oleh responden, bahwa setelah mengikuti Business Matching terjadi peningkatan Mitra Bisnis Baru di usahanya serta terjalin hubungan tindak lanjut dengan mitra bisnis yang memberikan peningkatan terhadap penjualannya.

3.8.4. Pengaruh Fasilitas Pendanaan terhadap Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Hipotesis keempat membuktikan yang berdasarkan hasil analisis menunjukkan pada uji t (parsial) bahwa variabel fasilitas pendanaan (X4) memiliki pengaruh negative yang signifikan terhadap Kinerja bisnis UMKM (Y) pada tingkat signifikansi 5%. Nilai p-value pada uji t untuk variabel pelatihan adalah 0,002 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05. Maka hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara Fasilitas Pendanaan terhadap Kinerja Bisnis UMKM (H4) dapat diterima. Hal ini selaras dengan penelitian (Ayem & Wahidah, 2021) yang menyatakan bahwa Pemberian Kredit & kemudahan aksesibilitas pendanaan membantu dalam meningkatkan kinerja UMKM Khususnya dalam aspek permodalan untuk mengembangkan usahanya.

3.8.5. Pengaruh Pengalaman, Pelatihan, Business Matching, dan Fasilitas Pendanaan terhadap Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Hipotesis kelima membuktikan yang berdasarkan hasil analisis uji f (simultan) Variabel Pengalaman, Pelatihan, Business Matching, dan Fasilitas Pendanaan berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis UMKM. Hal ini dapat pada uji f yang berdasarkan nilai F hitung (30,362) > F Tabel (2.50) dan bernilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha < (0,05)$. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya (Tanan & Dhamayanti, 2020) yang menyatakan bahwa dengan mengikuti program pemberdayaan, pelaku usaha akan mendapatkan manfaat seperti mengikuti pelatihan, modal, dan akses pasar yang diberikan sehingga meningkatkan kinerja dan produktivitas usahanya, dan peneliti (Alimudin, 2019) yang menyatakan

peningkatan kualitas produk dan layanan, efisiensi dan efektivitas operasional, pemasaran dan branding, serta akses ke teknologi dan informasi berasal dari peningkatan kemampuan bisnis UMKM-nya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapatlah ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa Program Pemberdayaan BRilianpreneur memiliki pengaruh terhadap Kinerja Bisnis UMKM. Hal ini dilihat dari variabel Pengalaman, Pelatihan, Business matching, dan Fasilitas pendanaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh sebesar 61.3% terhadap kinerja bisnis UMKM dan 38,7% lainnya dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak ada pada penelitian ini,
2. Pengalaman yang direfleksikan dengan tingkat rangkaian acara talkshow berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM terutama yang direfleksikan dengan inovasi dan literasi bisnis,
3. Pelatihan yang direfleksikan dengan tingkat tema pelatihan “Marketing” tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM terutama yang direfleksikan dengan inovasi marketing usaha melalui teknologi digital,
4. Business Matching yang direfleksikan dengan tingkat tindak lanjut hubungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis umkm terutama yang direfleksikan dengan penggunaan inovasi digital pada usaha.
5. Fasilitas Pendanaan yang direfleksikan dengan tingkat Pinjaman KUR (Kredit Usaha Kecil) berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis umkm terutama yang direfleksikan dengan penggunaan inovasi digital pada usaha.

b. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dijelaskan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk peneliti selanjutnya,
 - a. Penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan variabel berbeda yang mempengaruhi kinerja bisnis UMKM yaitu variabel faktor internal, faktor eksternal, komitmen, dan ambisius,
 - b. Penelitian ini dapat dilakukan kembali di 5-10 tahun kedepan yang melibatkan lebih banyak responden dengan objek penelitian yang berbeda yaitu UMKM yang mendapatkan Rewards di BRilianpreneur.
2. Untuk Penyelenggara Program Pemberdayaan BRilianpreneur
 - a. Dapat meningkatkan inovasi dengan menerapkan sistem pemantauan evaluasi secara berkala untuk mengukur dampak dan efektivitas program dengan mengidentifikasi rangkaian acara yang perlu ditingkatkan dan melakukan perbaikan untuk memastikan program berjalan dengan optimal sehingga memberikan manfaat yang maksimal bagi kinerja bisnis UMKM khususnya dalam rangkaian acara Talkshow, Bazaar, dan Pelatihan yang dapat memberikan peningkatan kinerja bisnis UMKM,
 - b. Dapat terus meningkatkan pelatihan dengan materi yang terbaru khususnya materi inovasi produk usaha melalui teknologi beserta pemateri yang berkompeten dan mengikuti tren terbaru dalam industri,

- c. Dapat terus meningkatkan program-program pinjaman KUR yang ditawarkan kepada UMKM serta dapat memberikan bantuan akses ke fasilitas pendanaan secara menyeluruh bagi UMKM khususnya yang tidak mendapatkan rewards di BRILIANpreneur dengan berkolaborasi bersama lembaga keuangan seperti bank atau lembaga pembiayaan lainnya, sehingga UMKM dapat lebih mudah mengakses modal untuk mengembangkan usaha mereka khususnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini didukung oleh Divisi Social Entrepreneurship and Incubation, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang memberikan izin, dukungan, dan memfasilitasi akses ke UMKM binaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksoy, H. (2017). How do innovation culture, marketing innovation and product innovation affect the market performance of small and medium-sized enterprises (SMEs)? *Technology in Society*, 51.
- Alimudin, A. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan Perspektif Balanced Scorecard terhadap Peningkatan Kinerja UMKM. *EkoNika*, 4. No. 1, April 2019 : 1- 17. P-ISSN : 2502-9304. E-ISSN : 2581-2157.
- Almai, H. (2020). *PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM (STUDI PADA UMKM RUMAH KREATIF BUMN (RKB) BRI KOTA SERANG)*. Skripsi (diterbitkan). Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten.
- Aswandy, E., & Mariyanti, T. (2022). Analisa Pengaruh Teknologi Informasi & Komunikasi terhadap Kewirausahaan dan Kinerja UMKM. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(01), 76–89. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i01.624>
- Ayem, S., & Wahidah, U. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i1.437>
- Bank Rakyat Indonesia. (n.d.). *BRILIANpreneur*. Retrieved May 20, 2023, from <https://brilianpreneur.com/>
- Khoviva, T. T. (2020). *PROGRAM BRILIAN PRENEUR UMKM EXPORT 2019 PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), TBK. JAKARTA PUSAT DALAM PEMBERDAYAAN UMKM UNTUK GO EXPORT*. Skripsi (diterbitkan), Jurusan Perbankan dan Keuangan, Universitas Muhammadiyah Malang
- Kusumo Hastuti, R. (2020). *Transaksi UMKM di BRILIANPRENEUR 2020 Tembus Rp 3,1 M*. Retrieved June 07, 2023 from <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201215180706-4-209334/transaksi-umkm-di-brilianpreneur-2020-tembus-rp-31-m>
- Layanan Masyarakat, D. U. PROV. J. (2021, December). *Pelatihan Berjenjang UMKM 2022*. Retrieved May 20, 2023 <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/berita/view/1193>
- Media Digital. (2021). *Memoles Kemilau UMKM di Pasar Global*. Retrieved June 07, 2023 from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210816/9/1430326/memoles-kemilau-umkm-di-pasar-global>
- Perdana Imandiar, Y. (2021). *Transaksi UMKM di BRILIANPRENEUR 2021 Naik 161% Dibanding 2020*. Retrieved June 07, 2023 from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5859784/transaksi-umkm-di-brilianpreneur-2021-naik-161-dibanding-2020>
- Pratiwi, U., Ulfah, P., & Lestari, P. (2019). *PENGARUH ORGANISASI PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA UMKM DI BANYUMAS*. Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers.

- Raja Maulana Harahap, M., Sinaga, K., & Ambia Arma, N. (2022). PERAN DINAS KOPERASI DAN UMKM KOTA MEDAN DALAM MENDONGKRAK PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI MASA PANDEMI COVID-19. *Publik Reform*, 9. <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jupublik/article/view/2685>
- Ramadhani, P. S. (2020). *Peran Pembinaan UMKM terhadap Perkembangan UMKM (Studi pada Rumah Kreatif BUMN Bank BRI Cabang Semarang)*. UIN Walisongo Semarang.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish.
- Rosita, I., Tua, H., & Simanjuntak, R. F. (2022). Efektivitas Program Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sungai Sembilan Kota Dumai. 14(3), 259–265. <https://www.oss.go.id>.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Syahputra, E. (2022). *UMKM EXPO(RT) BRILianpreneur 2022 Dinilai Sukses, Mau Bukti?* Retrieved June 07, 2023 <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20221218115736-25-397870/umkm-expo-rt--brilianpreneur-2022-dinilai-sukses-mau-bukti>
- Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>
- T.H. Tambunan, T. (2021). *UMKM di Indonesia Perkembangan, Kendala, dan Tantangan* (1st ed.). PRENADA. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=tLteEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=tambunan+umkm+di+indonesia:+perkembangan,+kendala,+dan+tantangan&ots=ChQSj-pRkh&sig=sQ4imXWoOsfq4wr3ce9jacZAZ-0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Pengelolaan Mangrove Berkelanjutan Sebagai Upaya Pemenuhan Ekonomi Masyarakat Kawasan Pesisir Betahwalang Kecamatan Bonang Demak

Sri Subekti¹, Widi Astuti², Maria Magdalena Minarsih³

^{1,2,3}Universitas Pandanaran Semarang

Jl Banjarsari Barat No 1 Semarang

e-mail: ¹bekti@unpand.ac.id, ²widi@unpand.ac.id, ³maria.minarsih@unpand.ac.id

Abstrak

Kabupaten Demak merupakan salah satu wilayah pesisir yang sering terkena banjir pasang surut air laut atau banjir rob. Banjir pasang surut air laut di pesisir Demak makin parah pemukiman warga termasuk fasilitas umum. Mangrove merupakan komunitas tumbuhan di tepi pantai yang mempunyai kemampuan tumbuh pada daerah pasang surut pantai berlumpur. Ekosistem mangrove mempunyai peranan penting dalam pembangunan berkelanjutan secara ekologis, ekonomis, sosial. Permasalahan dari penelitian ini adalah seberapa besar keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan mangrove secara berkelanjutan, bagaimana masyarakat lokal berperan aktif dan memberikan kontribusi positif berupa masukan dan kegiatan dalam pengelolaan mangrove. Tujuan dari penelitian mengetahui keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan mangrove sehingga terpenuhi kebutuhan pangan alternative secara mandiri menyerap aspirasi kearifan lokal. Metode penelitian pendekatan diskriptif dan kualitatif dengan metode kepustakaan. Kesimpulan masih kurangnya keterlibatan masyarakat nelayan dalam pengelolaan mangrove, Perlunya pembentukan kelompok petani Mangrove dalam upaya untuk pengelolaan secara berkelanjutan. perlunya upaya keberlanjutan pada usaha penangkapan, pembatasan atau dengan memberikan wawasan dan keterampilan untuk petani mangrove dan nelayan dengan menggunakan teknologi ramah lingkungan, masyarakat menjadi salah satu pengawas yang efektif dalam pengelolaan mangrove secara berkelanjutan. Saran memaksimalkan olahan makanan dari buah mangrove yang bervariasi dan menjalin pihak ke tiga sehingga produk terdistribusi, pengolahan sisa dari olehan kulit ikan, rajungan salah satu kegiatan untuk meminimalkan limbah, limbah kulit rajungan dapat dimanfaatkan sebagai bahan campuran semen pada pembuatan batako, perlunya penelitian lebih lanjut terhadap limbah sisa olahan menjadi bahan campuran bangunan ramah lingkungan dengan harga efisien.

Kata kunci: *pengelolaan, mangrove, berkelanjutan, pemenuhan, ekonomi*

Abstract

Demak Regency is one of the coastal areas that is often affected by tidal floods or tidal floods. Tidal flooding on the Demak coast has worsened in residential areas, including public facilities. Mangroves are coastal plant communities that have the ability to grow in muddy coastal tidal areas. Mangrove ecosystems have an important role in ecologically, economically and socially sustainable development. The problem of this research is how much community involvement there is in sustainable mangrove management, how local communities play an active role and provide positive contributions in the form of input and activities in mangrove management. The aim of the research is to determine community involvement in mangrove management so that alternative food needs are met independently by absorbing the aspirations of local wisdom. The research method is a descriptive and qualitative approach using library methods. The conclusion is that there is still a lack of involvement of fishing communities in mangrove management. There is a need to form a group of Mangrove farmers in an effort to manage it sustainably. the need for sustainability efforts in fishing efforts, restrictions or by providing insight and skills to mangrove farmers and fishermen using environmentally friendly

technology, the community becomes an effective supervisor in sustainable mangrove management. Suggestions for maximizing food processing from a variety of mangrove fruit and engaging with third parties so that products are distributed, processing waste from fish skin, crab shells is one of the activities to minimize waste, crab shell waste can be used as a cement mixture in making bricks, the need for further research of processing residual waste into environmentally friendly building materials at efficient prices.

Keywords: *management, mangrove, sustainability, fulfillment, economy*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kabupaten Demak merupakan salah satu wilayah pesisir yang sering terkena dampak banjir pasang surut air laut atau yang dikenal dengan sebutan banjir rob. Banjir pasang surut air laut (rob) di pesisir Demak makin parah pemukiman warga termasuk fasilitas umum seperti sekolah pun terendam. (7-2-2023). Selain adanya banjir rob, wilayah pesisir Kabupaten Demak juga mengalami abrasi serta akresi seperti yang terjadi di pantai yang salah satunya terjadi di Desa Betahwalang, Kecamatan Bonang. Betahwalang merupakan desa yang terletak di Kecamatan Bonang Kabupaten Demak, luas Desa Betahwalang sekitar 468,17 ha dengan luas lahan pekarangan 35 ha. Kecamatan Bonang merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Demak, secara geografis, Kecamatan Bonang terletak diantara 1100 31' 18" hingga 110039' 55" Bujur Timur dan 60 47' 40" hingga 60 54' 42" Lintang Selatan. Secara administrasi, Kecamatan Bonang berbatasan langsung dengan Kecamatan Wedung di bagian utara, Kecamatan Demak di bagian timur, Kecamatan Karang Tengah di bagian selatan dan Laut Jawa di bagian barat. Secara administratif Kecamatan Bonang terdiri atas 21 desa, 84 dusun serta 114 RW dan 550 RT.

Mangrove merupakan suatu komunitas tumbuhan di tepi pantai yang mempunyai kemampuan untuk tumbuh serta berkembang pada daerah pasang surut pantai berlumpur. Hutan mangrove dan disebut juga hutan pantai atau hutan bakau, merupakan jenis tumbuhan yang terletak di tepian pantai dan menjadi suatu ciri khas pada daerah tropika.

Ekosistem mangrove mempunyai peranan penting dalam pembangunan berkelanjutan baik secara ekologis, ekonomis maupun sosial. Pengelolaan ekosistem yang berkelanjutan dapat dicapai jika mempertimbangkan seluruh aspek, baik aspek fisik maupun non fisik.

Hutan mangrove berperan sangat penting dalam mendukung proses ekologis, geomorfologis, atau geologis. Ia mengandung sejumlah besar bahan organik yang tidak membusuk, lebih berfungsi sebagai penyerap karbon. Di samping itu, hutan mangrove dapat menjaga kelembapan dan curah hujan di sekitarnya. Dengan demikian, keseimbangan iklim makro dapat relatif terjaga. Serta, keberadaannya dapat mencegah oksidasi lapisan pirit dan perkembangan tanah sulfat masam.

Mangrove merupakan ekosistem mempunyai sifat khusus yaitu hanya dijumpai pada wilayah pantai dengan ombak relatif kecil atau pada batas antara sungai dan wilayah pesisir serta di sepanjang perairan tenang (Hogarth, 2007).

Hutan mangrove merupakan hutan yang berada pada kondisi fisik campuran antara air tawar dan air asin dan pada daerah tinggi rendahnya permukaan air laut. Ekosistem hutan pantai merupakan berbagai jenis tumbuhan yang hidupnya di dekat pantai, sehingga banyak yang memberikan istilah mangrove sebagai hutan pantai, hutan pasang surut, hutan payau, hutan bakau. (Mulyadi, dkk, 2010). Mangrove mempunyai kemampuan menahan angin, erosi pada pesisir, mampu menyerap karbon dioksida (CO₂) dari udara, sebagai salah satu penghasil oksigen (O₂).

Manfaat dari kawasan mangrove antara lain dapat menangani abrasi lebih murah daripada membuat bangunan laut lain dan mangrove dapat memberi dampak ikutan yang menguntungkan kualitas perairan di sekitarnya; tanaman mangrove memiliki sistem akar kuat,

tajuknya rapat dan lebat sehingga dapat berfungsi sebagai pelindung pantai alami dan menahan intrusi air laut; secara estetika mangrove lebih baik daripada bangunan laut lainnya karena bangunan laut dapat menyebabkan erosi dan sedimentasi di tempat lain; kawasan pertambakan dapat ditata ulang dengan sistem wanamina/tumpangsari (*silvofishery*). Berbagai upaya dengan pendekatan antara konservasi dan pemanfaatan kawasan mangrove memungkinkan untuk mempertahankan keberadaan mangrove yang secara ekologi memiliki produktivitas relatif tinggi. Kegiatan yang dilakukan untuk tetap mengoptimalkan pemanfaatan pesisir sebagai areal budidaya udang tanpa mengesampingkan penurunan kualitas lingkungan, diperlukan suatu upaya aktif berkelanjutan. Salah satu caranya adalah dengan mengkombinasikan areal budidaya dengan penanaman mangrove. Metode kedua adalah mengorganisasi masyarakat untuk beralih dari metode tambak konvensional ke metode *silvofishery*. Metode *silvofishery* menekankan paradigma budi daya ikan berkelanjutan. Ada dua tipe *silvofishery* yaitu empang parit (tambak tumpang sari) dan komplangan. Pada metode empang parit, tempat budi daya dimulai dengan membuat sebuah saluran air yang mengelilingi tambak kemudian mangrove ditanam di tengah tambak. Dengan metode tersebut maka terjadi keterpaduan antara tumbuhan (*silvo*) dengan hewan (*fishery*).

Pencemaran laut adalah masuk atau dimasukkannya makhluk hidup, zat, energi, dan/atau komponen lain ke dalam lingkungan laut oleh kegiatan manusia, sehingga kualitasnya menurun ke tingkat tertentu yang mengakibatkan lingkungan laut tidak sesuai lagi dengan baku mutu dan/atau fungsinya (Dinas Kelautan dan Perikanan, 2002). Masalah pencemaran ini disebabkan oleh aktivitas manusia seperti pembukaan lahan untuk pertanian, pengembangan kota dan industri, penebangan kayu dan penambangan di daerah aliran sungai (DAS). Pembukaan lahan atas sebagai bagian dari kegiatan pertanian telah meningkatkan limbah pertanian padat atau cair yang masuk ke perairan pesisir dan laut melalui aliran sungai.

Secara umum, semua habitat bakau dapat memperbaiki kondisinya secara alami dalam 15-20 tahun, jika kondisi normal hidrologi tidak terganggu, berikut ketersediaan biji dan bibit serta jaraknya tidak terganggu atau terhalangi. Bila kondisi hidrologi normal atau mendekati normal tetapi biji bakau tidak dapat mendekati restorasi, maka dapat direstorasi dengan penanaman. Karena itu, habitat bakau dapat diperbaiki tanpa penanaman. Rencana restorasi harus terlebih dahulu melihat potensi aliran air laut yang terhalangi atau tekanan-tekanan lain yang menghambat perkembangan bakau (Kusmana, 2005). Dahuri, dkk (1996) mengemukakan, terdapat tiga parameter lingkungan yang menentukan kelangsungan hidup dan pertumbuhan mangrove, yaitu suplai air tawar dan salinitas (tingkat keasinan) saat ketersediaan air tawar dan konsentrasi kadar garam mengendalikan efisiensi metabolisme dari ekosistem hutan mangrove. Ketersediaan air tawar tergantung pada frekuensi dan volume air dari sistem sungai dan irigasi dari darat; frekuensi dan volume air pertukaran pasang surut; dan tingkat evaporasi ke atmosfer. Di samping itu, kelangsungan hidup dan pertumbuhan mangrove juga tergantung pada pasokan nutrisi bagi ekosistem mangrove ditentukan oleh berbagai proses yang saling terkait, meliputi input dari ion-ion mineral anorganik dan bahan organik serta pendaurulangan nutrisi secara internal melalui jaringan-jaringan makanan berbasis detritus (*detrital food web*).

Menurut (Worthington et al., 2019) pada kondisi wilayah mangrove yang terjaga dengan baik dapat menyimpan karbon lebih banyak, dibandingkan dengan berbagai jenis hutan lainnya. Hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan lingkungannya pada suatu wilayah pesisir, dipengaruhi oleh pasang surut air laut dan didominasi oleh spesies pohon atau semak yang khas dan mampu tumbuh dalam perairan asin atau payau (Santoso, 2000).

Fabianto dan Berhita (2014) bahwa Pengelolaan Pesisir Terpadu (P2T) merupakan kegiatan bersifat dinamis dan berjalan secara terus menerus serta berkelanjutan dalam membuat suatu keputusan tentang pemanfaatan pembangunan dan perlindungan wilayah dan sumberdaya pesisir dan lautan.

Hutan mangrove di Indonesia memberi manfaat bagi masyarakat lokal sebagai penyangga mata pencaharian. Selain itu juga berfungsi sosial dan budaya serta hutan mangrove menyokong nilai religi dan spiritual, selain nilai estetis dan rekreasi untuk ekowisata berupa wisata bahari (Mulyadi dan Fitriani, 2010).

Sumber daya di kawasan pantai dan laut dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu sumber daya yang dapat pulih (*renewable resources*), sumber daya yang tidak dapat pulih (*non-renewable resources*), dan sumber daya jasa. Sumber daya yang dapat pulih meliputi hutan mangrove dan perikanan. Hutan mangrove merupakan ekosistem utama pendukung kehidupan yang sangat penting di wilayah pantai dan lautan. Kemultifungsian terkait dengan ekologi, menjadikan hutan mangrove sebagai habitat tempat pemijahan (*spawning ground*), dan pengasuhan (*nursery ground*) bagi berbagai biota air, penahan abrasi, penyerap limbah, pencegah intrusi air laut, penahan amukan angin topan dan tsunami. Selain itu, hutan mangrove mempunyai fungsi ekonomi, seperti penyedia kayu, daun sebagai bahan baku obat-obatan, bahan baku pulp, arang bermutu tinggi (Abott J.G. 1994).

Perumusan Masalah

Seberapa besar keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan mangrove secara berkelanjutan

Bagaimana masyarakat lokal berperan aktif dan memberikan kontribusi positif berupa masukan dan kegiatan dalam pengelolaan mangrove

Tujuan

Mengetahui keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan mangrove sehingga terpenuhi kebutuhan pangan alternative secara mandiri.

Mewujudkan pelestarian kawasan hutan mangrove keterlibatan masyarakat secara aktif dan menyerap aspirasi kearifan lokal

Kajian Sebelumnya

Berkaitan dengan pengelolaan mangrove berkelanjutan sebelumnya pernah di teliti oleh Sri Subekti, pada tahun 2012 ‘Pengelolaan Mangrove Sebagai Salah Satu Keanekaragaman Bahan Pangan’ pada Seminar Nasional Prosiding SNST ke-3, Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim Semarang. Dalam kajiannya menjelaskan bahwa pada ekosistem hutan mangrove memberikan banyak manfaat baik secara tidak langsung (*non economic value*) maupun secara langsung kepada kehidupan manusia (*economic vallues*).

Sukirman Rahim, Dewi Wahyuni K, Baderan, 2017, dalam buku ‘Hutan Mangrove dan Pemanfaatannya’ yang membahas Masyarakat pesisir perlu dilibatkan dalam rehabilitasi mangrove karena nantinya menjadi milik masyarakat dan untuk masyarakat itu sendiri yang tinggal di kawasan pesisir.

Sri Puryono Karto Soedarmo, 2018, Pelestarian Kawasan Hutan Mangrove Berbasis Masyarakat di Pantai Utara Provinsi Jateng, yang di dalamnya menjelaskan tentang potensi mangrove dan upaya pengelolaannya dengan melibatkan masyarakat.

Sri Subekti, Untung Iskandar Srihadiono, 2023, Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Mangrove Sebagai Upaya Silvofishery, berisi tentang pengelolaan mangrove berbasis masyarakat dengan menerapkan silvofishery yaitu salah satu kegiatan untuk menjaga pelestarian hutan mangrove berkelanjutan.

METODE

Pendekatan diskriptif dan kualitatif dengan metode kepustakaan. Pembahasan yang dihasilkan bersifat uraian atau penjelasan berdasarkan analisis dari data yang diperoleh. Pengumpulan data dilakukan melalui metode kepustakaan (*Library Research*) untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk buku, laporan, hasil penelitian yang telah dilakukan oleh berbagai pihak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hutan mangrove yang rusak dapat dipulihkan dengan cara restorasi/ rehabilitasi. Restorasi dipahami sebagai usaha mengembalikan kondisi lingkungan kepada kondisi semula secara alami. Campur tangan manusia diusahakan sekecil mungkin terutama dalam memaksakan keinginan untuk menumbuhkan jenis mangrove tertentu.

Pengelolaan mangrove secara terpadu adalah suatu proses perencanaan, pemanfaatan, pengawasan dan pengendalian sumberdaya mangrove antar sektor, antara pemerintah dan pemerintah daerah, antara ekosistem darat dan laut, serta antara ilmu pengetahuan dan manajemen untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks ini, keterpaduan mengandung tiga dimensi, yaitu sektoral, bidang ilmu serta keterkaitan ekologis. Mangrove merupakan sumberdaya yang dapat dipulihkan (*renewable resources*) yang menyediakan berbagai jenis produk (produk langsung dan produk tidak langsung) dan pelayanan lingkungan seperti proteksi terhadap abrasi, pengendali intrusi air laut, mengurangi tiupan angin kencang, mengurangi tinggi dan kecepatan arus gelombang, rekreasi dan pembersih air dari polutan. Semua sumberdaya dan jasa lingkungan yang sudah disediakan oleh Kawasan mangrove itu diperoleh secara gratis dan dapat dimanfaatkan untuk pemenuhan kehidupan manusia dan biota lainnya. Dengan perkataan lain mangrove menyediakan berbagai jenis produk yang berguna untuk menunjang keperluan hidup penduduk pesisir dan berbagai kegiatan ekonomi, baik skala lokal, regional maupun nasional. Kesemua fungsi mangrove tersebut akan tetap berlanjut kalau keberadaan ekosistem mangrove dapat dipertahankan dan pemanfaatan sumberdayanya berdasarkan pada prinsip-prinsip kelestarian. Hal ini berarti mangrove berperan sebagai sumberdaya *renewable* jika semua proses ekologi yang terjadi di dalam ekosistem mangrove dapat berlangsung tanpa gangguan.

Peranan mangrove dalam menunjang kegiatan perikanan pantai dapat disarikan dalam dua hal. Pertama, mangrove berperan penting dalam siklus hidup berbagai jenis ikan, udang dan moluska (Davies & Claridge, 1993), karena lingkungan mangrove menyediakan perlindungan dan makanan berupa bahan-bahan organik yang masuk kedalam rantai makanan. Kedua, mangrove merupakan pemasok bahan organik, sehingga dapat menyediakan makanan untuk organisme yang hidup pada perairan sekitarnya (Mann, 1982). Produksi serasah mangrove berperan penting dalam kesuburan perairan pesisir dan hutan mangrove dianggap yang paling produktif diantara ekosistem pesisir (Odum, dkk, 1974). Di Indonesia, produksi serasah mangrove berkisar antara 7 – 8 ton/ha/tahun (Nontji, 1987).

Ekosistem mangrove memiliki keterkaitan erat dengan perubahan iklim dan terjadinya pemanasan global. Keberadaan mangrove yang terjaga dengan baik di kawasan pesisir dapat meningkatkan kemampuan masyarakat pesisir terhadap perubahan iklim dan meminimalkan dampak bencana alam seperti tsunami, badai, intrusi air laut dan gelombang sebagai fungsi adaptasi. Mangrove turut serta dalam mengendalikan perubahan iklim sebagai paru-paru dunia melalui penyerapan dan penyimpanan karbon biru. Mangrove sebagai *blue carbon* merupakan salah satu aksi mitigasi perubahan iklim, dimana mangrove mampu menyerap karbon lebih tinggi dan mampu menyimpan karbon hingga jutaan tahun melebihi kemampuan hutan tropis di daratan. Adaptasi perubahan iklim oleh mangrove sebagai sabuk hijau pada pesisir, mempunyai kemampuan untuk mengatasi permasalahan terjadinya abrasi dan intrusi air laut, penahan angin dan tsunami, penahan lumpur dan sedimen, pelestarian ekosistem mangrove, serta secara tidak langsung mampu meningkatkan perekonomian masyarakat pesisir.

Adapun Goals 13 dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) atau yang dikenal dengan sebutan SDGs memiliki tujuan mengambil aksi untuk memerangi perubahan iklim dan dampaknya karena perubahan iklim adalah tantangan global yang mampu mempengaruhi setiap orang. Hutan mangrove Indonesia berpotensi menjadi aset penting dalam penurunan

emisi gas rumah kaca karena Indonesia merupakan negara dengan luas hutan mangrove terbesar di dunia. Diperkirakan 3,14 milyar ton karbon biru tersimpan di dalam hutan mangrove Indonesia (Murdiyarso et al, 2015) dimana hal ini memberikan peluang untuk mengidentifikasi program penurunan emisi. Pada saat ini, BAPPENAS mulai memperhitungkan bahwa mangrove sebagai sektor *blue carbon* dalam Rencana Aksi Nasional (RAN) menjadi kawasan yang mempunyai kemampuan untuk menurunkan efek rumah kaca untuk *Nationally Determined Contribution* (NDC). Semua agenda tersebut merupakan salah satu dukungan aktif Indonesia pada program *Low Carbon Development* sekaligus menjadikan sektor kelautan sebagai salah satu fokus utama program mitigasi dan adaptasi perubahan iklim nasional secara berkelanjutan.

Pengelolaan kawasan pesisir dan laut bagi bangsa Indonesia merupakan sesuatu hal yang sangat penting dan sangat berarti, karena dengan dimanfaatkannya berbagai potensi sumber daya alam di kawasan pesisir laut secara optimal dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakatnya (Soedarsono, 2004).

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2008 Tentang Rehabilitasi Dan Reklamasi Hutan Peran serta masyarakat dalam rehabilitasi dan reklamasi hutan dapat dilakukan melalui konsultasi publik, kemitraan, dan penyampaian informasi.

Sedangkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2012 Tentang Strategi Nasional Pengelolaan Ekosistem Mangrove menjelaskan bahwa pengelolaan ekosistem mangrove berkelanjutan adalah semua upaya perlindungan, pengawetan dan pemanfaatan lestari melalui proses terintegrasi untuk mencapai keberlanjutan fungsi-fungsi ekosistem mangrove bagi kesejahteraan masyarakat. Keterlibatan dan keterkaitan masyarakat sangat menentukan keberhasilan pengelolaan dan pelestarian kawasan hutan mangrove. Berbasis masyarakat dalam banyak istilah yang digunakan berbagai pihak selama ini adalah mendorong akses masyarakat dalam pengelolaan sumber daya hutan. Istilah-istilah seperti *community forestry*, *social forestry*, *agrofarm* atau *agroforestry*, hutan kemasyarakatan, kehutanan masyarakat, dan sistem hutan kerakyatan, pada intinya berpijak pada wilayah semantik yang sama, yaitu memberi akses kepada masyarakat secara mandiri dalam pengelolaan hutan yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Silvofishery adalah sistem pertambahan teknologi tradisional yang menggabungkan antara usaha perikanan dengan penanaman mangrove, yang diikuti konsep pengenalan sistem pengelolaan dengan meminimalkan input dan mengurangi dampak terhadap lingkungan (Macintosh et al., 2002 dalam Shilman, 2012).

Keterlibatan masyarakat Betahwalang Demak masih belum maksimal dalam pengelolaan Mangrove hal ini terlihat masih banyaknya di jumpai buangan sampah di area pesisir. Kondisi seperti secara tidak langsung memberikan dampak terhadap kondisi pertumbuhan Mangrove sehingga nutrient tidak dapat terserap dengan baik.

Beberapa warga masyarakat sudah mulai memberikan aksi positif dalam pengelolaan Mangrove namun belum ada wadah untuk berkegiatan. Untuk keberlanjutan diperlukan pembentukan kelompok tani mangrove sebagai upaya pengelolaan Mangrove secara berkelanjutan sehingga nantinya mampu melakukan pemberdayaan Mangrove dengan maksimal..

KESIMPULANDAN SARAN

Kesimpulan

Masih kurangnya keterlibatan masyarakat nelayan yang terlibat dalam pengelolaan mangrove pada wilayah Betahwalang,

Perlunya pembentukan kelompok petani Mangrove dalam upaya untuk pengelolaan secara berkelanjutan.

Sebagai upaya keberlanjutan diharapkan pada usaha penangkapan ikan perlu adanya

pembatasan atau dengan memberikan wawasan dan keterampilan untuk petani mangrove dan nelayan dengan menggunakan teknologi ramah lingkungan.

Masyarakat menjadi salah satu pengawas yang efektif dalam pengelolaan mangrove secara berkelanjutan, hal ini dikarenakan

Saran

Memaksimalkan olahan makanan dari buah mangrove yang bervariasi dan menjalin pihak ke tiga sehingga produk dapat terdistribusi dengan cepat.

Pengolahan sisa dari olahan kulit ikan, rajungan salah satu kegiatan untuk meminimalkan limbah.

Limbah kulit rajungan dapat dimanfaatkan sebagai bahan campuran semen pada proses pembuatan batako

Perlunya penelitian lebih lanjut terhadap limbah sisa olahan menjadi bahan campuran bangunan ramah lingkungan dengan harga efisien sehingga terjangkau masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahuri, R., J. Rais, S.P. Ginting, dan M.J. Sitepu. 2001. *Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir dan Lautan secara Terpadu*. PT Pradnya Paramita, Jakarta. 326 hal
- Fabianto, M D, Berhиту, P Th, 2014. *Konsep Pengelolaan Wilayah Pesisir Secara Terpadu dan Berkelanjutan yang Berbasis Masyarakat* ejournal.unpatti.ac.id/ppr_iteminfo_1nk.php?id=1005
- Hogarth, P.J. (2007) *The Biology of Mangroves and Seagrasses*. New York: Oxford University Press.
- Kusmana, C, Onrizal, dan Sudarmaji. (2003). *Jenis-Jenis Pohon Mangrove di Teluk. Bintuni Papua*. Bogor : Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor
- Mira, Maulana Firdaus, Elly Reswati, 2014, *Penerapan Prinsip Blue Economy Pada Masyarakat Pesisir Di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah*, Balai Besar Penelitian Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan
- Mulyadi. (2010) *Evaluasi dan Karakterisasi Fauna Akuatik yang Berasosiasi dengan Ekosistem Mangrove di Suaka Margasatwa Muara Angke*, Pusat Penelitian Biologi- LIPI, Jakarta.
- Mulyadi, E. dan Fitriani, N. (2010). *Konservasi Hutan Mangrove sebagai Ekowisata*. <https://www.Academia.Edu/35415257>
- Murdiyarso et al, 2015, *The Potential of Indonesian Mangrove Forests for Global Climate Change Mitigation. Supplementary Information*, www.nature.com/natureclimatechange. 2015 Macmillan Publishers Limited. All rights reserved.
- Peraturan Pemerintah Nomor 76 Tahun 2008 tentang Rehabilitasi dan Reklamasi Hutan
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2012 Tentang Strategi Nasional Pengelolaan Ekosistem Mangrove
- Nontji, A. 2007. *Laut Nusantara*, Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Nota Morra Banu Ghalidza, 2020 *Konsep Blue Economy Terhadap Pembangunan Ekonomi Di Indonesia*, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.22, No 1, P-Issn 1693-8852 E-Issn 2549-5003
- Soedarsono, T. (2004). *Wacana Penegakan Hukum dan Pengelolaan Sumberdaya Alam dalam Perspektif Otonomi Daerah* Denpasar
- Shilman, M.I. 2012. *Kajian Penerapan Silvofishery untuk Rehabilitasi Ekosistem Mangrove di Desa Dabong Kecamatan Kubu Kabupaten Kubu Raya Provinsi Kalimantan Barat*. Diunduh dari repository.ipb.ac.id
- Sri Subekti, 2012 *Pengelolaan Mangrove Sebagai Salah Satu Keanekaragaman Bahan*

- Pangan, Prosiding Seminar Nasional Prosiding SNST ke-3, Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim Semarang
- Sukirman Rahim, Dewi Wahyuni K, Baderan, 2017, Hutan Mangrove dan Pemanfaatannya Ed.1, Deepublish Yogyakarta
- Sri Puryono Karto Soedarmo, 2018, Pelestarian Kawasan Hutan Mangrove Berbasis Masyarakat di Pantai Utara Provinsi Jateng, Ed.1, Undip Press Semarang
- Sri Subekti, Untung Iskandar Srihadiono, 2023, Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Mangrove Sebagai Upaya Silvofishery, Ed.1, PT. Sonpedia Publising Indonesia, Jambi.
- Sugiharto. 2007. "Kajian Kondisi Ekonomi Mangrove di Wilayah Pesisir Demak". Tesis S-2 Program Magister Ilmu Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang.
- Worthington et al., 2019. Worthington Biochemical Corporation. 2019. Introduction to Enzymes

STUDI KEUNGGULAN BERSAING (*COMPETITIVE ADVANTAGE*) UMKM MEBEL DI KECAMATAN GUNTUR KABUPATEN DEMAK

¹Sopi, ²Sadar Fa'adah

¹Sopisiyad@gmail.com, ²adahandiani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi tren penurunan jumlah UMKM mebel di Kecamatan Guntur Kabupaten Demak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja pemasaran terhadap keunggulan bersaing UMKM mebel di Kecamatan Guntur Kabupaten Demak.. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 35 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 24 dalam pengujian Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dengan Uji t, Uji Kelayakan Model dengan Uji F, Uji Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji Asumsi Klasik.

Berdasarkan hasil Uji t dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel orientasi pasar, inovasi produk, dan kinerja pemasaran terhadap keunggulan bersaing UMKM mebel di Kecamatan Guntur Kabupaten Demak, sedangkan variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM mebel di Kecamatan Guntur Kabupaten Demak. Berdasarkan hasil Uji F dapat diketahui nilai F_{hitung} 62.034 yang lebih besar dari nilai F_{tabel} 2.67 dan tingkat signifikan 0,000 yang lebih kecil dari α (0,05) artinya bahwa model regresi penelitian dapat dinyatakan andal/layak. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,878. Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* tersebut dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing dipengaruhi orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja pemasaran sebesar 87.8% sedangkan sisanya sebesar 12.2% di pengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, kinerja pemasaran, keunggulan bersaing

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Usaha Kecil dan Menengah menjadi salah satu sektor yang telah terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian di Indonesia. UKM menunjukkan peran yang sangat penting dalam menggerakkan ekonomi baik dalam lingkup daerah maupun nasional. Sebagaimana tertuang dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yang mempunyai wewenang luas dalam membangun potensi daerahnya, salah satu yang menjadi potensi di tiap daerah adalah keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM).

Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8%.

Industri pengolahan kayu dibagi menjadi dua kelompok antara lain kelompok industri pengolahan kayu hulu dan kelompok industri pengolahan kayu hilir. Kelompok industri pengolahan kayu hulu merupakan industri pengolahan kayu primer yaitu industri yang mengolah kayu bulat/log menjadi berbagai sortimen kayu. Kelompok industri pengolahan kayu hilir merupakan industri yang menghasilkan produk-produk kayu diantaranya dowel, moulding, pintu, jendela, *wood-flooring*, dan sejenisnya (Kementrian Perindustrian, 2011).

Menurut Haeruman (2000), tantangan bagi dunia usaha, terutama pengembangan UMKM, mencakup aspek yang luas, antara lain:

1. Peningkatan kualitas SDM: kemampuan manajemen, organisasi dan teknologi,
2. Kompetensi kewirausahaan,
3. Akses yang lebih luas terhadap permodalan,
4. Informasi pasar yang transparan,
5. Faktor input produksi lainnya, dan
6. Iklim usaha yang sehat yang mendukung inovasi, kewirausahaan dan praktek bisnis serta persaingan yang sehat.

Diperlukan suatu studi yang matang dan mendalam untuk mengetahui apa sebenarnya permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang akan dibina. Tanpa studi dan perencanaan yang matang, maka usaha program pengembangan akan menemui berbagai kendala, beberapa masalah yang dihadapi oleh pengusaha industri kecil dapat dibagi menjadi tiga permasalahan pokok yaitu : modal, pemasaran dan ketrampilan.

Dalam penelitian Sudirjo (2016) ditemukan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing industri batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan. Namun dalam penelitian Darojatin, Surachman, and Andarwati (2016) ditemukan bahwa pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan di Nigeria dan Kenya kurang kuat atau memiliki dampak yang lemah. Hal itu didukung oleh studi yang dilakukan Puspasari and Rahardjo (2017) yang menyatakan temuannya di Ghana bahwa pengaruh orientasi pasar kurang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muslikah, Haryono, and Harini (2018) mengemukakan temuannya pada perusahaan makanan bahwa orientasi pasar secara langsung tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap kinerja perusahaan, tetapi dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi sebagai variabel intervening.

Tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan (Wibisono, Suryawardana, and Yani, 2017). Menurut Robbins dan Culter (dalam

Sugiarti, 2015) inovasi adalah proses mengubah ide-ide kreatif menjadi produk atau metode kerja yang berguna. Wibisono, Suryawardana, and Yani, (2017) menyatakan bahwa pemasaran dan inovasi dipandang sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi dan komponen utama dari keunggulan bersaing Dalam penelitian Puspasari and Rahardjo (2017) ditemukan bahwa inovasi produk dan inovasi proses inti tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan manufaktur mebel di Jawa Timur secara langsung, tetapi berpengaruh melalui kualitas produk sebagai variabel intervening.

Perumusan Masalah

Apakah orientasi pasar berpengaruh, orientasi wirausaha, inovasi produk berpengaruh dan kinerja pemasaran berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Mebel di Kecamatan Guntur Kabupaten Demak.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah orientasi pasar, orientasi wirausaha, inovasi produk dan kinerja pemasaran berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Mebel di Kecamatan Guntur Kabupaten Demak.

TINJAUAN PUSTAKA

Keunggulan Bersaing

Michael E. Porter (2004), Kotler dan Gary Armstrong (2003), Day dan Wensley (1998) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai jantung kinerja perusahaan didalam pasar yang bersaing, namun setelah beberapa dasawarsa adanya perluasan dan kemakmuran yang hebat mengakibatkan banyak perusahaan kehilangan pandangan mengenai keunggulan bersaing dalam upaya perjuangan untuk lebih berkembang dalam mengejar diversifikasi. Keunggulan bersaing, kemampuan suatu organisasi untuk menghasilkan produk yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya, maka keunggulan bersaing dapat dilakukan pada setiap elemen yang dapat ditawarkan oleh perusahaan seperti produk, harga, promosi, maupun distribusi yang lebih baik dari pesaingnya sehingga mampu lebih memuaskan konsumennya.

Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing

Baruey dalam Prakosa (2005), yaitu:

1. Kondisi historis yang unik.
2. Hubungan antara kemampuan yang dimiliki perusahaan dengan perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing adalah bersifat mendua.
3. Sumber daya yang menghasilkan keunggulan secara sosial kompleks, budaya perusahaan, dan reputasi perusahaan di mata *supplier*.
4. Lingkungan kerja Lingkungan kerja adalah menyangkut tata ruang, cahaya alam, dan pengaruh suara yang mempengaruhi konsentrasi seseorang pegawai sewaktu bekerja.
5. Perlengkapan dan fasilitas adalah suatu sarana dan peralatan yang disediakan oleh pimpinan dalam bekerja. Sedangkan menurut Steers (2005) bahwa keunggulan bersaing dipengaruhi oleh empat (4) faktor, yaitu:
 - a. Karakteristik organisasi.
 - b. Lingkungan organisasi,
 - c. Karakteristik pekerja,
 - d. Kebijakan dan praktek manajemen, .

Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Cravens (1996) dalam penelitian Yuni Istanto (2010) mengatakan bahwa analisis keunggulan bersaing menunjukkan perbedaan dan keunikan diantara para pesaing.

Day dan Wensley (1988) dalam penelitian Yuni Istanto (2010) mengartikan keunggulan bersaing sebagai kompetisi yang berbeda dalam keunggulan keahlian dan sumber daya. Ada dua indikator yang membentuk keunggulan bersaing adalah:

- a) Keterampilan yang superior,

- b) Sumber daya yang superior,
- c) Jaringan kerja distribusi.
- d) Kemampuan produksi.
- e) Kekuatan Pemasaran.

Menurut Kotler (2003) dalam penelitian Yuni Istanto (2010) menjelaskan keunggulan bersaing yaitu memilih salah satu atau lebih keunggulan bersaing yang dimiliki untuk dikomunikasikan dan diposisikan dalam benak konsumen.

Definisi Orientasi Pasar

Narver dan Slater (1990) orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis. Orientasi pasar menurut Lukas & Ferrell (2000) sebagai proses dari menghasilkan dan memberikan informasi pasar untuk tujuan menciptakan *superior value* bagi konsumen.

Menurut Uncles (2000), "Orientasi pasar merupakan sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan".

Sedangkan Noble et al. (2002); Lamb et al. (2001); Narver dan Slater (1990); Han et al. (1998), dan Sudirman (2003) menyatakan bahwa orientasi pasar adalah suatu konsep multidimensional yang dapat dirumuskan melalui konsep: orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antarfungsi, dan pembelajaran pada pelanggan.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Orientasi Pasar

Lamb et al. (2001) bahwa orientasi pasar sebagai suatu konsep pemasaran meliputi tiga hal:

- a. Fokus pada kemauan dan keinginan konsumen,
- b. Mengintegrasikan seluruh aktivitas organisasi termasuk di dalamnya produksi untuk memuaskan kebutuhan konsumen.
- c. Pencapaian tujuan jangka panjang organisasi, memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen secara hukum, serta bertanggung jawab atas semua kebijakan tentang konsumennya.

Indikator Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan (Uncles, 2000, p.1). Ada tiga indikator yang digunakan untuk mengukur orientasi pasar dalam penelitian ini, yaitu:

1. Orientasi pelanggan
2. Orientasi pesaing
3. Koordinasi lintas fungsi. (Narver & Slater, 1990). Koordinasi lintas fungsi sangat penting bagi kelangsungan perusahaan yang ingin memberikan kepuasan pada pelanggan sekaligus memenangkan persaingan dengan cara mengoptimalkan fungsi-fungsi yang ada dalam perusahaan secara cermat langkah ini sekaligus merupakan kemampuan perusahaan dalam menangkap umpan balik dari pelanggan, merespon dan memberikan pelayanan yang lebih prima dikemudian hari (Kohli dan Jaworski, 1990).

Orientasi Kewirausahaan

Definisi Orientasi Kewirausahaan

Kuratko dan Audretsch, 2009, Risnawati dan Noermijati (2008), "Orientasi kewirausahaan merupakan orientasi strategi perusahaan dalam berwirausaha untuk memperoleh keunggulan kompetitif.

Menurut Ginsberg dalam Isa (2011), Morris dan Paul dalam Fayolle (2007) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif dan mau mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha.

Frishammar dan Horte (2007) orientasi kewirausahaan terdiri dari tiga dimensi: keinovasian, pengambilan risiko, dan proaktif. Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan aktivitas terhadap aktivitas-aktivitas bisnis yang baru dan unik (Schumpeter dan Milton, 1989). Kemampuan berinovasi adalah titik penting dari kewirausahaan dan esensi dari karakteristik kewirausahaan. Beberapa hasil penelitian dan literatur kewirausahaan menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan lebih signifikan mempunyai kemampuan inovasi daripada yang tidak memiliki kemampuan dalam kewirausahaan (Koh, 1997).

Weerawardena, 2003, Perusahaan dengan aktifitas kewirausahaan yang tinggi berarti tampak dari tingginya semangat yang tidak pernah padam karena hambatan, rintangan, dan tantangan. Sikap aktif dan dinamis adalah kata kuncinya (Doukakis, 2002).

Indikator Orientasi Kewirausahaan

Suryana (2013), kewirausahaan, suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. Indikator variabel orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini ada 3, yaitu:

1. Kemampuan berinovasi, proaktivitas adalah sikap yang mempunyai kemampuan untuk mengenali peluang dan komitmen untuk inovasi.
2. Kemampuan mengambil risiko, dapat didefinisikan sebagai seseorang yang berorientasi pada peluang dalam ketidakpastian konteks pengambilan keputusan.

Menurut Venkatraman (1989), proaktivitas sebagai pencarian kesempatan pasar yang berkesinambungan dan eksperimen untuk merespon lingkungan yang berubah. Lumpkin dan Dess (1996) bahwa proaktivitas digunakan untuk menggambarkan perusahaan yang tercepat melakukan inovasi dan menjadi the first dalam mengenalkan produk baru, bagaimana hubungan perusahaan dengan kesempatan pasar dalam proses sebagai new entry. Lumpkin dan Dess (1996) juga menyatakan bahwa manajer yang entrepreneurial atau manajer yang memiliki kewirausahaan adalah penting bagi pertumbuhan karena mereka memiliki visi dan imajinasi yang diperlukan untuk ekspansi kesempatan. Merry dan Yoestini (2003) menyatakan bahwa kemauan dan kemampuan perusahaan untuk bertindak secara proaktif untuk memanfaatkan peluang usaha sangat dibutuhkan pada persaingan bisnis yang semakin ketat.

Inovasi Produk

1. Definisi Inovasi Produk

Menurut Nelly dkk (2008:16) “Inovasi produk menunjukkan pada pengembangan produk dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran, inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk”.

Drucker dalam Berthon dkk (2005), “Inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan”. Sedangkan menurut Dourgerty (2004) “Inovasi produk merupakan suatu cara yang penting bagi perusahaan agar tetap dapat beradaptasi dengan pasar, teknologi, serta persaingan” dan menurut Crawford & De Benedetto (2000), “Inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/ kegunaannya”.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk

Menurut Wahyono (2002) terdapat dua konsep inovasi, yaitu:

1. Keinovatifan adalah fikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan.
2. Kapasitas untuk berinovasi, yaitu kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses atau produk baru secara berhasil.

Indikator Inovasi Produk

Buchari Alma (2010), “Proses inovasi merupakan faktor personal yang mendorong inovasi itu sendiri, adalah : keinginan berprestasi, adanya sifat penasaran, keinginan

menanggung risiko, faktor pendidikan dan faktor pengalaman. Sedangkan faktor-faktor *environment* yang mendorong inovasi adalah adanya peluang, pengalaman dan kreativitas.”. Sedangkan menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009), “Proses inovasi, kemampuan dalam menambahkan nilai guna atau manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memerhatikan *market oriented* atau apa yang sedang laku dipasaran”.

Thomas W. Zimmerer (2008:57), inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Prokosa (2005) inovasi, suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Indikatornya, yaitu:

1. Perluasan Produk
2. Peniruan Produk
3. Produk Baru

Kinerja Pemasaran

1. Definisi Kinerja Pemasaran

Kinerja perusahaan merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja baik berupa kinerja pemasaran maupun kinerja keuangan (Ferdinand, 2000). Kinerja pemasaran menurut Tjiptono (2008),

kinerja pemasaran tercermin dari keberhasilan usahanya di dunia persaingan. Hasil penelitian Waskito dan Harsono (2011) menemukan bahwa konsumen mempunyai tingkat kesadaran yang tumbuh pada produk ramah lingkungan.

Namun demikian, pemasaran dirasakan terlalu riskan kalau hanya dibebankan pada divisi penjualan saja. Pada hakekatnya, setiap orang dalam organisasi perusahaan harus memasarkan dan menjual produk (Dini, 2004).

Disamping itu, pembelajaran merupakan orientasi bagi tenaga penjualan untuk meningkatkan kemampuan mereka, dan dipergunakan sebagai pedoman dalam menghadapi permasalahan mereka, termasuk menjaga hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya (Chandrashekar, dkk., 2000; Szyrnanski, 1988). Oleh karena itu, orientasi pembelajaran merupakan investasi jangka panjang yang harus mendapat perhatian cepat dari perusahaan (Dwyer, 2000).

Keberhasilan sejumlah merek produk juga terletak pada kecerdasan perusahaan yang mampu menjalankan kreativitas promosi dan menjaga agar produk-produknya tetap relevan dengan trend yang berkembang di masyarakat (Linda, 2003).

Indikator Kinerja Pemasaran

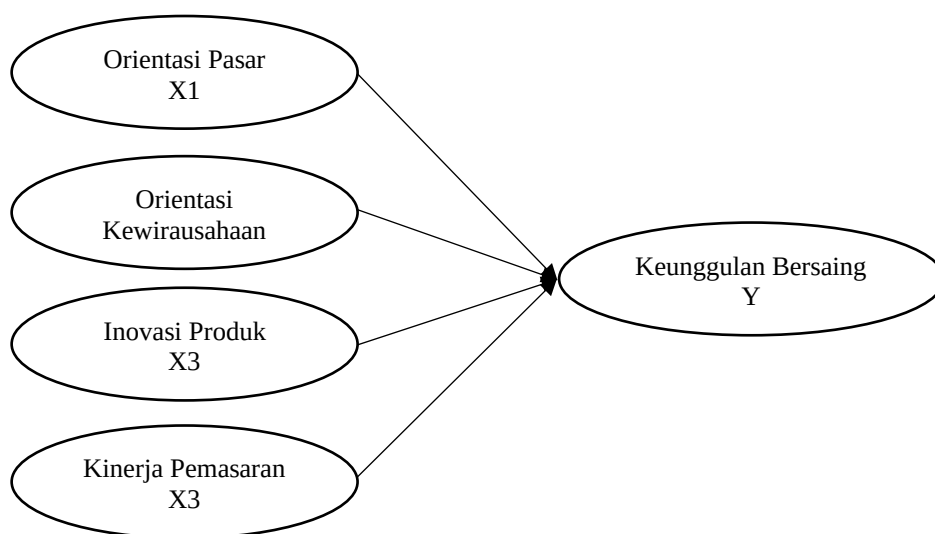
Kinerja pemasaran adalah sesuatu yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi yang digunakan perusahaan dalam memasarkan produknya di pasar. Menurut Ferdinand (2000), menyatakan bahwa kinerja pemasaran merupakan faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan. Adapun indikator untuk mengukur kinerja pemasaran menurut (Ferdinand, 2000) adalah sebagai berikut:

1. Volume penjualan perusahaan.
2. Pertumbuhan pelanggan.
3. Kemampuan laba.

Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2014), kerangka berpikir adalah sintesa dari berbagai teori dan hasil penelitian yang relevan yang menunjukkan lingkup satu variabel atau lebih yang diteliti, perbandingan nilai satu variabel atau lebih pada sampel atau waktu yang berbeda, hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan pengaruh antar variabel pada sampel yang berbeda dan bentuk hubungan struktural.

Gambar Kerangka Pemikiran



Hipotesis penelitian.

Apakah Orentasi pasar, Orentasi kewirausahaan, keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Mebel di Kecamatan Guntur Kabupaten Demak

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, besarnya sampel adalah 35 responden yang diambil dari keseluruhan total populasi yang berjumlah 35 UMKM Mebel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh atau dalam istilah lain adalah teknik metode sensus atau juga biasa disebut dengan teknik total sampling. Menurut Sugiyono (2010), suatu teknik penentuan sampel jika semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini dikategorikan menjadi dua, pertama variabel *independent* dan yang kedua variabel *dependent*.

a. Variabel Bebas (*Independent Variables*).

Dalam penelitian ini variabel dependen: orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja pemasaran.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variables*).

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model regresi terdistribusi adalah **normal**.

Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian di atas menunjukkan pada model regresi **tidak terjadi multikolonieritas**.

Uji Heteroskedastisitas, digunakan untuk melihat apakah model regresi dalam penelitian ini terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil olah data menunjukkan pada model regresi **tidak terjadi heteroskedastisitas**.

Ketiga nilai t_{hitung} untuk orientasi pasar sebesar 0.989, orientasi kewirausahaan sebesar 0.492, inovasi produk sebesar 0.579 dan kinerja pemasaran sebesar 0.848 yang kesemuanya lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 2.03693. Sedangkan nilai Sig. atas orientasi pasar sebesar 0.331, orientasi kewirausahaan sebesar 0.627, inovasi produk sebesar 0.567 dan kinerja pemasaran sebesar 0.403 dan kesemuanya lebih besar dari nilai α 0.05.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Dari output hasil olah data diperoleh persamaan regresi dalam penelitian ini. Adapun persamaan regresi linier yang terbentuk sebagai berikut:

$$Y = 0.495 + 0.302 X_1 + 0.077 X_2 + 0.275 X_3 + 0.276 X_4$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai pengaruh positif.

Uji Hipotesis (Uji t)

1. Pengujian hipotesis 1 (H_1): pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan berusaha. Nilai t orientasi pasar mempunyai nilai positif hal ini memperlihatkan pengaruh terhadap keunggulan (signifikan).
2. Pengujian hipotesis 2 (H_2): pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan berusaha, hasil tidak signifikan, nilai sig. sebesar $0.602 > 0,05$ (tidak signifikan).
3. Pengujian hipotesis 3 (H_3): pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan berusaha. Nilai t inovasi produk mempunyai nilai positif hal ini memperlihatkan pengaruh terhadap keunggulan berusaha, nilai sig. sebesar $0.037 < 0,05$ (signifikan).
4. Pengujian hipotesis 4 (H_4): pengaruh kinerja pemasaran terhadap keunggulan berusaha, nilai sig. sebesar $0.044 < 0,05$ (signifikan).

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Berdasarkan data *Anova* menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 62.034 dengan nilai signifikansi 0.000, dimana nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2.67 dan nilai signifikansi kurang dari nilai α sebesar 0,05 sehingga memberikan keputusan bahwa model regresi penelitian layak digunakan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil pengujian ini juga, didapatkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,878 ini berarti kontribusi variabel bebas (orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja pemasaran) dalam menjelaskan *varians* dari variabel terikatnya (keunggulan berusaha) adalah sebesar 87.8% sedangkan sisanya yaitu 12.2% dipengaruhi variabel bebas lain di luar penelitian.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dari pengujian yang dilakukan, berdasarkan hasil uji variabel secara individu (Uji t), pengaruh variabel independen (orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja pemasaran) terhadap variabel dependen (keunggulan bersaing) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan berusaha

Hasil dari Uji t menunjukkan nilai Sig. sebesar 0.044 yang kurang dari α 0.05,. Hal ini menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keunggulan berusaha pada karyawan,

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Totok Wibisono, Edy Suryawardana, dan Tri Endang Yani (2016) Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan berusaha

Hasil dari Uji t menunjukkan nilai Sig. sebesar 0.602 yang lebih besar dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keunggulan berusaha pada karyawan, artinya bahwa hipotesis (H_2) ditolak.

Namun hasil penelitian ini juga bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elisabeth Lisato Puspasari, dan Susilo Toto (2017) berjudul “Pengaruh Orentasi Kewirausahaan Inovasi Produk, dan Dukungan Patner Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Makanan Dan Minuman Skala Kecil Dan Menengah di Kota Semarang)”, dengan kesimpulan orientasi kewirausahaan inovasi produk, dan dukungan patner berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

2. Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan berusaha

Hasil dari Uji t menunjukkan nilai Sig. sebesar 0.037 yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keunggulan berusaha pada karyawan, Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kharisma Darojatin dan Surachman Andarwati (2015)

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan Imam Gozali dan CH Asta Nugraha (2013)

PENUTUP

Kesimpulan

1. Hasil olah data , Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan berusaha pada UMKM mebel . Hal ini menunjukkan bahwa kemauan perusahaan untuk menerapkan strategi orientasi pasar akan berdampak pada kemampuan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Orientasi pasar merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan sejalan dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya.
2. Hasil olah data, Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keunggulan berusaha pada UMKM mebel . Kemampuan berinovasi adalah titik penting kewirausahaan dan esensi dari karakteristik kewirausahaan.
3. Hasil olaha data, Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan berusaha pada UMKM mebel . Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang telah dilakukan perusahaan dapat berpengaruh secara langsung dalam menciptakan keunggulan kompetitif.
4. Hasil olah data, Kinerja pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan berusaha pada UMKM mebel . Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya ternyata berdampak pada peningkatan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Suatu produk tanpa pemasaran yang tepat akan menjadikan produk tersebut tidak dikenal oleh masyarakat dan tentu saja akan berdampak langsung pada volume penjualan atas produk tersebut.

Saran

1. Pengusaha UMKM mebel di Kecamatan Guntur Kabupaten Demak

Pengusaha yang menjalankan UMKM mebel di Kecamatan Guntur Kabupaten Demak lebih memperhatikan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja pemasaran untuk meningkatkan keunggulan bersaing.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri mebel sebaiknya menciptakan produk-produk yang memang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Perusahaan juga harus lebih memperhatikan orientasi pasar dan kinerja pemasaran untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Meningkatkan ide-ide produk furniture yang berasal dari konsumen, Inovasi terhadap produk yang dilakukan perusahaan belum tentu menjamin produk tersebut laku atau diminati pelanggan.

2. Penelitian selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai salah satu bahan acuan pada penelitian dengan kajian yang sama. Selain itu, untuk lebih memahami keunggulan berusaha hendaknya peneliti selanjutnya dapat memperluas kajian penelitian orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja pemasaran terhadap keunggulan berusaha dengan melakukan penelitian menggunakan variabel bebas lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Rai Narastika, Ni Nyoman Kerti Yasa, 2016, Peran Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran.
- Anshori, Mohamad Yusak, 2015, Pengaruh orientasi pasar, intelektual capital dan orientasi pembelajaran terhadap inovasi, Jurnal manajemen bisnis Vol. 3 No. 3.
- Ariefientoro, Teguh dan Nina Ernawati, 2014, Pengaruh networking, kelengkapan informasi pemasaran terhadap market entry strategy quality dalam upaya meningkatkan marketing performance UMKM di Semarang. 2014. Jurnal Fokus Ekonomi. Vol. 9 No. Hal. 43-56.
- Arsy Permatasari Zahara, R Deni Muhammad Danial, Acep Samsudin, 2020, Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing Pada UKM Furnitur. Jurnal Pendidikan Ekonomi Volume 8 , Number 1 , Tahun 2020, pp. 20-27.
- Aziz, sahin. 2012 The effect of Brand Experiences, Trust and Satisfaction on building Brand Loyalty; An Empirical Research On Global Brand Alimuddin, Arasy, 2016, Pengaruh orientasi wirausaha terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan dan kinerja pemasaran usaha kecil sector perdagangan di kota Surabaya. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 3 No. 2.
- Daft, R. 2009, Organization Theory and Design, 10th ed., South-Western College Publishing, Cincinnati, OH.
- Elisabeth Lisato Puspasari, Susilo Toto Rahardjo, 2017, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Dukungan Partner Terhadap Keunggulan Bersaing Studi Pada Industri Makanan Dan Minuman Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang. Diponegoro Journal Of Management Volume 6 , Nomor 3, Tahun 2017, Halaman 1-8.
- Fauzi, Devita Ekky dan Ibnu Widiyanto. 2015. Analisis pengaruh kapabilitas penginderaan pasar, inovasi produk dan jejaring pemasaran terhadap keunggulan bersaing pada kinerja pemasaran ekspor. Diponegoro Journal of Management. Volume 4 No. 3 Hal, 1-8 ISSN : 2337-3792.
- Ferdinand, Augusty. 2009, Metode Penelitian Manajemen. Semarang, BP.UNDIP.
- Feist, J. & Gregory, J. F. (2011). Teori Kepribadian (Edisi Tujuh). Jakarta: Salemba Humanika.
- Ghozali, Imam.(2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2008). Pengantar Bisnis (Edisi Kedua). Yogyakarta: BPFE.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, S. (2004). Metodologi Research (Jilid 3). Yogyakarta: Andi.
- Hasibuan, M. (2007). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadiyati, Ernani, 2011, Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 13. No. 1 Hal. 8-16.
- Hartanty, Irfanunnisa' Tsalits dan Alifah Ratnawati, 2013, Peningkatan kinerja pemasaran melalui optimalisasi keunggulan bersaing. Jurnal EKOBIS, Vol. 14 No. 2 Hal. 72-89.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2012 Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen), Edisi Pertama, BPFE – UGM, Yogyakarta.
- Imam Gozali dan CH Asta Nugraha, 2013, Analisis Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Pada Centra Industri Pakaian Batik Di Pekalongan).

- Kotler Philip dan Amstrong, 2011, Analisis Strategi Pemasaran, Gajahmada University Press, Jogjakarta.
- Kotler, Phillip, 2012, Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Phenhalindo, Jakarta.
- Kharisma Darojatin dan Surachman Andarwati, 2015, Pengaruh Strategi Pengaruh Resource-Based Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Pada Usaha Mabel Kayu di Kota Pasuruan. Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) Vol 14 No 4, 2016.
- Marzuki, 2012, Metodologi Riset, BPFE UII, Yogyakarta.
- Mas'ud, Fuad, 2004, Survei Diagnosis Organisasional : Konsep & Aplikasi, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Muslikh, 2014, Upaya mengembangkan kreativitas untuk meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis UMKM. Jurnal Manajemen Bisnis vol. 1 No. 2.
- Narver, John C & Stanley F. Slater, 1990, The effect of a market orientation on business profitability, Journal of marketing, page 20-35.
- Nilawati, Wardha, 2015. Strategi menciptakan keunggulan bersaing produk melalui orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dalam rangka meningkatkan kinerja pemasaran industri kerajinan kuningan di Bondowoso..Jurnal Ilmiah PROGRESSIF. Vol. 12 No. 35 Hal. 15-26.
- Nirfadhilah, 2016, Jaringan sosial dalam penjualan pedagang makanan di pasar.
- Novy Anjar Muslikah, Andi Tri Haryono SE MM, Dra. Cicik Harini, 2015, Pengaruh Kompetensi Entreprenurial, Strategi Kewirausahaan Dan Modal Sosial Terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Dengan Kinerja Usaha (Pengusaha) Sebagai Variabel Intervening.
- Ni Nengah Maya Permata dan Sari Ni Nyoman Kerti Yasa, 2016, Peran Keunggulan Kompetitif Memediasi Orentasi Pasar Dengan Internasionalisasi UKM Mebel di Kabupaten Badung. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.6 (2016): 1651-1678.
- Sugiyono, 2012, Metodologi Penelitian, Alfa Beta, Jakarta.
- Totok Wibisono, Edy Suryawardana, dan Tri Endang Yani, 2016, Studi Keunggulan Bersaing UMKM Mebel Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. Jurnal Dinamika Sosial Budaya, Volume 18, Nomor 2.
- Umar, Husein, 2012, Metodologi Penelitian : Aplikasi dalam Pemasaran, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wibowo. 2012. Manajemen Kinerja. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

**PENDAMPINGAN PENGELOLAAN USAHA GULA AREN DALAM
MENINGKATKAN HARGA JUAL PRODUKSI UMKM DI DESA MARGOSARI
KELURAHAN LIMBANGAN
KABUPATEN KENDAL JAWA TENGAH**

Teti Safari¹, Yoto²,

^{1,2} Institut Teknologi dan Bisnis Semarang

^{1,2} Jl. Jenderal Sudirman No.346. Gisikdrono Semarang Barat Jawa Tengah

tetisafari@gmail.com¹, yotodrs@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan menerapkan pendampingan yang dilakukan dalam pengelolaan untuk meningkatkan harga jual produksi UMKM di Desa Margosari Kelurahan Limbangan. Dilatarbelakangi bahwa pengusaha gula aren di Desa Margosari sebagai salah satu potensi lokal yang harus dikembangkan dan mampu memberikan peluang ekonomi masyarakat serta dapat dijadikan sebagai tempat pemanfaatan usaha gula aren terbanyak khususnya di Desa Margosari Kelurahan Limbangan Kabupaten Kendal.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM yang mempunyai usaha gula aren di Margosari Kelurahan Limbangan Kabupaten Kendal, sedangkan data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak Kantor Desa Margosari Kelurahan Limbangan Kabupaten Kendal dan dokumen pelaku usaha gula aren beserta buku referensi lainnya. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan metode analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu metode analisis deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa usaha yang dijalani oleh pelaku usaha gula aren di Desa Margosari Kelurahan Limbangan Kabupaten Kendal, pada umumnya sudah berjalan efektif dan bisa dikatakan berhasil yang sesuai dengan strategi pengelolaan usaha gula aren yang diterapkan untuk meningkatkan harga jual produksi UMKM. Dan dalam penerapan strategi yang dilakukan untuk pengelolaan dapat memberikan hasil positif bagi pelaku usaha gula aren yaitu dapat meningkatkan harga jual produk. Namun disamping keberhasilan sebuah usaha gula aren pasti ada kendala yang dihadapi diantaranya sulitnya menetapkan harga jual, belum terkendali laporan keuangan dan kurangnya alat-alat produksi gula aren.

Kata Kunci: Pengelolaan, Meningkatkan Harga Jual

ABSTRACT

The aim of this research is to develop and implement assistance in management to increase the selling price of MSME production in Margosari Village, Limbangan Subdistrict. The background is that the palm sugar business in Margosari Village is one of the local potentials that must be developed and is able to provide economic opportunities for the community and can be used as a place for the greatest use of palm sugar businesses, especially in Margosari Village, Limbangan District, Kendal Regency.

The type of research used is descriptive qualitative research. The primary data source in this research is MSME business actors who have palm sugar businesses in Margosari, Limbangan Village, Kendal Regency, while secondary data was obtained from the document archives of the Margosari Village Office, Limbangan Village, Kendal Regency and documents

of palm sugar business actors along with other reference books. In collecting data, researchers used observation, interviews and documentation methods. And the data analysis method used by researchers is the descriptive analysis method.

Based on the research results, it can be seen that the business carried out by palm sugar business actors in Margosari Village, Limbangan Subdistrict, Kendal Regency, has generally been running effectively and can be said to be successful, which is in accordance with the palm sugar business management strategy implemented to increase the selling price of MSME production. And implementing the strategies carried out for management can provide positive results for palm sugar business actors, namely increasing the selling price of the product. However, despite the success of a palm sugar business, there are certainly obstacles faced, including the difficulty of setting selling prices, uncontrolled financial reports and a lack of palm sugar production equipment.

Keywords: *Management, Increasing Selling Prices*

PENDAHULUAN

Berdasarkan sejarah yang diterbitkan oleh pemerintah tentang UMKM di Indonesia pada tahun 1896-an sebelum Indonesia merdeka, pada tahun itu belum di kenal luas mengenai sistem penerbitan UMKM tersebut. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan para pelaku pembisnis yang bergerak dalam berbagai pekerjaan atau usaha untuk mencapai tujuan bisnis.¹ Adapun cara yang efektif untuk strategi pengelolaan usaha dalam meningkatkan harga jual produk yang baik adalah mampu menganalisa setiap penjualan produk dan mampu mengukur tingkat profit (keuntungan) dan kerugian dalam setiap penjualan produk yang dipasarkan.²

Begitupula sebagaimana yang dihadapi oleh pengusaha gula aren di Desa Margosari Kecamatan Limbangan kota Kendal Jawa Tengah telah memiliki strategi pengelolaan usaha akan tetapi strateginya masih kurang efektif, baik itu dalam strategi pengelolaan usaha dan meningkatkan harga jual produk. Seperti halnya yang dikatakan oleh Bpk. Dukuh dan Bapak Sekretaris Desa di desa Margosari menjelaskan dalam wawancara sejauh ini masih mengkoordinir produsen gula aren di Desa Margosari, Kendal Jawa Tengah. Dalam sebulan, produksi gula merah yang dihasilkan baru mencapai $\pm$ 600 Kg. Minimnya produksi ini lebih dikarenakan masih digunakannya pola-pola produksi gula merah secara tradisional.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti dapat menyebutkan beberapa identifikasi rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana strategi pengelolaan usaha gula aren dalam meningkatkan harga jual produksi UMKM di Desa Margosari Kecamatan Limbangan kota Kendal Jawa Tengah?
2. Apa saja kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi pengelolaan usaha gula aren di Desa Margosari Kecamatan Limbangan kota Kendal Jawa Tengah?

Tujuan

1. Untuk mengetahui strategi pengelolaan usaha gula aren dalam meningkatkan harga jual produksi UMKM di Desa Margosari Kecamatan Limbangan kota Kendal Jawa Tengah.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi pengelolaan usaha gula aren di Desa Margosari Kecamatan Limbangan kota Kendal Jawa Tengah.

METODE

Metode penelitian merupakan suatu alat atau cara untuk melakukan pengaturan atau pengecekan suatu objek dan subyek yang diteliti secara komprehensif dan detail sesuai dengan

¹ Erwin Putera Permana dan Bambang Agus Sumantri, "Manajemen Koperasi", dalam [https://www.academia.edu/35014732/Manajemen Koperasi dan Usaha Micro Kecil dan Mene](https://www.academia.edu/35014732/Manajemen_Koperasi_dan_Usaha_Micro_Kecil_dan_Mene) ngah, diambil tanggal 01 Desember 2019, pukul 08.55.

² Ibid.,

temuan lapangan. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini juga sesuai dengan masalah yang dibahas yaitu untuk menggambarkan, menjelaskan serta memperoleh keterangan yang luas dan mendalam mengenai strategi pengelolaan usaha gula aren dalam meningkatkan harga jual produksi UMKM di Desa Margosari Kecamatan Limbangan kota Kendal Jawa Tengah

Teknik Pengambilan Sampel

Ada beberapa yang peneliti gunakan sebagai teknik pengumpulan data yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data yang digunakan dengan jalan mengadakan pengamatan yang disertai dengan pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran yang dilakukan secara langsung pada lokasi yang menjadi objek penelitian.³ Sehingga dalam hal ini, peneliti menggunakan observasi non partisipan dengan adanya data yang nyata ditemukan di lapangan mengenai hal strategi pengelolaan usaha gula aren dalam meningkatkan harga jual serta kendala/hambatan dalam pengelolaan usaha gula aren di Desa Margosari Kecamatan Limbangan kota Kendal Jawa Tengah.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya bebas (*open interview*), yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan tujuan penelitian tersebut. Pada penelitian ini penulis menggunakan wawancara terstruktur dan turun langsung ke lapangan dengan menanyakan kepada ketua atau pemilik usaha beserta anggota-anggota yang terlibat dalam usaha tersebut.

c. Dokumentasi

Berdasarkan teknik dokumentasi ini, peneliti memperoleh mengenai hal deskripsi umum seputar usaha gula aren yang berada di Desa Margosari Kecamatan Limbangan kota Kendal Jawa Tengah. dan juga mendapatkan beberapa data, seperti gambaran umum Desa Margosari Kecamatan Limbangan kota Kendal Jawa Tengah., data penjualan produk, lokasi tempat usaha dan data-data yang terkait dengan penelitian lainnya..

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Strategi Pengelolaan Usaha Gula Aren dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi UMKM di Desa Kekait

Menerapkan strategi yang unggul untuk memenuhi kebutuhan usaha merupakan hal yang sangat penting bagi usaha, karena dengan adanya penerapan strategi yang efektif bisa memperbaiki kinerja dalam usaha yang dijalani sehingga para pengusaha gula aren dapat menjalani usahanya dengan baik serta sesuai dengan harapan.

Strategi untuk menjaga ketersediaan bahan baku produksi adalah bentuk kompeten yang perlu diterapkan dalam usaha. Hal ini bentuk penerapan yang maksimal di dalam menjaga ketersediaan bahan baku. Sedangkan untuk strategi yang dipakai meningkatkan kualitas dan kuantitas barang dan tenaga kerja dalam meningkatkan harga jual produk.

Upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas barang tergantung dari strategi yang dilakukan, jika strateginya mampu untuk memberikan efek positif pada barang maka hasil produknya akan memiliki nilai kualitas dan kuantitas yang baik dan sangat diminati oleh para konsumen. produksi. Dengan demikian, dalam strategi ini usaha mampu berjalan dan dan memenuhi kebutuhan usahanya dengan baik.

³ Abdurahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 104.

Kualitas dan kuantitas barang merupakan salah satu bentuk terjaminnya suatu barang jika masuk dalam pasaran. Banyaknya usaha yang berdiri dengan baik namun terkadang para konsumen belum tentu teliti dalam memilih barang, terkadang banyak campuran dan bukan aslinya yang diperjual belikan terhadap konsumen. Oleh karena itu, seorang pengusaha harus lebih teliti dan mengutamakan strategi yang digunakan untuk melihat nilai kualitas dan kuantitas barang yang dimiliki sehingga seorang pengusaha bisa memahami tingkat kualitas dan kuantitas barang yang dipasarkan.

Meningkatkan modal usaha dan modal kerja merupakan sebuah tanggung jawab bagi seorang pengusaha dan sebuah amanah. Jika amanah tersebut belum bisa terpenuhi maka usaha yang dijalani tidak mampu berjalan dengan lancar dan jika usaha lancar maka pendapatan usaha semakin meningkat

Begitu pula dengan strategi penetapan harga dalam pasaran jika penetapan harga selalu memenuhi kebutuhan potensial usaha maka harga pasaran pun akan memiliki nilai yang maksimal dan tentu sesuai dengan aturan dalam strategi penetapan harga yang diterapkan dalam sebuah usaha.

Dengan hal ini, Strategi penetapan harga yang bisa kami terapkan dalam usaha kami yaitu sesuai dengan permintaan pasar jika kami jual terlalu mahal dipasaran maka pembeli belum mampu membayarnya. Untuk itu kami menggunakan strategi penetapan harga sesuai dengan permintaan konsumen dan kami tidak terlalu menjamin kalau penetapan harga melebihi dari kemampuan pelanggan maka usaha kami tidak bisa laku dipasaran atau dalam arti disesuaikan saja.

Keberhasilan dan keunggulan sebuah bisnis sangat bergantung atas meningkatnya nilai harga jual produk dalam pasaran sehingga setiap usaha harus mampu menganalisis dan menilai bisnis yang dijalani atau selalu dalam pantauan, karena dengan hal ini bisa melihat perkembangan usaha yang dijalankan dan selalu adanya pencatatan dalam buku besar atau khusus.

Tujuannya untuk menjaga atau bisa mengurangi dari masalah yang dihadapi dalam usaha.

Melakukan penjualan bukanlah hal yang mudah dalam pemasaran dan dalam hal menentukan promosi penjualan memiliki konsep tersendiri ketika pengusaha ingin melihat usahanya berjalan dengan baik dan tentu pengusaha butuh dana yang maksimum untuk menentukan promosi penjualan, bagitupula untuk mencari dan menentukan konsumen yang menjadi pelanggan setia usaha.

b. Kendala atau hambatan dari Pelaksanaan Strategi Pengelolaan Usaha Gula Aren Dalam Meningkatkan Harga Jual Produksi UMKM

Disisi kesuksesan yang telah di raih oleh setiap usaha dan berjalan dengan baik dan tepat sasaran namun mesti akan menemukan titik berat dalam pelaksanaannya yaitu kendala atau hambatan dalam usaha. Seperti halnya yang dialami oleh para pengusaha gula aren ini.

Salah satu penghambat yang sering kali ditemukan dalam pengelolaan usaha yaitu kurangnya edukasi dalam pengelolaan dan sulitnya mencari pelanggan setia untuk tetap memilih produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Dengan demikian, perlu adanya evaluasi dan edukasi yang komplit untuk memenuhi standar dalam pengelolaan dan penjualan dan tujuannya agar setiap produk yang dikeluarkan sesuai dengan minat konsumen dan mampu memberikan kepuasan konsumen dalam membeli produk pada usaha tersebut.

Bagitupula untuk menyingkapi masalah yang dihadapi dalam penerapan strategi pengelolaan usaha. Masalah yang ada dalam usaha bukan untuk melemahkan seorang pengusaha akan tetapi pengusaha harus mampu mengambil sebuah pelajaran dalam hal

tersebut, jika gagal dengan masalah yang dihadapi maka perlu menggali dan bangkit kembali. Seperti halnya yang dihadapi oleh para pengusaha gula aren tersebut.

Menyingkapi sebuah masalah pada usaha merupakan hal yang sangat wajar keberadaannya, jikalau usaha tersebut tanpa ada masalah tentu itu sulit untuk dipercaya. Terkadang dari masalah yang ada dalam usaha bisa membuat seorang pengusaha menjadi kuat untuk bangkit lagi dan namun sebaliknya gulung tikar karena tidak mampu menerima masalah yang menimpa usahanya. Oleh karena itu, seorang pengelola atau manajer harus mampu menerima masalah terhadap usaha yang dijalani serta mampu menganalisis dari setiap masalah yang ada dalam usaha tersebut.

Sedangkan untuk kesulitan dalam menetapkan harga jual produk merupakan sebuah tugas awal bagi pengusaha yang usahanya dikala beroperasi untuk memperbaiki setiap kesulitan dalam penetapan harga harga jual. Hal utama yang menjadi tujuan dalam penetapan harga jual yaitu mampu meningkatkan dan mempertahankan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Adapun untuk keberlangsungan usaha yang dijalani tentu memiliki laporan pencatatan keuangan atau pembukuan terkait modal, produksi dan penjualan karena hal demikian akan menjadi salah satu tolak ukur di dalam usaha yang dijalani, namun banyak sekali yang mengatur hal tersebut dengan biasa saja tanpa harus terikat dengan masalah pembukuan keuangan. Kendala-kendala yang ada dan kesulitan penetapan harga jual dalam perusahaan tersebut tentu suatu hal yang sangat sulit bagi usaha untuk dihindari, karena hal itu termasuk masalah yang wajar dan penetapan harga serta sulitnya mendapatkan nilai tambahan penjualan seperti yang telah dikatakan dalam hasil wawancara.

Diantara kendala-kendala tersebut yaitu sulitnya menerapkan menentukan harga jual, meningkatkan harga jual dan sulitnya mendapatkan nilai tambahan. Dan dari kesekian kendala yang ada masih menjadi indikator dalam kehati-hatian mengambil keputusan sebelum menerapkan sistem yang ada dalam usaha tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Menentukan kepuasan konsumen merupakan sebuah tanggung jawab besar bagi setiap usaha, mampu mengidentifikasikan keinginan dan kebutuhan perusahaan. Dengan demikian, usahayang didirikan akan memiliki dampak positif serta mampu mengandalkan kualitas produk yang ada dalam perusahaan tersebut.

Dalam menjalankan sebuah usaha tentu tidaklah mudah untuk dijalani hanya berbekal atau bermodal pemikiran saja namun butuh dalam hal material/modal untuk menunjang usaha yang akan dijalani. Begitupula dengan masalah yang dihadapi oleh pengusaha gula aren yaitu mengenai kendala/hambatan dalam usaha yang harus membuat pengusaha semakin gencar dalam menghadapi kendala yang ada dalam usaha seperti halnya kendala untuk kekurangan alat teknologi, kesulitan dalam menetapkan harga jual, mencari nilai tambahan dan daya tahan produk yang belum memenuhi kebutuhan pasar-pasar modern.

b. Saran

Adapun laporan/pembukuan keuangan harus diterapkan karena hal ini sangat penting bagi seorang pengusaha, dan tujuan dari pembukuan keuangan seorang pengusaha bisa melihat sisi laba dan rugi usaha. Jika disisi kerugian yang terus terjadi maka perlu adanya evaluasi terhadap usaha tersebut dan jika keuntungan yang naik maka perlu adanya peningkatan lagi baik kualitas dan kuantitas barang sehingga keuntungan tersebut bisa bertahan.

Reference

- Abdurahman Fatoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 104.
- Bahrur Rosyid, *Manajemen dan Aplikasinya dalam Organisasi*, (Mataram: IAIN Mataram, 2015), h. 3.
- Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1997). h. 5
- Erwin Putera Permana dan Bambang Agus Sumantri, “Manajemen Koperasi”, dalam [https://www.academia.edu/35014732/Manajemen Koperasi dan Usaha Micro Kecil dan Mene](https://www.academia.edu/35014732/Manajemen_Koperasi_dan_Usaha_Micro_Kecil_dan_Mene) ngah, diambil tangga 01 Desember 2019, pukul 08.55.
- Isnaini Nurrohmah, “Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sebelum dan Sesudah Menerima Pembiayaan *Musyarakah* Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT (Studi Kasus BMT Beringharjo Yogyakarta)”, (*Skripsi*, FSPE Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2015), h.1.
- Muh. Nur Dian, *Analisis Teori Pendapatan*, (Bnadung: Pustaka Bandung, 2013), h.197
- Mulyadi, *Akuntansi Manajemen Konep, Manfaat dan Rekayasa*, (Jakarta: Salemba 4, 2001), h.273.
- Suhardi Sigit, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: UST, 2000), h. 188
- Tulus T.H Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 45.

**PENGARUH DANA PIHAK KETIGA (DPK), CAPITAL ADEQUACY RATIO (CAR), NON PERFORMING LOANS (NPL) DAN BI RATE TERHADAP PENYALURAN KREDIT
(Bank Umum konvensional yang terdaftar di BEI Periode Tahun 2020-2022)**

Manuel Yusak Bagus Wibowo¹, Tri Nurdyastuti², Suroto³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma AUB Surakarta Surakarta, Jawa Tengah
e-mail: ^{1,2}tri.nurdyastuti@stie-aub.ac.id, ³suroto@stie-aub.ac.id

Abstrak

Tujuan yang hendak diwujudkan pada penelitian ini memberi suatu bukti empiris secara parsial ataupun simultan pengaruh DPK,CAR,NPL,BI Rate terhadap penyaluran kredit. Pada riset ini mempergunakan data sekunder. Sampel pada riset ini berjumlah 63 data mempergunakan teknik purposive sampling. Dalam menganalisis data mempergunakan uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Bersandar kepada hasil yang diperoleh pada riset DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyaluran kredit, CAR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit, NPL berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit. BI Rate berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 97.6% sedangkan sisanya 2.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Penyaluran Kredit, DPK, CAR, NPL, BI RATE.

Abstract

The goal to be realized in this study is to provide partial or simultaneous empirical evidence of the effect of DPK, CAR, NPL, BI Rate on lending. In this research using secondary data. The sample in this research amounted to 63 data using a purposive sampling technique. In analyzing the data using multiple linear regression analysis test, t test, F test and the coefficient of determination. Leaning on the results obtained in research, DPK has a positive and significant effect on lending, CAR has a negative and insignificant effect on lending, NPL has a negative and insignificant effect on lending. BI Rate has a positive and insignificant effect on Lending. The calculation of the coefficient of determination shows that the effect given by the independent variable on the dependent variable is 97.6% while the remaining 2.4% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Lending, DPK,CAR,NPL, BI RATE.

1. PENDAHULUAN

Perusahaan membutuhkan dana untuk operasional dan pengembangan usaha. Sumber dana bisa dari modal sendiri dengan menjual aset, atau memperoleh modal pinjaman melalui kredit bank. Meskipun lebih cepat, pinjaman harus memenuhi syarat yang ditentukan oleh bank agar dapat diberikan. Di Indonesia, terdapat dua tipe bank, yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Pengelolaan kredit memerlukan manajemen efektif, melibatkan rencana total kredit, menetapkan suku bunga, sistem kredit, analisis kredit, serta pengawasan terhadap kredit bermasalah. Peraturan Bank Indonesia No. 13/1/PBI/2011 mencakup unsur-unsur yang berdampak pada penawaran kredit, termasuk faktor dari kondisi internal dan eksternal bank, serta tingkat kesehatan bank tersebut. Faktor internal mencakup cadangan modal (CAR), pembiayaan macet (NPL) dan dana nasabah (DPK). Sementara itu, faktor eksternal mencakup suku bunga (BI Rate). Penelitian Ismawanto (2020), Sari (2016), Amelia (2017) menyimpulkan Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh positif signifikan terhadap penyaluran kredit.

Tabel 1

Perkembangan rasio keuangan dan penyaluran kredit Bank Umum konvensional yang terdaftar di BEI Periode Tahun 2020-2022

Keterangan	2020	2021	2022
DPK (Milyar Rupiah)	6.342.538	7.479.463	8.153.590
CAR	23.89%	25.67%	25.66%
BI RATE	3.75%	3.50%	5.50%
Penyaluran Kredit (Milyar Rupiah)	5.235.027	5.768.585	6.423.563

Sumber: Statistik Perbankan Indonesia (SPI) 2022)

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa Pemberian kredit pada Bank Umum selama periode tahun 2020-2022 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun, menarik untuk diteliti adalah bahwa pada tahun 2020, Indonesia mengalami dampak pandemi Covid-19 dengan adanya PSBB yang berdampak pada penurunan perekonomian. Meskipun demikian, anomali menarik terjadi di mana permintaan kredit tetap meningkat meskipun ekonomi melemah. Hal ini menimbulkan kebutuhan untuk menguji tentang unsur-unsur yang mempengaruhi peningkatan permintaan kredit pada periode tersebut.

Penerapan PSBB saat pertengahan bulan Maret 2020 tersebut menyebabkan peningkatan kredit terhenti (*Non Performing Loan/NPL*) pada sektor keuangan nasional. Berdasarkan data di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang Statistik rasio Perbankan Indonesia, rasio NPL perbankan telah melebihi tiga persen sejak Mei 2020. dibulan April 2021, NPL perbankan melampaui Rp 176,48 triliun dan setara dengan 3,22% total pinjaman yang dibagikan sebesar Rp 5.482,17 triliun. Dari jumlah tersebut, pinjaman sebesar Rp 2.463,1 triliun (4,9%) disalurkan dalam membayar modal operasional, Rp 1.558,4 triliun (28,4%) diperuntukan pinjaman konsumsi, serta Rp 1.460,6 triliun (26,64%) diperuntukkan untuk investasi.

Fluktuasi suku bunga pada lembaga keuangan umum memiliki dampak yang berperan mengintermediasi sektor keuangan dan ekonomi Indonesia. Selama tiga ini fluktuasi suku bunga bank Indonesia mengalami fluktuasi. ditahun 2020, suku bunga BI mencapai 3,75%, kemudian turun menjadi 3,5% ditahun 2021. Akan tetapi, ditahun 2022, mengalami peningkatan sebesar 5,51%. Perubahan suku bunga ini dapat berpengaruh pada keputusan dan aktivitas pinjaman serta investasi dalam perekonomian negara.

Bank memiliki kegiatan utama untuk menarik masyarakat agar menyimpan uang di dalamnya melalui strategi, seperti menawarkan suku bunga simpanan yang menarik, memberikan pelayanan yang memuaskan, dan mengadakan promosi menarik. Penghimpunan

dana bank terutama berasal dari simpanan nasabah. Pentingnya dana pihak ketiga menunjukkan bahwa bank membutuhkan dana masyarakat, khususnya untuk menyalurkan kredit sebagai sumber pendapatan utama.

Capital Adequacy Ratio (CAR) mencerminkan kapasitas bank didalam mempersiapkan dana dalam pengembangan dan menanggung kerugian operasional. Penurunan CAR mengindikasikan penurunan kesehatan bank, sementara CAR yang tinggi memungkinkan lebih banyak penawaran kredit. Bank Indonesia menetapkan minimal CAR 8% sebagai standar kecukupan modal bagi bank. Hasil yang dilakukan oleh Ismawanto (2020), Amelia (2017), Prihartini (2018), Melinda (2021) menunjukkan bahwa *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh signifikan terhadap Penyaluran kredit.

Non Performing Loans (NPL) mencerminkan keahlian manajemen perbankan didalam mengatur kredit yang bermasalah. Apabila NPL, semakin buruk kualitas kreditnya dan total kredit bermasalah bertambah, meningkatkan risiko bank mengalami masalah. Bank Indonesia menetapkan batas maksimum NPL sebesar 5% untuk menjaga stabilitas bank. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ismawanto (2020), Amelia (2017), Husriah (2020), Melinda (2021) menunjukkan bahwa NPL berpengaruh signifikan terhadap penyaluran kredit

BI Rate adalah suku bunga aturan Bank Indonesia yang menunjukkan sikap moneter. Penentuan BI Rate diumumkan ke publik. Keputusan meningkatkan BI Rate dilakukan apabila kenaikan harga ke depan diperkirakan melewati target, dan apabila penurunan dilakukan jika inflasi diperkirakan di bawah target yang di inginkan (www.bi.go.id). Hasil penelitian Husriah (2020), Rahayu (2020) yang menyatakan bahwa BI Rate berpengaruh signifikan terhadap penyaluran kredit.

Berdasarkan informasi latar belakang tersebut, timbul ketertarikan di dalam diri penulis dalam menjalankan riset berjudul "PENGARUH DANA PIHAK KETIGA (DPK), *CAPITAL ADEQUACY RATIO* (CAR), *NON PERFORMING LOANS* (NPL) DAN BI RATE TERHADAP PENYALURAN KREDIT" (Bank Umum konvensional yang terdaftar di BEI Periode Tahun 2020-2022)

2. METODE

Total populasi perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI Periode Tahun 2020- 2022 ialah 44 perusahaan, sedangkan sampel yang dipilih pada riset ini 21 perusahaan perbankan. Teknik yang diterapkan dalam menganalisis data pada penelitian ini dipergunakan Uji statistik deskriptif, Uji asumsi klasik, Uji hipotesis (analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi).

1. DPK

$$DPK = \text{Ln (giro + tabungan + deposito)} \quad (\text{Kasmir, 2012})$$

2. CAR berdasarkan SE BI No.7/53/DPbS 2005

$$CAR = \frac{\text{Modal}}{\text{ATMR}} \times 100\%$$

3. NPL

$$NPL = \frac{\text{Kredit yang bermasalah}}{\text{Total kredit yang disalurkan}} \times 100\% \quad (\text{Dendawijaya, 2015})$$

4. BI Rate

BI rate pada akhir tahun periode pengamatan, yaitu BI Rate periode desember 2020, desember 2021 dan desember 2022.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2
Hasil uji Statistik Diskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DPK	63	5,58	29,23	34,81	32,0641	1,61842
CAR	63	48,14	11,13	59,27	23,2675	7,38893
NPL	63	10,45	,21	10,66	3,3903	2,07107
BI RATE	63	2,00	3,50	5,50	4,2500	,89690
Penyaluran Kredit	63	5,69	28,98	34,67	31,8254	1,66593
Valid N (listwise)	63					

Berdasarkan tabel 2 hasil analisis deskriptif variabel Dana Pihak Ketiga (DPK) diperoleh nilai tertinggi (maximum) 34.81 dan nilai terendah (minimum) 29.23 dengan rata-rata (mean) Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar 32.0641 dan standar deviation sebesar 1.61842. Hasil analisis deskriptif variabel Capital Adequacy Ratio (CAR) diperoleh nilai tertinggi (maximum) 59.27 dan nilai terendah (minimum) 11.13 dengan rata-rata (mean) Capital Adequacy Ratio (CAR) sebesar 23.2675 dan standar deviation sebesar 7.38893. Hasil analisis deskriptif variabel Non Performing Loan (NPL) diperoleh nilai tertinggi (maximum) 10.66 dan nilai terendah (minimum) 0.21 dengan rata-rata (mean) Non Performing Loan (NPL) sebesar 3.3903 dan standar deviation sebesar 2.07107. Hasil analisis deskriptif variabel BI Rate diperoleh nilai tertinggi (maximum) 5.5 dan nilai terendah (minimum) 3.5 dengan rata-rata (mean) BI Rate sebesar 4.2500 dan standar deviation sebesar 0.89690. Hasil analisis deskriptif variabel penyaluran kredit diperoleh nilai tertinggi (maximum) 34.67 dan nilai terendah (minimum) 28.98 dengan dengan rata-rata (mean) sebesar 31.8254 dan standar deviation sebesar 1.66593.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,536	,716		-,748	,457		
DPK	1,012	,021	,983	48,637	,000	,951	1,052
CAR	-,006	,005	-,028	-1,363	,178	,925	1,081
NPL	-,003	,016	-,004	-,191	,849	,956	1,046
BIRATE	,018	,037	,010	,495	,622	,971	1,030

a. Dependent Variable: Penyaluran Kredit

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,989 ^a	,977	,976	,25848	,646

a. Predictors: (Constant), BI RATE, DPK, NPL, CAR

b. Dependent Variable: Penyaluran Kredit

Tabel 5
Hasil uji heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,936	,488		1,918	,060
DPK	-,025	,014	-,231	-1,787	,079
CAR	,002	,003	,090	,684	,496
NPL	,006	,011	,070	,545	,588
BI RATE	-,005	,025	-,023	-,183	,855

a. Dependent Variable: Absres

Tabel 6 Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,25000318
Most Extreme Differences	Absolute	,133
	Positive	,133
	Negative	-,102
Kolmogorov-Smirnov Z		1,052
Asymp. Sig. (2-tailed)		,218

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan tidak terjadi gejala multikolonieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan data berdistribusi normal.

Tabel 7
Hasil uji Regresi linier berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,536	,716		-,748	,457		
DPK	1,012	,021	,983	48,637	,000	,951	1,052
CAR	-,006	,005	-,028	-1,363	,178	,925	1,081
NPL	-,003	,016	-,004	-,191	,849	,956	1,046
BI RATE	,018	,037	,010	,495	,622	,971	1,030

a. Dependent Variable: Penyaluran Kredit

Hasil analisa regresi linier berganda berdasarkan tabel 7 sebagai berikut : $Y = -0.536 + 1.012 X_1 - 0.006 X_2 - 0.003 X_3 + 0.018 X_4$

Hasil uji t Dana pihak ketiga mempunyai nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga secara parsial Dana pihak ketiga berpengaruh signifikan terhadap Penyaluran Kredit, *Capital Adequacy Ratio* mempunyai nilai signifikansi $0.178 > 0.05$, sehingga secara parsial *Capital Adequacy Ratio* berpengaruh tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit, *Non Performing Loans* mempunyai nilai signifikansi $0.849 > 0.05$, sehingga secara parsial *Non Performing Loans* berpengaruh tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit. *BI Rate* mempunyai nilai signifikansi $0.622 > 0.05$, sehingga secara parsial *BI Rate* berpengaruh tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit. Berlandaskan hasil uji F DPK, CAR, NPL, BI rate dijumpai suatu pengaruh signifikan secara simultan kepada upaya dalam meningkatkan penyaluran kredit.

Pembahasan mengenai hasil penelitian disajikan sebagai berikut :

- Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) terhadap Penyaluran Kredit.

Berdasarkan analisis data menunjukkan Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyaluran kredit. Hal ini menunjukkan bahwa apabila rasio Dana

Pihak Ketiga (DPK) meningkat maka penyaluran kredit bank umum akan meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Ismawanto (2020), Sari (2016), Amelia (2017) menyimpulkan Dana Pihak Ketiga (DPK) berpengaruh signifikan terhadap penyaluran kredit. Hal ini menunjukkan bahwa bank efektif mendapat dana dari para nasabah untuk kegiatan penyaluran kreditnya, sehingga apabila dana yang dikumpulkan dari para deposan tinggi maka tinggi pula penyaluran kreditnya dan berdampak Dana Pihak Ketiga berpengaruh nyata terhadap penyaluran kredit.

- b. Pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terhadap Penyaluran Kredit
Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Penyaluran kredit. Temuan hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ismawanto (2020), Amelia (2017), Prihartini (2018), Melinda (2021) menunjukkan bahwa *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh signifikan terhadap Penyaluran kredit. Artinya apabila *Capital Adequacy Ratio* (CAR) meningkat maka akan menurunkan penyaluran kreditnya, hal ini menunjukkan apabila cadangan modal yang dimiliki perbankan meningkat maka akan menurunkan Penyaluran kredit, hal ini dikarenakan apabila cadangan modal terlalu besar maka akan ada banyak dana yang menganggur (*idle fund*), sehingga cadangan modal ini tidak dipergunakan perbankan untuk lebih meningkatkan operasionalnya sehingga tidak berdampak signifikan terhadap peningkatan penyaluran kredit.
- c. Pengaruh *Non Performing Loans* (NPL) terhadap Penyaluran Kredit
Berdasarkan analisis data menunjukkan *Non Performing Loans* (NPL) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit. Hal ini menunjukkan bahwa apabila *Non Performing Loans* (NPL) meningkat maka Penyaluran Kredit akan menurun. Temuan hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ismawanto (2020), Amelia (2017), Husriah (2020), Melinda (2021) menunjukkan bahwa NPL berpengaruh signifikan terhadap penyaluran kredit. *Non Performing Loans* (NPL) adalah rasio kredit yang dianggap bermasalah yang masuk dalam kriteria kurang lancar, diragukan dan macet, apabila bank mampu menganalisis nasabahnya dengan baik maka bank mampu menekan rasio kredit macet ini (*Non Performing Loans*) ditingkat yang rendah sehingga akan lebih meningkatkan penyaluran kredit.
- d. Pengaruh BI rate terhadap Penyaluran kredit
Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa *BI Rate* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penyaluran kredit. Artinya apabila *BI Rate* meningkat maka penyaluran kredit juga akan meningkat. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang ada dan tidak mendukung penelitian dari Husriah (2020), Rahayu (2020) yang menyatakan bahwa *BI Rate* berpengaruh signifikan terhadap penyaluran kredit, sehingga dapat dikatakan bahwa perubahan (kenaikan dan penurunan) pada nilai *BI Rate* secara nyata akan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit pada perbankan. Hal ini terjadi karena BI Rate sebagai suku bunga acuan adalah suku bunga kebijakan yang mencerminkan sikap atau *stance* kebijakan moneter yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan diumumkan kepada publik, sehingga perubahan *BI Rate* tidak secara efisien dan cepat ditransmisikan ke seluruh sektor perbankan. Meskipun suku bunga kebijakan bisa menjadi panduan bagi bank dalam menentukan suku bunga pinjaman, bank selalu mempertimbangkan berbagai faktor lain dalam menetapkan suku bunga, seperti risiko kredit, profil nasabah, dan kondisi ekonomi makro.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Dapat disimpulkan penelitian ini ialah DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyaluran kredit, CAR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit, NPL berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit. BI Rate berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Penyaluran Kredit. Hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 97.6% sedangkan sisanya 2.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

b. Saran

Penulis menyarankan agar perbankan mempertahankan atau meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK). Dengan meningkatkan DPK, pemberian kredit perbankan juga dapat ditingkatkan. Semakin besar jumlah DPK yang berhasil dikumpulkan, semakin besar pula daya bank didalam memberikan hutang kepada masyarakat. Bank dalam meningkatkan penyaluran kredit harus memperhatikan rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR), karena modal yang memadai penting bagi kelancaran operasional bank. Diversifikasi portofolio kredit dapat membantu mengurangi risiko kredit secara keseluruhan dengan memberikan kredit pada berbagai sektor ekonomi dan beragam peminjam dengan tingkat risiko yang berbeda. Diversifikasi ini membantu mengurangi konsentrasi risiko dan dapat meningkatkan CAR karena risiko menjadi lebih terdistribusi. Bagi peneli berikutnya dapat menambah periode pengamatan dan variabel lain misalnya *Return On Asset* (ROA), *Net Interest Margin* (NIM) dan biaya operasional pendapatan operasional (BOPO).

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, K., & Murtiasih, S. (2017). Analisis Pengaruh DPK, LDR, NPL dan CAR Terhadap Jumlah Penyaluran Kredit Pada PT. Bank QNB Indonesia, Tbk Periode 2005 - 2014. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1), 66–74.
- Bank Indonesia. (2003). *Peraturan Bank Indonesia No. 5/7/PBI*.
- Budiawan. 2008. *Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Penyaluran Kredit pada Bank Perkreditan Rakyat (Studi Kasus pada BPR di Wilayah Kerja BI Banjarmasin)*. Tesis Dipublikasikan, Universitas Diponegoro
- Dendawijaya. (2015). *Manajemen Perbankan* (Kedua). Ghalia Indonesia.
- Dewi (2016). *Pengaruh Jumlah Nasabah, Tingkat Suku Bunga Dan Inflasi Terhadap Penyaluran Kredit Pada Pt Pegadaian Di Cabang Samarinda*. jurnal Universitas Mulawarman, Indonesia
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Firdaus, Rachmat. 2004. *Manajemen Perkreditan Bank Umum (Teori, Masalah, Kebijakan Dan Aplikasinya Lengkap Dengan Analisis Kredit)*. Bandung: Alfabeta.
- Gilarso, T. (2013). *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Kanisius.
- Husriah. (2020). *Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kredit Bermasalah Melalui Inflasi Terhadap Penyaluran Kredit Umkm Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar*. 8, 13–24.
- Ismawanto, T., Setianegara, R. G., & Effendi, M. R. (2020). Pengaruh dana pihak ketiga, non performing loan, dan capital adequacy ratio terhadap jumlah penyaluran kredit. *Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Balikpapan*, 17(1), 29–37.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Melinda, V., Velicia, V., Lau, K., & Khairani, R. (2021). Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Capital Adequacy Ratio, Non Performing Loan Dan Tingkat Suku Bunga terhadap Penyaluran Kredit Bank Umum yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(1), 34.
- <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i1.1183>
- Prihartini, S., & Dana, I. M. (2018). (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali – Indonesia

- ABSTRAK Peran utama keberadaan UMKM di Indonesia sangat penting yaitu sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia se. *E-Jurnal Manajemen Unud, Bali*, 7(3), 1168–1194.
- Putong, I. (2013). *Economics Pengantar Mikro dan Makro*. Mitra Wacana Media.
- Putri (2016). *Pengaruh Car, Npl, Roa Dan Ldr Terhadap Penyaluran Kredit Pada Perbankan (Studi Pada Perusahaan Perbankan yang Listed di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015)*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Rahayu, L. G. *Pengaruh Tingkat Inflasi Dan Tingkat Suku Bunga Sbi Terhadap Penyaluran Kredit Pada Bank Bjb*.
- Raharjo AW, Elida T. 2015. *Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank di Indonesia Jakarta (ID)*: Universitas Indonesia Press.
- Sadono Sukirno. (2016). *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. PT. Rajawali Pers.
- Sari, N., & Abundanti, N. (2016). Pengaruh Dpk, Roa, Inflasi Dan Suku Bunga Sbi Terhadap Penyaluran Kredit Pada Bank Umum. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(11), 254484.
- Taswan. (2009). *Manajemen Perbankan*. UPP AMP YKPN. www.bi.go.id
www.Financialbisnis.com www.KataData.co.id

PENGARUH IKLAN DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *BRAND AWARENESS* PADA KONSUMEN PRODUK SAMSUNG

(Survei pada pengguna *Smartphone* Samsung di Kabupaten Kuningan)

Weli Hadi Gunawan¹, Iskandar², Anggito Hairul Fahmi³, Syifa Fauziah⁴

Universitas Kuningan

e-mail: ¹welyhadigunwan@uniku.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh iklan dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian melalui kesadaran merek pada konsumen produk Samsung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kuningan yang pernah membeli dan menggunakan produk *smartphone* Samsung dalam jumlah yang tidak diketahui jumlahnya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah probabilitas sampling, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner dan pengukuran menggunakan skala interval. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek konsumen produk Samsung. (2) Celebrity endorser berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand awareness konsumen produk Samsung. (3) Kesadaran Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Samsung. (4) Celebrity endorser tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Samsung. (5) Iklan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Samsung.

Kata Kunci : Periklanan, Celebrity Endorser, Keputusan Pembelian, Kesadaran dan Kesadaran Merek

Abstract

The purpose of this study was to analyze whether there is an effect of advertising and celebrity endorsers on purchasing decisions through brand awareness among consumers of Samsung products. The research method used is a descriptive method with the population in this study being the people of Kuningan Regency who have bought and used an unknown number of Samsung smartphone products. The sampling method used is probability sampling, the data collection technique used in this study is by distributing questionnaires and measuring using an interval scale. The analytical tool used in this research is SEM AMOS. The results show that: (1) Advertising has a positive and significant effect on brand awareness of Samsung product consumers. (2) Celebrity endorsers have a positive and significant effect on brand awareness of Samsung product consumers. (3) Brand Awareness has no positive and significant effect on purchasing decisions for Samsung product consumers. (4) Celebrity endorsers do not have a positive and significant effect on purchasing decisions on Samsung product consumers. (5) Advertising does not have a positive and significant effect on purchasing decisions for Samsung product consumers.

Keywords: Advertising, Celebrity Endorser, Purchase Decision, Brand Awareness and Awareness

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini perkembangan teknologi di dunia semakin maju dan berkembang dengan pesat, dimana mampu mendorong setiap lapisan individu masyarakat untuk memiliki sebuah alat komunikasi agar dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti dalam mengakses informasi, berita ataupun untuk melakukan bisnis. Salah satu alat komunikasi yang semakin maju dan berkembang dengan pesat saat ini yaitu *smartphone*.

Perusahaan market elektronik di dunia saat ini sangat banyak yang meluncurkan berbagai produk *smartphone*, seperti Samsung, Xiaomi, LG, Polytron, Apple, Asus, Vivo, Oppo, dan juga perusahaan lainnya yang mulai berlomba-lomba dalam berinovasi dengan teknologi yang semakin maju dalam memproduksi *smartphone*. Dinamika dalam dunia usaha semakin menantang, sehingga membuat para pelaku usaha harus dapat menjawab dan memanfaatkan tantangan tersebut sebagai peluang untuk dapat bertahan dimasa mendatang, dimana perusahaan harus lebih aktif dalam mendistribusikan dan memperkenalkan produknya, agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan pangsa pasar.

Dari situs databoks, negara indonesia berada di posisi ke- 4 sebesar 160,23 juta orang atau 58,6% dari total penduduk indonesia dan menjadi salah satu negara pengguna *smartphone* aktif di dunia dibawah Tiongkok dengan jumlah total 911,92 juta, India dengan jumlah total 439,42 juta, Amerika Serikat dengan jumlah total 270 juta. Dampak dari covid-19 ini yaitu, adanya peningkatan pengguna *smartphone* aktif mulai dari kategori umur 6 tahun sampai 20 tahun yang peningkatannya sangat signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Menurut laporan gs.statcounter.com, memperlihatkan bahwa *smartphone* Samsung pada tahun 2018 – 2021 menempati posisi paling atas di dunia. Pada Q1 2018 – Q4 2021 pangsa pasar *smartphone* Samsung mencapai angka 29,59% dan mampu mengungguli produk *smartphone* lainnya di dunia. Akan tetapi penjualan produk *smartphone* Samsung di indonesia sendiri mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan dikarenakan pada tahun 2018 samsung berhasil menduduki puncak penjualan yaitu sebesar (29,95%), kemudian di tahun 2019 samsung berada di (25,34%), sedangkan untuk tahun 2020 samsung berada di (24,85%), dan pada tahun 2021 berada di (21,26%).

Melihat dari fenomena menurunnya market share samsung, hal ini menunjukkan bahwa ada pelanggan samsung yang tidak lagi membeli *smartphone* samsung ataupun ada konsumen yang tadinya akan membeli produk samsung kemudian beralih kepada vendor *smartphone* lain. Hal ini mencoba penulis buktikan dengan melakukan survey awal kepada 30 orang responden yang menjadi pengguna *smartphone* di Kabupaten Kuningan. Dari data tersebut didapatkan bahwa dari 9 orang memilih untuk tetap menggunakan *smartphone* Samsung, sedangkan 21 orang lainnya memilih untuk menggunakan *smartphone* merek lain. Dari permasalahan tersebut perlu dicari penyebab maupun solusinya. Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Iklan terhadap *Brand Awareness* pada produk Samsung di Kabupaten Kuningan.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Awareness* pada produk Samsung di Kabupaten Kuningan.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Samsung di Kabupaten Kuningan.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian pada produk Samsung di Kabupaten Kuningan.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada

produk Samsung di Kabupaten Kuningan.

LANDASAN TEORI

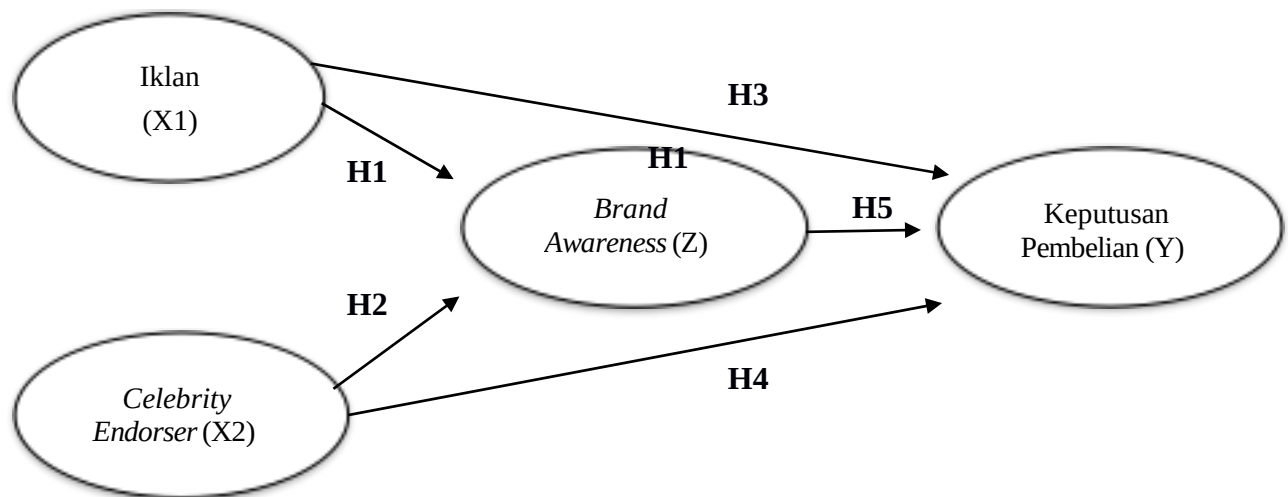
Tjiptono dalam (Anwar & Mujito, 2021 : 189 – 202) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai berikut : “keputusan pembelian yaitu merupakan salah satu tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan suatu produk dan jasa, dan juga termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut”.

Menurut Tjiptono dalam (Sopiyah, 2020) berpendapat bahwa iklan dapat dimanfaatkan secara efektif untuk membangun citra jangka panjang produk maupun perusahaan dan dapat memicu pembelian. Sedangkan Menurut (Lupiyoadi, 2014:178) iklan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal (*impersonal communication*) yang digunakan oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan produknya, baik barang atau jasa.

Menurut Shimp dalam (Sundari, 2017) *Endorser* adalah pendukung iklan atau yang dikenal juga sebagai bintang iklan untuk mendukung suatu produk, karena selebritas dipandang sebagai individu yang disenangi oleh masyarakat dan memiliki keunggulan atraktif yang membedakannya dari individu lain. Sedangkan Menurut (Gupta, 2014:1041) *endorser* adalah orang yang memiliki pengaruh positif pada masyarakat dan diakui oleh masyarakat untuk melakukan hal-hal positif.

Menurut (Putri, 2013:24) *Brand awareness* sendiri adalah langkah awal ketika membangun sebuah merek produk. Dikarenakan *brand awareness* merupakan proses bermula dari perasaan seorang konsumen terhadap ketidaktahuan akan suatu merek itu hingga yakin bahwa merek itu adalah hanya satu dalam kelas produk tertentu. Sedangkan menurut (Estianty *et al.*, 2016) menyatakan bahwa kesadaran merek adalah kemampuan seseorang calon pembeli untuk mengetahui atau mengenal kembali bahwa suatu merek adalah bagian dari kategori tertentu. Dalam membangun kesadaran akan merek pada seorang konsumen dalam suatu produk yang diciptakan oleh pihak-pihak produsen dengan membutuhkan waktu yang cukup lama.

Berdasarkan tinjauan landasan teori, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini, seperti disajikan pada gambar berikut ini :



Gambar 1
Kerangka Berpikir

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) H1 : Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness*.
- 2) H2 : *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness*.
- 3) H3 : Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- 4) H4 : *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
- 5) H5 : *Brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiono, 2008) metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkret, teramati, dan terukur, serta hubungan variabelnya bersifat sebab akibat, dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di wilayah Kabupaten Kuningan yang telah menggunakan ataupun melakukan pembelian smartphone samsung, yang mana jumlah populasinya belum diketahui. Adapun pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan nonprobability sampling menggunakan jenis teknik sampling purposive sampling. Sampel yang digunakan untuk responden dalam penelitian ini berjumlah 120 responden masyarakat Kabupaten Kuningan yang pernah menggunakan ataupun melakukan pembelian smartphone samsung lebih dari satu kali dan berusia 15 tahun.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kabupaten Kuningan yang menggunakan ataupun telah melakukan pembelian smartphone samsung dan buku, internet, ataupun jurnal.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner. Bentuk kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pernyataan dengan menggunakan skala interval 1 – 10.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation*

Model (SEM) yang dioperasikan melalui program AMOS version 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskriptif Hasil Penyebaran Angket

Gambaran mengenai pernyataan untuk mewakili kuesioner pada variabel iklan (X1) telah mencapai 100,8 dimana termasuk kedalam kontinum tinggi dengan jarak interval 84,01– 130.00. Gambaran *celebrity endorser* (X2) telah mencapai 105,2 dimana termasuk kedalam kontinum tinggi dengan jarak interval 84,01– 130.00. Gambaran brand awareness (Z) telah mencapai 103,6 dimana termasuk kedalam kontinum tinggi dengan jarak interval 84,01– 130.00. Gambaran keputusan pembelian (Y) telah mencapai 102,57 dimana termasuk kedalam kontinum tinggi dengan jarak interval 84,01– 130.00.

2. Hasil Analisis Konfirmatori Variabel

Hasil pengolahan data untuk confirmatory factor analysis variabel eksogen dengan menggunakan program AMOS ver 23 adalah sebagai berikut:

Tabel 1

Hasil Pengujian Kelayakan Setelah Modifikasi Analisis Faktor Confirmatory Variabel Eksogen

<i>Goodness of Fit Indeks</i>	Syarat	Hasil	Evaluasi Model
<i>Chi-Square</i> (df= 35)	Kecil (<66.619)	44,776	Baik
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,125	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,048	Baik
RMR	$\leq 0,05$	0,055	Kurang Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,946	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,879	Kurang Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,279	Baik
MmFI/TLI	$\geq 0,90$	0,968	Baik
CFI	$\geq 0,90$	0,983	Baik
IFI	$\geq 0,90$	0,984	Baik

Setelah dilakukan pemodelan ulang, hasil analisis berdasarkan output AMOS, menunjukkan hasil nilai dengan *Chi-square* (X^2) menunjukan sebesar 44,776 dengan *probabilitas* sebesar 0,125 dengan df = 35 dan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dengan tingkat signifikan (α) 0,05 sehingga dapat dikatakan model *fit*, namun ada dua kriteria yang masih belum memenuhi kriteria yaitu RMR dan AGFI. Akan tetapi pada kriteria yang lain terdapat hasil yang baik atau fit seperti pada Probabilitas, RMSEA, GFI, CMIN/DF, MmFI/TLI, CFI dan IFI. Hal ini bisa disimpulkan bahwa model dapat diterima karena terdapat 4 – 5 kriteria yang memenuhi syarat, karena menurut (Hair *et al.*, 2010) penggunaan 4 – 5 kriteria *goodness of fit* dianggap sudah mencukupi untuk menilai kelayakan suatu model, asalkan masing-masing kriteria dari *goodness of fit* terwakili. Hasil analisis faktor konfirmatori pada variabel eksogen menunjukkan bahwa setiap indikator atau dimensi yang membentuk masing – masing variabel laten ini

menunjukkan signifikansi yang tinggi, yaitu dengan nilai CR > 1,96 dengan probabilitas < 0,05 dan terdapat tanda *** yang menunjukkan hasil signifikan pada probabilitas serta *standardized estimate* > 0,05.

Hasil pengolahan data untuk confirmatory factor analysis variabel endogen dengan menggunakan program AMOS ver 23 adalah sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Pengujian Kelayakan Setelah Modifikasi Analisis Faktor Confirmatory
Variabel Endogen

<i>Goodness of Fit</i> <i>Indeks</i>	Syarat	Hasil	Evaluasi Model
<i>Chi-Square</i> (df=15)	Kecil (<37.967)	11,046	Baik
<i>Probability</i>	≥ 0,05	0,749	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,000	Baik
RMR	≤ 0,05	0,032	Baik
GFI	≥ 0,90	0,976	Baik
AGFI	≥ 0,90	0,943	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	0,736	Baik
MmFI/TLI	≥ 0,90	1,023	Baik
CFI	≥ 0,90	1,000	Baik
IFI	≥ 0,90	1,012	Baik

Dari hasil analisis faktor konfirmatori yang dilakukan terhadap variabel endogen diketahui bahwa model diatas memenuhi *criteria goodness of fit* yang telah ditentukan. Nilai pengujian *goodness of fit* dengan *Chi-square* (X^2) menunjukan sebesar 11,046 dengan *probabilitas* sebesar 0,749. Dengan tingkat signifikan (α) 0,05 sehingga dapat dikatakan model *fit*, selain itu beberapa parameter dikatakan bahwa model dapat diterima karena semua kriteria memenuhi syarat. Hal ini bisa disimpulkan bahwa model dapat diterima karena terdapat 4 – 5 kriteria yang memenuhi syarat, karena menurut (Hair *et al.*, 2010) penggunaan 4 – 5 kriteria *goodness of fit* dianggap sudah mencukupi untuk menilai kelayakan suatu model, asalkan masing-masing kriteria dari *goodness of fit* terwakili. Hasil analisis faktor konfirmatori pada variabel endogen menunjukkan bahwa setiap indikator atau dimensi yang membentuk masing – masing variabel laten ini menunjukkan signifikansi yang tinggi, yaitu dengan nilai CR > 1,96 dengan probabilitas < 0,05 dan terdapat tanda *** yang menunjukkan hasil signifikan pada probabilitas serta *standardized estimate* > 0,05.

3. Analisis Full Model SEM

Hasil pengolahan data untuk analisis full model dengan menggunakan program AMOS ver 23 adalah sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Pengujian Kelayakan Full Model Setelah Modifikasi

<i>Goodness of Fit Indeks</i>	Syarat	Hasil	Evaluasi Model
<i>Chi-Square</i> (df=75)	Kecil (< 115.125)	74,540	Baik
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,493	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0.000	Baik
RMR	$\leq 0,05$	0,042	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,941	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,835	Marginal
CMIN/DF	$\leq 2,00$	0,994	Baik
MmFI/TLI	$\geq 0,90$	1,001	Baik
CFI	$\geq 0,90$	1,000	Baik
IFI	$\geq 0,90$	1,000	Baik

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa model yang telah di analisa adalah model *struktural konstruk multidimensional* dengan jumlah sample 120. Hasilnya dari nilai Chi-Square (X^2) menunjukkan sebesar 74,540 dan df sebesar 75 dengan probabilitas sebesar 0,493. Dengan tingkat signifikan (α) 0,05 sehingga dapat dikatakan model *fit*, selain itu beberapa parameter dikatakan bahwa model dapat diterima karena semua kriteria memenuhi syarat. Hal ini bisa disimpulkan bahwa model dapat diterima karena terdapat 4 – 5 kriteria yang memenuhi syarat, karena menurut (Hair *et al.*, 2010) penggunaan 4 – 5 kriteria *goodness of fit* dianggap sudah mencukupi untuk menilai kelayakan suatu model, asalkan masing-masing kriteria dari *goodness of fit* terwakili.

4. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan program AMOS ver 23 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4
Uji Hipotesis (Regression Weight)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
BrandAwareness	<---	Iklan	,271	,114	2,383	,017	par_17
BrandAwareness	<---	CelebrityEndorser	,468	,159	2,952	,003	par_18
Keputusan Pembelian	<---	BrandAwareness	1,841	,656	2,808	,005	par_19
Keputusan Pembelian	<---	CelebrityEndorser	-1,961	,878	-2,234	,025	par_20
Keputusan Pembelian	<---	Iklan	1,790	,898	1,994	,046	par_21

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan nilai $CR > 1,96$ dan nilai p dengan tingkat nilai signifikansi $< 0,05$. Pengujian terhadap hipotesis penelitian didasari oleh hasil analisis yang diperoleh dari hubungan kausalitas antar konstruk penelitian. Adapun hasil hipotesisnya sebagai berikut :

a) Pengujian Hipotesis 1

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh iklan terhadap *brand awareness* menunjukkan nilai CR sebesar 2,383 dengan probabilitas 0,017. Oleh karena itu nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dapat disimpulkan bahwa variabel Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness*.

b) Pengujian Hipotesis 2

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh *celebrity endorser* terhadap *brand awareness* menunjukkan nilai CR sebesar 2,952 dengan probabilitas 0,003. Oleh karena itu nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima dapat disimpulkan bahwa variabel *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness*.

c) Pengujian Hipotesis 3

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai CR sebesar 2,808 dengan probabilitas 0,005. Oleh karena itu nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima dapat disimpulkan bahwa variabel *Brand Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

d) Pengujian Hipotesis 4

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai CR sebesar -2,234 dengan probabilitas 0,025. Oleh karena itu nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima dapat disimpulkan bahwa variabel *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

e) Pengujian Hipotesis 5

Parameter estimasi untuk pengujian pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai CR sebesar 1,994 dengan probabilitas 0,046. Oleh karena itu nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_5 diterima dapat disimpulkan bahwa variabel Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

B. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Iklan Terhadap Brand Awareness

Menurut (Rabuni *et al.*, 2019) tentang “Pengaruh Iklan dan *Endorser* Terhadap *Brand Awareness* Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian” yang menyatakan bahwa iklan berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*, jika iklan yang ditayangkan tidak menarik dan berkualitas, maka hal ini dapat membuat konsumen tidak akan menyadari iklan apa yang ditayangkan. Hasil penelitian pengaruh iklan terhadap *brand awareness* menunjukkan nilai CR sebesar 2,383 $> 1,96$ dengan probabilitas sebesar 0,17 $< 0,05$. Hipotesis 1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*.

2. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness

Menurut (Retnoningrum, 2020) dengan judul “Peran *Brand Awareness* Sebagai Variabel Intervening Dalam Pengaruh Iklan dan *Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over” hasil analisis menunjukkan bahwa *endorser* terbukti secara signifikan mempengaruhi *brand awareness*, jika selebriti yang dilihat dari segi fisik yang dijadikan sebagai tolak ukur menjadi *endorser*, tetapi belum tentu selebriti

yang unggul dari segi fisik paham tentang produk yang di endorse nya. Hasil penelitian pengaruh iklan terhadap *brand awareness* menunjukkan nilai CR sebesar $2,952 > 1,96$ dengan probabilitas sebesar $0,003 < 0,05$. Hipotesis 2 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*.

3. Pengaruh Brand Awareness Terhadap keputusan Pembelian

Menurut (Ariyan, 2013) tentang “Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang” menunjukkan bahwa *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini menunjukkan bahwa kesadaran merek terhadap produk yang diiklankan pada media televisi dapat tidak dapat menjamin untuk seorang konsumen dalam membeli sebuah produk. Hasil penelitian pengaruh iklan terhadap *brand awareness* menunjukkan nilai CR sebesar $2,808 > 1,96$ dengan probabilitas sebesar $0,005 < 0,05$. Hipotesis 3 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut (Putri *et al.*, 2019) tentang “Pengaruh iklan, Selebriti Pendukung, dan Pemasaran dari Mulut ke Mulut Terhadap Kesadaran Merek Pada Produk Mie Sedaap” yang menyatakan bahwa *Celebrity Endorser* memiliki pengaruh signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian memperoleh nilai CR sebesar $-2,234 < 1,96$ dengan probabilitas $0,025 < 0,05$. Karena nilai probabilitas $< 0,05$ maka penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis keempat terbukti berpengaruh signifikan antara *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian.

5. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut (Arnanto dan Khuzaini, 2017) tentang “Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu xenia” menunjukkan bahwa iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena biasanya di dalam iklan akan menampilkan informasi mengenai harga produk, keunggulan dan spesifikasi produk yang diiklankan. Hasil penelitian pengaruh iklan terhadap *brand awareness* menunjukkan nilai CR sebesar $1,994 > 1,96$ dengan probabilitas sebesar $0,046 < 0,05$. Hipotesis 5 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Iklan dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Awareness* Pada Konsumen Produk Samsung” menghasilkan 5 hipotesis pada bab sebelumnya, Adapun pengujian hipotesis secara statistik terhadap pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Iklan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness* pada konsumen produk samsung. Artinya, ketika iklan yang ditampilkan pada media televisi baik dan menarik, maka *brand awareness* produk yang dirasakan oleh konsumen juga akan semakin tinggi.
2. *Celebrity Endorser* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness* pada produk samsung. Artinya, ketika *celebrity endorser* semakin terkenal dan memiliki citra yang positif (baik , pintar dan ramah), maka *brand awareness* produk yang dirasakan oleh konsumen juga akan semakin tinggi.
3. *Brand Awareness* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian pada produk samsung. Artinya, kesadaran merek yang ditampilkan oleh iklan untuk menarik perhatian konsumen akan produk pada media televisi dapat memberikan hasil yang baik terhadap keputusan pembelian

4. *Celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan tetapi berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian pada produk samsung. Artinya, *celebrity endorser* dalam mempromosikan produk yang di iklankannya belum memberikan hasil yang baik bagi penjualan produk terhadap keputusan pembelian.
5. Iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk samsung. Artinya, iklan dalam hal ini dapat memberikan hasil yang baik terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

1. Saran yang dapat penulis berikan terhadap perusahaan samsung diharapkan agar perusahaan harus lebih memperhatikan produk yang dijual melalui media digital seperti media televisi dan media sosial dengan cara menampilkan penayangan iklan yang menarik dan berkualitas sehingga dapat meyakinkan konsumen dan berdampak pada keputusan pembelian konsumen untuk dapat meningkatkan pendapat perusahaan.
2. Saran yang dapat diberikan oleh penulis diharapkan agar perusahaan samsung harus lebih selektif dalam menjalin kerjasama dengan para selebriti untuk menjadi endorser produk samsung. Perusahaan harus mampu memilih endorser yang paham akan produk yang diendorsenya dan mampu menyampaikannya dengan baik, di dukung juga oleh visual yang mendukung dan dikenal nya selebriti tersebut oleh masyarakat luas.
3. Iklan smartphone samsung saat ini sudah mampu menarik perhatian konsumen. Perusahaan samsung harus tetap mempertahankan kualitas pembuatan iklan produk ini dengan tetap memperhatikan atribut-atribut yang akan digunakan untuk iklan, karena bukan tidak mungkin konsumen akan merasa bosan dengan jenis iklan yang telah ada. Salah satu cara efektif agar masyarakat tetap membeli produk samsung yaitu dengan cara tetap memberikan produk yang berkualitas bagi konsumen, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen, pada era 4.0 ini pengenalan merek yang baik adalah dengan langkah promosi yang paling tepat digunakan dengan menggunakan media digital Dengan menggunakan digital informasi masyarakat akan lebih cepat menyadari merek samsung, sehingga hal tersebut dapat menambah pangsa pasar penjualan smartphone merek samsung. Oleh karena itu, dibutuhkan tim kreatif yang handal untuk membuat iklan-iklan yang bisa menarik perhatian konsumen yang akan berimbas pada *brand awareness* produk samsung.
4. Saran yang dapat diberikan oleh penulis diharapkan agar perusahaan samsung dalam menjadikan selebriti sebagai endorser produknya, dengan perlu memilih bintang iklan yang memiliki nilai *trustworthines* (dapat diandalkan sebagai seseorang yang dapat dipercaya), *expertise* (memiliki keterampilan khusus atau pengetahuan sehubungan dengan merek yang didukung), *attractiveness* (memiliki daya tarik fisik), *respect* (dikagumi karena kualitas dan prestasi pribadi), dan *similarity* (cocok dengan penonton dalam hal karakteristik yang berkaitan), untuk meningkatkan *brand awareness*.
5. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan dalam penelitian tentang variabel iklan, *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian melalui *brand awareness*. Selain itu juga bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar mampu mengembangkan hasil penelitian ini dengan melibatkan variabel dan indikator yang belum tercakup dalam penelitian ini, sehingga dengan begitu dapat

menemukan temuan baru yang lebih komprehensif dan menambah ilmu pengetahuan khususnya dibidang marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, E. K. (2019). Pengaruh Tagline dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya terhadap Behavioural Intention Produk Kuku Bima Ener-G di Wilayah Jakarta. *Jurnal Ekonomi*, 21(1), 74-93.
- AWARENESS SUSU ZEE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen(JIRM)*, 9(8).Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea
- Heckman JJ, Pinto R, Savelyev PA. Metode analisis. *Angew Chemie Int Ed* 6(11), 951–952. 1967;79–108.
- Kartikaningrum D. *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 1 No.1 Januari 2018. J Ekobis Dewantara. 2018;1(3):23–32.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(1).
- Kualitas Prod Dan Promosi Prod Terhadap Keputusan Pembelian. 2018;1–144. Ningtyas M. Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. Metod Penelit. 20014;32–41.
- Oscar B, Sumirah D. Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator(CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur. *J Bisnis dan Pemasar*. 2019;9(1):1–11.
- Paini, P., & Indahingwati, A. (2020). PENGARUH IKLAN, BRAND ACTIVATION, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP BRAND
- Putri, A. N., Handayani, T., & Astuti, M. (2019). Pengaruh iklan, selebriti pendukung dan pemasaran dari mulut ke mulut terhadap kesadaran merek pada produk mie sedaap. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 24-34.
- Sriwindarti. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transportasi Online Grabbike Di Ponorogo. Universitas Muhammadiyah Ponorogo. 2020;9–44.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Vernando. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. Pengaruh Citra Merk
- Wicaksono, A. A., & Mashariono, M. (2018). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN P

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, *LEVERAGE* DAN INFLASI TERHADAP HARGA SAHAM

(Penelitian pada Perusahaan Sub Sektor *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2021)

Yasir Maulana¹, Andini Nurhaeni², Fauziyah Adzimatunur³, Rifa Siti Nurfajriyah⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen Universitas Kuningan

e-mail : ¹yasir@uniku.ac.id, ²andininurhaeni@gmail.com, ³f.adzmatunur@uniku.ac.id,

⁴20200510363@uniku.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan inflasi terhadap harga saham. Variabel pada penelitian ini adalah profitabilitas (ROA), likuiditas (CR), *leverage* (DAR) dan inflasi sebagai variabel bebas, dan harga saham sebagai variabel terkait. Populasi penelitian ini adalah perusahaan sub sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021. Dalam menentukan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan didapat 33 perusahaan yang termasuk kriteria sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, dengan pendekatan kuantitatif. Data dianalisis menggunakan Evies 9.0. berdasarkan hasil uji F, profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan inflasi memiliki efek simultan terhadap harga saham. Hasil uji t menunjukkan bahwa profitabilitas dan inflasi memiliki efek positif dan signifikan terhadap harga saham. *Leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham, sementara likuiditas tidak memiliki efek negatif dan signifikan terhadap harga saham.

Kata kunci : profitabilitas, likuiditas, *leverage*, inflasi, harga saham

Abstract

The purpose of this study was to analyze the extent of the influence of Profitability, Liquidity, Leverage and Inflation on Stock Prices. The variables in this study are Profitability (ROA), Liquidity (CR), Leverage (DAR) and Inflation as independent variables and Stock Price as the dependent variable. The population in this study were Property and Real Estate Sub-Sector Companies during the 2018-2021 period. The sampling technique used was purposive sampling where there were 33 companies that met the sampling criteria. This study uses descriptive and verification methods, with a quantitative descriptive analysis approach. The data was analyzed using EvIEWS 9.0. Based on the results of the F test Profitability, Liquidity, Leverage and Inflation have a simultaneous effect on Stock Prices and the results of the t test show that Profitability and Inflation have a positive and significant effect on Stock Prices, Leverage has a negative and significant effect on stock prices, while Liquidity has no effect and is not significant to Stock Prices.

Keyword: Profitability, Liquidity, Leverage, Inflation, Stock Prices.

I. PENDAHULUAN

Terjadinya kenaikan dan penurunan harga saham pada perusahaan tersebut dapat dikarenakan meningkat atau menurunnya kinerja keuangan perusahaan sehingga membuat para investor harus mempertimbangkan berbagai faktor dalam menginvestasikan dananya agar tidak mengalami kerugian. Laporan keuangan yang diterbitkan suatu perusahaan harus dapat mengungkapkan kondisi perusahaan yang sebenarnya, sehingga bermanfaat bagi masyarakat umum. Informasi yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan haruslah informasi yang mempunyai relevansi.

Perusahaan *property* dan *real estate* ini merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang pembangunan dan konstruksi dimana sektor ini merupakan salah satu sektor yang dinilai memiliki peranan penting dalam menyumbang pertumbuhan perekonomian nasional. Dengan perkembangan yang sangat pesat pada perusahaan *property* dan *real estate* sehingga membuat para investor tertarik dan menginvestasikan dananya sehingga menjadi prospek yang cerah pada masa yang akan datang.

Walaupun demikian, selama 4 tahun terakhir rata-rata harga saham sub sektor *property* dan *real estate* mengalami tren menurun dimana pada tahun 2018 rata-rata harga saham sebesar Rp. 1.536, yang menurun ke angka Rp. 1.389 pada tahun 2019, kemudian pada tahun 2020 sebesar Rp. 1.277 dan terus menurun ke angka Rp. 1.163 pada tahun 2021. Menurut laporan statistik indeks harga saham sektoral tahun 2021 juga sub sektor *property* dan *real estate* mengalami penurunan paling rendah dibanding sub sektor lain yang mencapai -19,11%. Berdasar pada fenomena yang terjadi, maka pada penelitian ini akan dilakukan pengujian pada faktor teknikal perusahaan inflasi dan faktor fundamental perusahaan yaitu profitabilitas, likuiditas dan *leverage* guna melihat pengaruhnya terhadap harga saham.

Alasan dipilihnya profitabilitas, likuiditas *leverage*, dan inflasi sebagai variabel bebas disebabkan karena empat variabel ini memiliki *gap* pada penelitian sebelumnya seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Andrean dan Herawati (2019) dan Sriwahyuni (2022) bahwa rasio profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap harga saham, berbeda dengan penelitian (Novalddin et al., 2020) yang mengemukakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap harga saham. Pada variabel likuiditas, hasil penelitian Wahyudi (2020) mengemukakan bahwa rasio likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian Nasution et al. (2021) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap harga saham.

Penelitian yang dilakukan Bangun dan Natsir (2023) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Namun hasil penelitian Istiyowati dan Swasti (2022) menyatakan *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga saham. Begitu pula pada variabel inflasi, penelitian Azizah et al. (2020) mengemukakan bahwa inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Berbeda dengan hasil penelitian Ilyas (2022) yang menyatakan bahwa inflasi tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap harga saham.

II. LANDASAN TEORI

1. Signaling Theory

Signaling theory yaitu sesuatu sikap yang diambil manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk atau informasi bagi investor tentang bagaimana pandangan manajemen pada prospek perusahaan dimasa datang (Brigham. E. F. & Houston J. F., 2014).

2. Harga Saham

Harga saham adalah harga yang terjadi di pasar modal yang akan sangat berarti bagi perusahaan, karena harga tersebut dapat menentukan besarnya nilai perusahaan Tandelilin (2018).

Closing Price = Harga Saham Penutupan

3. Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (profit) dari pendapatan (earning) yang berhubungan dengan penjualan, asset dan ekuitas.

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

4. Likuiditas

Rasio likuiditas adalah bentuk risiko yang dialami oleh suatu perusahaan karena ketidakmampuannya untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sehingga dapat memberikan pengaruh dengan terganggu aktiva perusahaan sehingga tidak bisa berjalan normal Hayati (2017).

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

5. Leverage

Mengemukakan bahwa “leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang” Fahmi (2016).

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

6. Inflasi

Mendefinisikan inflasi merupakan peristiwa yang menjelaskan keadaan dan kondisi dimana harga barang naik dan nilai mata uang menurun. Jika situasi ini terus berlanjut, maka kerangka ekonomi makro dan stabilitas politik negara akan memburuk Fahmi (2015).

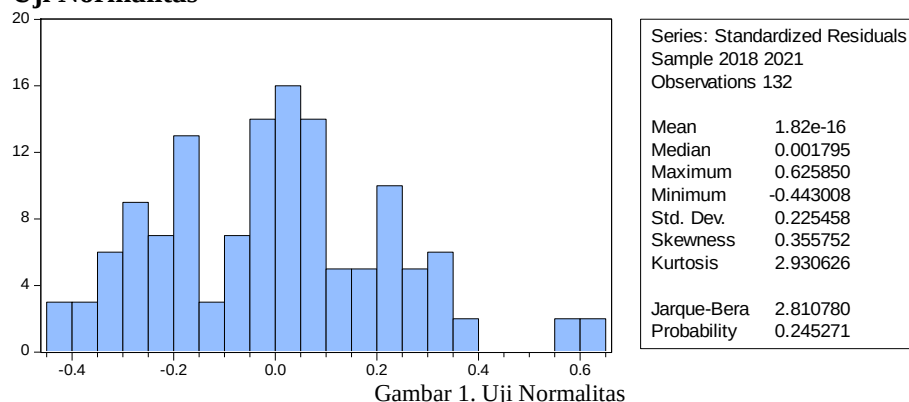
III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, dengan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah profitabilitas (X_1), likuiditas, *leverage* dan inflasi sebagai variabel bebas dan harga saham sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sub Sektor *Property* dan *Real Estate* sebanyak 65 perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021 dan diambil 33 perusahaan sub sektor *property* dan *real estate* sebagai sampel penelitian. Sampel dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan Eviews 9.0.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Uji Asumsi Klasik

• Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas dapat diketahui bahwa *probability* atau *p-value* bernilai 0.245271 yang berarti lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

- **Uji Multikolineritas**

Tabel 1.
Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.251141	21.16344	NA
ROA	1.012996	1.560523	1.549559
CR	0.002132	2.594765	1.195425
DAR	0.324100	4.749546	1.175755
INFLASI	0.028861	15.27395	1.223471

Berdasarkan hasil uji multikolineritas terdapat hasil bahwa semua variabel independen nilai $VIF < 10$ yang berarti bahwa tidak terjadi multikolineritas.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Tabel 2.
Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.083736	Prob. F(14,117)	0.3794
Obs*R-squared	15.15253	Prob. Chi-Square(14)	0.3678
Scaled explained SS	37.56661	Prob. Chi-Square(14)	0.0006

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas bahwa *prob. Chi-square Obs*R-square* sebesar 0.3678 yang dapat disimpulkan bahwa $0.3678 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya data dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

- **Uji Autokorelasi**

Tabel 3.
Uji Autokorelasi

Log likelihood	-186.7188	Hannan-Quinn criter.	2.997256
F-statistic	10.84168	Durbin-Watson stat	1.961835

Berdasarkan tabel hasil pengujian autokorelasi diatas diketahui bahwa nilai:

$$dw = 1,961835$$

$$d_L = 1,6539$$

$$d_U = 1,7786 \quad (4 - d_U = 4 - 1,7786 = 2,2214)$$

Sehingga dengan rumus $d_L < dw, 4 - d_U$ maka $1,6539 < 1,961835 < 2,2214$. Artinya tidak terjadi autokorelasi.

2. Uji Hipotesis

- **Uji F**

Tabel 4.
Uji F

F-statistic	81.60823	Durbin-Watson stat	1.910089
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan tabel hasil uji F terlihat bahwa F_{hitung} sebesar 81.60823. Nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0.05 dengan df_1 (jumlah variabel-1) = $5-1=4$, dan df_2 ($n-k-1$) = $132-4-1=127$ sebesar 2.44, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($81.60823 > 2.44$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Penolakan H_0 dibuktikan dengan hasil perhitungan bahwa nilai sig ($0.000000 < \alpha 0.05$)

sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage* dan Inflasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham.

- Uji t

Tabel 5.
Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.078213	0.247239	24.58432	0.0000
ROA?	2.738515	0.380898	7.189619	0.0000
CR?	-0.024179	0.022789	-1.060982	0.2914
DAR?	-1.331707	0.473246	-2.813987	0.0059
INFLASI	0.121597	0.042776	2.842638	0.0055

1. Berdasarkan uji t pada tabel 4.20 pengujian variabel Profitabilitas terhadap Harga Saham menghasilkan nilai statistik t_{hitung} sebesar 7.189619. Untuk nilai t_{tabel} dimana signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $132-4-1=127$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1.65694. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.189619 > 1.6694$) dan tingkat signifikan ($p-value$) = 0.0000 < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham.
2. Berdasarkan uji t pada tabel 4.20 pengujian variabel Likuiditas terhadap Harga Saham menghasilkan nilai statistik t_{hitung} sebesar -1.060982. Untuk nilai t_{tabel} dimana signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $132-4-1=127$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1.65694. Karena nilai $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ ($-1.060982 > -1.6694$) dan tingkat signifikan ($p-value$) = 0.2914 > 0.05 maka H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya Likuiditas secara parsial berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap Harga Saham.
3. Berdasarkan uji t pada tabel 4.20 pengujian variabel *Leverage* terhadap Harga Saham menghasilkan nilai statistik t_{hitung} sebesar -2.813987. Untuk nilai t_{tabel} dimana signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $132-4-1=127$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1.65694. Karena nilai $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ ($-2.813987 < -1.6694$) dan tingkat signifikan ($p-value$) = 0.0059 < 0.05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya *Leverage* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Harga Saham.
4. Berdasarkan uji t pada tabel 4.20 pengujian variabel Inflasi terhadap Harga Saham menghasilkan nilai statistik t_{hitung} sebesar 2.842638. Untuk nilai t_{tabel} dimana signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $132-4-1=127$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1.65694. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.842638 > 1.6694$) dan tingkat signifikan ($p-value$) = 0.0055 < 0.05 maka H_0 diterim dan H_a ditolak, artinya Inflasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Inflasi terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Inflasi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Harga Saham, dimana ini berarti bahwa hasil ini dapat digeneralisasikan terhadap semua Perusahaan Sub Sektor *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021.

2. Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Harga Saham

Dari hasil pengujian analisis regresi data panel menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut berarti semakin tinggi rasio ini maka akan semakin tinggi pula harga saham. Dengan adanya *return* yang

a

besar maka investor akan tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan tersebut sehingga akan berdampak pada kenaikan harga saham karena semakin bertambahnya permintaan terhadap saham tersebut. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugraha & Artini (2022), Dewi & Suwarno (2022), Nasution et al., (2021), Hardini (2021) dan Andrean & Herawati (2019) yang menyatakan bahwa *Return On Assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

3. Pengaruh Likuiditas (CR) terhadap Harga Saham

Dari hasil pengujian analisis regresi data panel menunjukkan bahwa secara parsial likuiditas (CR) berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham. Penelitian ini yang menyatakan bahwa *Current Ratio* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap harga saham. Sehingga, *Current Ratio* tidak dipakai sebagai acuan untuk melakukan investasinya. Hasil penelitian ini sejalan sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jhoansyah et al., (2022), Firmansyah & Maharani (2021) dan Sadiyah et al., (2019) yang menyatakan bahwa *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap harga saham.

4. Pengaruh Leverage (DAR) terhadap Harga Saham

Dari hasil pengujian analisis regresi data panel menunjukkan bahwa secara parsial *leverage* (DAR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut berarti semakin tinggi rasio ini maka semakin rendah harga saham perusahaan tersebut. Artinya, *leverage* yang tinggi menunjukkan risiko investasi yang tinggi pula sehingga investor cenderung menghindari perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi. Nilai *Debt to Assets Ratio* yang tinggi mencerminkan risiko perusahaan yang relatif tinggi sehingga dapat mempengaruhi tinggi rendahnya harga saham. Hasil penelitian ini sejalan sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari et al., (2022), Istiyowati & Swasti Putri (2022) dan Ahmad Ramadani (2021) yang menyatakan bahwa *Debt to Assets Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham.

5. Pengaruh Suku Bunga Terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan dari hasil pengujian analisis regresi data panel menunjukkan bahwa secara parsial inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Pengaruh signifikan artinya bahwa hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan pada seluruh anggota populasi. Artinya, apabila tingkat inflasi mengalami kenaikan maka harga saham juga akan mengalami kenaikan. Hasil penelitian ini sejalan sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayu Dwijayanti (2021), Mayasari (2021), Jefry & Djazuli (2020), dan Azizah et al., (2020) yang menyatakan bahwa inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

1. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage* dan Inflasi terhadap harga saham secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Apabila rasio profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan inflasi mengalami kenaikan secara bersamaan maka harga saham akan mengalami kenaikan juga, begitupun sebaliknya.
2. Profitabilitas (ROA) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap saham. Artinya semakin tinggi rasio profitabilitas maka semakin tinggi pula harga saham.
3. Likuiditas (CR) secara parsial berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap saham. Artinya, likuiditas tidak terlalu mempengaruhi harga saham dan dengan tinggi rendah likuiditas tidak akan berpengaruh terhadap kenaikan harga saham, *current ratio* tidak dipakai sebagai acuan untuk melakukan investasinya.
4. *Leverage* (DAR) secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap saham. Artinya, semakin tinggi *leverage* maka semakin rendah harga saham perusahaan tersebut.
5. Inflasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap saham. Artinya, apabila tingkat inflasi mengalami kenaikan maka harga saham juga akan mengalami kenaikan.

SARAN

1. Berdasarkan hasil penelitian ini profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan inflasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap harga saham, maka dalam meningkatkan harga saham manajemen perusahaan harus menganalisis kinerja dan prospek perusahaan terlebih dahulu mengenai profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan inflasi dalam tingkat yang dapat meningkatkan harga saham.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini investor diharapkan dapat melakukan analisa terlebih dahulu mengenai profitabilitas, likuiditas, *leverage* dan inflasi dalam mengukur harga saham, variabel tersebut dapat dijadikan pertimbangan untuk mengambil keputusan saat akan melakukan investasi pada suatu perusahaan.
3. Berdasarkan hasil penelitian, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Oleh karena itu disarankan jika perusahaan ingin meningkatkan harga saham, maka perusahaan harus dapat meningkatkan laba perusahaannya dengan cara memaksimalkan kinerja perusahaan sehingga memperoleh profitabilitas yang lebih tinggi lagi. Jika investor ingin melakukan investasi, maka rasio profitabilitas ini perlu di pertimbangkan karena rasio ini dapat digunakan untuk menganalisis keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam mengelola usahanya.
4. Berdasarkan hasil penelitian, likuiditas tidak berpengaruh terhadap harga saham. Namun, penting bagi perusahaan untuk meningkatkan likuiditasnya karena investor akan melihat tinggi rendahnya likuiditas yang dapat dijadikan sebagai acuan apakah perusahaan tersebut dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya atau tidak. Dengan tinggi likuiditas (CR) akan menarik investor untuk berinvestasi. Dan perusahaan harus bisa mengelola asetnya dengan baik karena pada dasarnya aset yang mengganggu akan dipandang tidak baik oleh investor.
5. Berdasarkan hasil penelitian, *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham. Oleh karena itu disarankan jika perusahaan ingin meningkatkan harga saham, maka perusahaan sebaiknya mampu untuk mempertahankan *leverage* yang stabil, karena jika tingkat *leverage* tersebut stabil maka perusahaan dinilai mampu untuk membayar hutangnya dan mampu mengelola dana perusahaannya dengan baik. Dan disarankan untuk investor, jika investor ingin melakukan investasi pada perusahaan, investor harus mempertimbangkan rasio *leverage* dalam melakukan investasi karena tingginya *leverage* menunjukkan ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, sehingga investor dapat membuat keputusan investasi yang baik agar mampu mendapatkan tingkat keuntungan sesuai dengan yang diinginkan.
6. Inflasi dapat dijadikan pertimbangan dalam membeli suatu saham serta harus memperhatikan keadaan ekonomi makro lainnya dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.
7. Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat menambahkan atau mengganti variabel lain selain yang telah dimasukkan dalam penelitian ini dan memperluas ruang lingkup penelitian ini, karena penelitian ini akan lebih akurat dan maksimal apabila sampel yang diambil diperluas, tidak hanya pada perusahaan sub sektor *property* dan *real estate*.

REFERENSI BUKU

- Brigham. E. F. & Houston J. F. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Investasi* (M. Masykur). Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Hayati, S. (2017). *Manajemen Risiko*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Kasmir. (2010). *Analisis Laporan Keuangan*.

REFERENSI JURNAL

- Ahmad Ramadani, L. (2021). FUNDAMENTAL EFFECT OF MICRO ECONOMICS ON STOCK PRICES IN THE JAKARTA ISLAMIC INDEX Lalu Ahmad Ramadani UIN Mataram Pengaruh Fundamntental Mikro Ekonomi Terhadap Harga Saham Pada Kelompok Jakarta Islamic Index ABSTRAK PENDAHULUAN Perekonomian Indonesia kini, 2(1), 66–81.
- Andrean, M. E. (2019). Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 – 2018. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.*, 53(9), 1–20.
- Ayu Dwijayanti, N. M. (2021). Pengaruh Nilai Tukar dan Inflasi Terhadap Harga Saham Perbankan Pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17(1), 2021.
- Azizah, N. M., Anggraeni, L., & Irawan, T. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Makroekonomi Terhadap Harga Saham Sektor Industri Konsumsi. *Jurnal Ekonomi*, 25(2), 304. <https://doi.org/10.24912/je.v25i2.682>
- Dewi, N. S., & Suwarno, A. E. (2022). PENGARUH ROA, ROE, EPS DAN DER TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 472–482. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.77>
- Firmansyah, I., & Maharani, A. (2021). Pengaruh Current Ratio (Cr) Dan Debt To Equity Ratio (Der) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas, Dan Transportasi Yang Terdaftar Di'Bei. *Land Journal*, 2(1), 11–22. <https://doi.org/10.47491/landjournal.v2i1.1033>
- Hardini, A. R. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Struktur Modal terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akutansi*, 10(2), 1–17.
- Istiyowati, D., & Swasti Putri, I. (2022). Pengaruh Total Aset Turnover (TATO), Earning Per Share (EPS), Debt To Assets Ratio (DAR) Terhadap Harga Saham Pada Industri Farmasi. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 210–215. <https://doi.org/10.54259/akua.v1i2.774>
- Jefry, J., & Djazuli, A. (2020). The Effect of Inflation, Interest Rates and Exchange Rates on Stock Prices of Manufacturing Companies in Basic and Chemical Industrial Sectors on the Indonesia Stock Exchange (IDX). *International Journal of Business, Management & Economics Research*, 1(1), 34–49. <https://doi.org/10.47747/ijbmer.v1i1.49>
- Jhoansyah, D., Mulia, F. Z., Muhammadiyah Sukabumi, U., & Author, C. (2022).), Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Earning Per Share (EPS) Serta Current Ratio (CR) Terhadap Harga Saham, Studi Keuangan Pada Perusahaan Sektor Properties & Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 1867–1878.
- Mayasari, V. (2021). Pengaruh Inflasi Dan Tingkat Suku Sbi Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverarge yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *Akuntansi Dan Manajemen*, 14(2), 31–49. <https://doi.org/10.30630/jam.v14i2.24>
- Nasution, S. A., Steffie, & Susanty. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas Dan Perputaran Persediaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3), 1828–1848.
- Nugraha, K. C., & Artini, L. G. S. (2022). The Effect of Financial Performance on Stock Prices of Automotive and Component Sub Sector Companies in the Indonesia Stock Exchange. *European Journal of Business and Management Research*, 7(4), 327–331. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.4.1595>
- Sadiyah, M., Subakir, & Fauziyah. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Otomotif. *Majalah Ekonomi*, XXIV(1411), 84–91.
- Sari, N. R., Nurhasanah, N., & Hersona, S. (2022). Pengaruh Return on Asset, Debt To Equity Ratio Dan Debt To Total Asset Ratio Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan MinumanYang Terdaftar Di Bursa Efek Iindonesia (Bei) Periode 2016 - 2020. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 1148–1161.
- Sriwahyuni, D., & Maulana, Y. (2022). The Influence of Return on Assets, Return on Equity, Earnings

Per Share, and Price Earning Ratio on The Share Price of PT Unilever Indonesia Tbk. Indonesian Journal Of Business And Economics, 5(2).

Pengaruh Prestasi Kerja dan Loyalitas Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada Skadron-31/ SERBU Di Kota Semarang

Yuda Wibawa¹, Arini Novandalina², Rokhmad Budiyo³

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

Jalan Menoreh Utara Raya No. 11 Semarang

e-mail: 1ayuda3868@gmail.com, 2arini.novandalina@gmail.com,
3rokhmad.budiyo6@gmail.com

Abstrak

Manajemen sumber daya manusia saat ini merupakan faktor dan aset terpenting dari sebuah perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh prestasi kerja dan loyalitas karyawan terhadap promosi jabatan di Skadron-31/ SERBU di Kota Semarang. Populasi penelitian ini adalah semua karyawan Skadron-31/ SERBU di Kota Semarang berjumlah 75 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah Teknik sampling jenuh. Metode yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian diperoleh bahwa prestasi kerja berpengaruh signifikan terhadap promosi jabatan dimana nilai t hitung sebesar $2,833 > t$ tabel $1,665$ dan loyalitas berpengaruh signifikan terhadap promosi jabatan dengan nilai t hitung sebesar $2,979 > t$ tabel $1,665$. Saran yang bisa diberikan adalah diharapkan memperhatikan prestasi kerja dari karyawan dimana pimpinan perusahaan harus mendorong karyawan dalam melaksanakan pekerjaan dan bersedia untuk melakukan jam lembur apabila ada pekerjaan yang belum diselesaikan

Kata kunci: *Prestasi Kerja, Loyalitas Karyawan dan Promosi Jabatan*

Abstract

Human resource management is currently the most important factor and asset of a company. This research aims to determine the influence of work performance and employee loyalty on job promotions at Squadron-31/SERBU in Semarang City. The population of this study was all 75 employees of Squadron-31/ SERBU in Semarang City. The sampling technique used is the saturated sampling technique. The methods used are classical assumption tests, multiple linear regression tests and hypothesis tests. The research results showed that work performance had a significant effect on job promotions where the calculated t value was $2.833 > t$ table 1.665 and loyalty had a significant effect on job promotions with a calculated t value of $2.979 > t$ table 1.665 . The advice that can be given is to pay attention to employee work rest, where company leaders must encourage employees to carry out their work and be willing to do overtime hours if there is work that has not been completed.

Keywords: *Work Performance, Employee Loyalty and Position Promotion*

1. PENDAHULUAN(12 point)

TNI AD sebagai bagian integral TNI mempunyai tugas pokok menegakkan kedaulatan negara, mempertahankan keutuhan wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945, serta melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia dari ancaman dan gangguan terhadap keutuhan bangsa dan negara. Pusat Penerbangan TNI Angkatan Darat Skadron 31 di Semarang adalah kesatuan yang memiliki sarana penerbangan dan bertugas mendukung mobilitas TNI Angkatan Darat. Untuk menjalankan tugasnya tersebut personel merupakan faktor dominan dalam skala besar maupun kecil. Pada satuan kerja berskala besar, personel dipandang sebagai unsur yang sangat penting dan sangat menentukan, kinerja satuan akan menjadi semakin baik, apabila ditunjang oleh sumber daya manusia yang berkualitas orang-orang yang bekerja di dalamnya. Hasibuan Malayu S.P (2018).

Dalam menghadapi arus globalisasi, Sumber Daya Manusia memegang peranan yang sangat dominan dalam kegiatan perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu memikirkan cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan Sumber Daya Manusia agar dapat mendorong kemajuan bagi perusahaan. Pengembangan SDM dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah promosi jabatan. Dengan adanya target promosi, pegawai akan merasa dibutuhkan, dihargai, diperhatikan, dan diakui kemampuan kerjanya oleh perusahaan sehingga mereka akan menghasilkan output yang tinggi. Promosi jabatan bertujuan untuk meregenerasi sumber daya manusia yang dimiliki organisasi demi kelangsungan organisasi tersebut Hasibuan (2018).

Demi menunjang keberhasilan dari program promosi jabatan pada suatu perusahaan, perlu adanya penilaian dari beberapa aspek, diantaranya loyalitas serta prestasi kerja. Kedua aspek ini memiliki pengaruh terhadap program promosi jabatan. Apabila prestasi kerja seorang karyawan memiliki peningkatan yang cukup signifikan dan memiliki waktu (periode tertentu) yang cukup, sebagai dasar pertimbangan maka karyawan tersebut layak untuk dipromosikan ke tingkat kerja yang lebih tinggi. Kesuksesan suatu perusahaan atau organisasi salah satunya dapat terlihat dari tingkat loyalitas karyawannya, dimana tingkat loyalitas mengacu pada komitmen seseorang diperusahaan tersebut. Karyawan yang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi berarti memiliki tingkat etos kerja yang tinggi pula terhadap perusahaan di tempat ia bekerja (Mirayanti, 2019).

Semangat kerja yang tinggi adalah perlu bagi setiap badan usaha dan hal ini untuk sebagian diakibatkan oleh pemberian promosi yang objektif. Promosi dilakukan untuk menjamin stabilitas kepegawaian yang direalisasikan kepada karyawan dengan dasar dan pada waktu yang tepat serta penilaian yang jujur. Dengan adanya target promosi, maka seorang karyawan akan terus mengembangkan potensi yang dimiliki hingga taraf maksimal, hal yang perlu dikembangkan adalah prestasi kerja ke tingkat yang lebih tinggi. Hasibuan (2018).

Pimpinan Skadron-31/ SERBU telah mempromosikan beberapa karyawannya selama periode waktu tertentu. Namun promosi yang dilakukan tidak sesuai dengan target promosi yang telah direncanakan, sehingga akan berimplikasi pada perencanaan perusahaan di masa yang akan datang. Untuk itu pimpinan perusahaan perlu mempertimbangkan ke objektifan dari promosi yang akan dilakukan. Dalam hal ini, peneliti mengetahui permasalahan mengenai loyalitas dan prestasi kerja serta promosi jabatan pada Pusat Penerbangan TNI Angkatan Darat Skadron 31 di Semarang permasalahan yang terjadi di Skadron-31/ SERBU ini banyaknya atasan yang tidak mengerti tentang situasional lingkungan dalam situasi kerja, yakni kemampuan analitis dan kemampuan untuk fleksibel dalam melakukan penilaian. Dimana karyawan dipromosikan ke jabatan yang lebih tinggi dengan hanya melihat dari satu kriteria penilaian, yang pada dasarnya karyawan tersebut belum tentu unggul pada beberapa kriteria lainnya.

Selain itu, karyawan yang memiliki prestasi kerja yang baik, cenderung lebih bersifat aktif dalam pengetahuan kognitif maupun tindakan-tindakan konatif yang dilakukan dalam melaksanakan tugas dalam perusahaan. Jika sistem promosi yang di terapkan tidak mencerminkan rasa keadilan bagi karyawan tentu akan berimplikasi pada menurunnya kepuasan kerja karyawan dalam bekerja yang pada akhirnya akan menurunkan kinerja dari karyawan itu sendiri.

Oleh karena itu, uraian penelitian tersebut perlu dikuatkan dengan penelitian lebih lanjut mengenai persepsi loyalitas dan prestasi kerja terhadap karyawan serta adakah hubungan keduanya secara simultan dan signifikan terhadap promosi jabatan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Andhara et al. (2019) loyalitas karyawan berpengaruh positif terhadap promosi jabatan dan juga menurut Mirayanti (2019) bahwa penelitian loyalitas berpengaruh terhadap promosi jabatan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2020) dimana loyalitas tidak berpengaruh terhadap promosi jabatan. Sedangkan pada variabel prestasi kerja menurut penelitian Purwaningsih dan Magdalena (2018) berpengaruh positif terhadap promosi jabatan dan juga menurut Triani et al. (2019) yang menunjukkan bahwa prestasi kerja berpengaruh positif terhadap promosi jabatan. Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Ida dkk (2019) menunjukkan bahwa prestasi kerja tidak berpengaruh terhadap promosi jabatan.

2. METODE (12 point)

Populasi dalam penelitian ini adalah semua karyawan Skadron-31/ SERBU di Kota Semarang berjumlah 75 orang. Sampel yang digunakan adalah sampel jenuh karena jumlah sampel sama dengan populasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Asumsi Klasik, Regresi linier berganda dan Uji Hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Uji Normalitas

Pengujian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak.

Tabel 1: Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

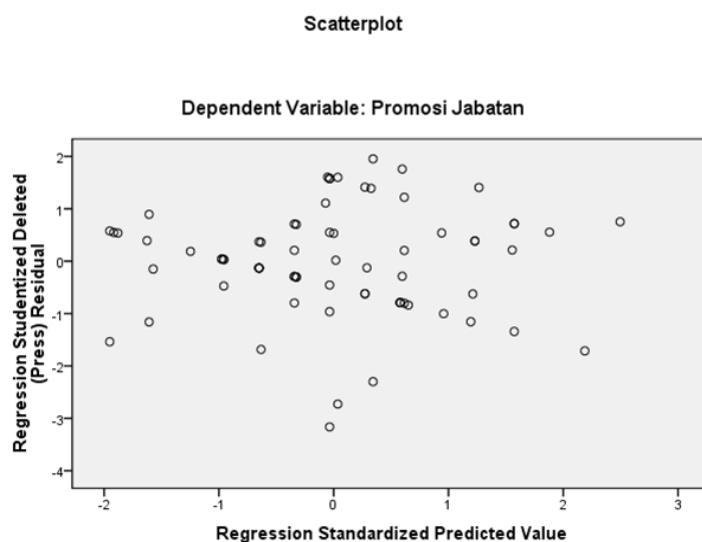
		Unstandardized Predicted Value
N		75
Normal Parameters ^a	Mean	20.9466667
	Std. Deviation	1.05078271
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.628
Asymp. Sig. (2-tailed)		.825

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji normalitas dapat diketahui Kolmogorov Smirnov Nilai Sig(0,825)>0.05 mempunyai arti bahwa data berdistribusi normal.

3.2. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1: Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 1 di atas dapat dilihat gambar scatterplot maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Tabel 2: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.040	3.122		2.255	.027
	Prestasi Kerja	.342	.121	.299	2.833	.006
	Loyalitas Karyawan	.323	.108	.315	2.979	.004

a. Dependent Variable: Promosi Jabatan

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji regresi linier berganda pada diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,040 + 0,342X_1 + 0,323X_2$$

Rumus diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 7,040 menunjukkan bahwa variabel prestasi kerja dan loyalitas karyawan jika nilainya 0 maka promosi jabatan memiliki tingkat kinerja sebesar 7,040.

- b. Nilai koefisien BM (β_1) sebesar 0,342 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan prestasi kerja sebesar 1 kali maka promosi jabatan akan meningkat sebesar 0,342 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- c. Nilai koefisien BM (β_2) sebesar 0,323 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan loyalitas karyawan sebesar 1 kali maka promosi jabatan akan meningkat sebesar 0,323 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

3.4. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat

Table 3: Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.040	3.122		2.255	.027
Prestasi Kerja	.342	.121	.299	2.833	.006
Loyalitas Karyawan	.323	.108	.315	2.979	.004

a. Dependent Variable: Promosi Jabatan

Dari tabel 3 dapat dilihat kekuatan hubungan yang terjadi diantara masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

a. Prestasi Kerja

Hasil statistik uji t untuk variabel prestasi kerja diperoleh nilai t hitung sebesar 2,833 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena $t \text{ hitung } 2,833 > t \text{ tabel } 1,665$; signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,342; maka hipotesis pertama yang berisi menyatakan bahwa “Prestasi Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap promosi jabatan pada Skadron-31/ SERBU di Kota Semarang” terbukti.

b. Loyalitas Karyawan

Hasil statistik uji t untuk variabel loyalitas karyawan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,979 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena $t \text{ hitung } 2,979 > t \text{ tabel } 1,665$; signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,323; maka hipotesis kedua yang berisi menyatakan bahwa “Loyalitas Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap promosi jabatan pada Skadron-31/ SERBU di Kota Semarang” terbukti.

3.5. Uji Goodness Of Fit (Uji Kelayakan Model)

Penjelasan hasil uji kelayakan model adalah sebagai berikut:

Tabel 4: Uji Goodness Of Fit (Uji Kelayakan Model)ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	81.707	2	40.853	10.210	.000 ^a
Residual	288.080	72	4.001		
Total	369.787	74			

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Karyawan, Prestasi Kerja

b. Dependent Variable: Promosi Jabatan

Dari tabel 4 hasil pengujian yang didapat yaitu Fhitung 10,210 dan Sig 0,000a, karena Fhitung 10,210 > dari Ftabel 3,12 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Apabila nilai Fhitung > Ftabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa model sudah sesuai ketentuan.

3.6. Koefisien Determinasi (R²)

Penjelasan hasil Koefisien Determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 5: Koefisien Determinasi (R²)Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.470 ^a	.221	.199	2.000

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Karyawan, Prestasi Kerja

b. Dependent Variable: Promosi Jabatan

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,221. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 22,10% Promosi Jabatan pada Skadron-31/ SERBU di Kota Semarang dapat dijelaskan oleh variasi Prestasi Kerja dan Loyalitas Karyawan, sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 22,10\% = 77,90\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

4. KESIMPULANDAN SARAN

a. Kesimpulan

Hasil analisis data yang telah dijelaskan terhadap seluruh data yang diperoleh maka dapat diambil kesimpulan bahwa prestasi kerja dan loyalitas karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap promosi jabatan di Skadron-31/ SERBU di kota Semarang

b. Saran

Saran yang bisa diberikan adalah pimpinan Skadron-31/ SERBU harus mendorong karyawan dalam melaksanakan pekerjaan, karyawan mampu mempertahankan tingkat loyalitas terhadap Skadron-31/ SERBU dan diharapkan loyalitas karyawan tinggi untuk mencapai tujuan di Skadron-31/ SERBU.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambon, Maartje Paais. (2019). "Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Promosi Jabatan PT. Bank Tabungan Negara". *Diponegoro Journal Of Management*, 18(3), 81-83.
- Andhara, Sona De. Hamidah, Nayati Utami., Yuniadi, Mayowan. (2019), "Pengaruh Senioritas Dan Loyalitas Terhadap Promosi Jabatan (Studi pada Karyawan Departemen Kebijakan Ekonomi dan Moneter Bank Indonesia Jakarta)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 22. No.1.
- Aprianto, Ronal dan Suwarno. (2019). Pengaruh Pengalaman Kerja dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sinar Niaga Sejahtera Kota Lubuklinggau. *Jurnal Ilmu Ekonomi Global Masa Kini*. Vol. 24 No. 1 : 59.
- Aristarini, Luh. (2018). Pengaruh Pengalaman Kerja, Kompetensi Sosial, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bagian Pemasaran PT Adira Finance Singaraja. *E-Journal Bisma. Universitas Pendidikan Ganesha*. Volume 2. No 2 (hlm 1-8).
- Arikunto, Suharsimi. (2018). *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Fachira, et.al (2020). "Pengaruh Beban, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Karywan (Studi Kasus : PT. BRI (PERSERO) TBK Kantor Cabang Manokwari)". *Cakrawala Management Business Journal*, 3(1), 583-596.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: UNDIP.
- Hasibun, S.P Malayu. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta
- Ida Ayu Nithya Medhiantari dan Made Yuniari. (2019). Pengaruh Prestasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Promosi Jabatan Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Gajah Mada Denpasar. *Jurnal*.
- Mirayanti. (2019). "Pengaruh Loyalitas, Pendidikan dan Pelatihan serta Kinerja terhadap Promosi Jabatan pada Kantor Sekretariat Daerah kabupaten Tolitoli". *E-Jurnal Katalogis*. Vol 3. No 1.
- Purwaningsih, Amalia., Magdalena, Betty. 2018 .Pengaruh Senioritas Dan Prestasi Kerja Terhadap Promosi Jabatan Pada Karyawan. vol. 3. no 1..
- Sembiring, Hendri. 2020. "pengaruh motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada bank sinarmas medan," no. 1: 14.

DAMPAK LINGKUNGAN KERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP MOTIVASI KERJA

**(studi empiris Pegawai Pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan Dan
Aset Daerah Kabupaten Demak)**

Yusup Vicktor T. H¹, Fitria Rohmatika², Ratih Pratiwi³, Mochamad Purnomo⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Wahid Hasyim
Jl. Menoreh Tengah X No.22, Sampangan, Kec.Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa Tengah
50232

vicktorjagad@gmail.com vytriarf.16@gmail.com rara@unwahas.ac.id
punomo@unwahas.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak lingkungan kerja terhadap motivasi kerja pegawai Pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak. Data penelitian diperoleh melalui dokumentasi dan angket. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 82 responden. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS dan alat analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji model dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) secara simultan lingkungan kerja dan kepuasan kerja memberikan pengaruh terhadap motivasi kerja pegawai, dan (2) secara parsial lingkungan kerja dan kepuasan kerja memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak.

Kata Kunci: *Lingkungan kerja, Kepuasan kerja dan Motivasi kerja*

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of work environment on employee work motivation at the Regional Revenue and Asset Financial Management Agency of Demak Regency. Research data obtained through documentation and questionnaires. The sample used in the study was 82 respondents. The data obtained were processed using SPSS and the data analysis tools used were validity tests, reliability tests, model tests and hypothesis testing. The results of the analysis show that (1) simultaneously work environment and job satisfaction have an influence on employee work.

Keywords: *Work environment, Job satisfaction and Work motivation*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Masalah sumber daya manusia masih menjadi sorotan dan tumpuhan bagi setiap lembaga pemerintahan untuk tetap dapat menghasilkan motivasi kerja pegawainya. Sumber daya manusia merupakan faktor penentu keberhasilan pelaksanaan organisasi yang efektif. Menurut Ricky W. Griffin (2003) semakin pentingnya sumber daya manusia berakar dari meningkatnya kerumitan hukum, kesadaran bahwa sumber daya manusia merupakan alat berharga bagi peningkatan produktivitas dan kesadaran mengenai biaya yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia yang lemah. Melihat pentingnya sumber daya manusia, ada banyak pegawai yang bekerja dengan sungguh-sungguh atau berperilaku baik (etis) dalam suatu lembaga/instansi, tetapi ada juga yang bekerja di luar kontrol sehingga dapat membawa pegawai kearah perilaku yang tidak memiliki motivasi kerja yang baik.

Motivasi kerja merupakan faktor sentral dalam suatu organisasi (Akbar *et.al*, 2020). Motivasi menggambarkan kombinasi yang konsisten dari dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang yang diindikasikan dengan adanya hasrat dan minat (Andayani & Tirtayasa, 2019). Motivasi kerja yang tinggi akan memacu daya penggerak untuk menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama dengan efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan, selain itu motivasi dapat menjadi penyebab maupun mendukung perilaku seseorang sehingga orang tersebut berkeinginan untuk berkerja keras dan antusias untuk mencapai hasil yang optimal (Akbar *et.al*, 2020). Faktor budaya organisasi, kepemimpinan dan lingkungan kerja memang memberika dampak yang signifikan terhadap motivasi kerja pegawai, akan tetapi tidak hanya sebatas itu saja. Motivasi kerja pegawai juga dipengaruhi oleh kepuasan kerja pegawai.

Kepuasan kerja karyawan merupakan salah satu pendorong karyawan dalam meningkatkan motivasi kerja. Hal ini sesuai dengan pendapat Davis dalam Mangkunegara (2013) dan Saydam dalam Kadarisman (2012) yang mengungkapkan bahwa situasi kerja, kondisi lingkungan kerja, dan kepuasan kerja merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja

Lingkungan kerja merupakan segala sesuatu yang berada di sekitar pegawai yang dapat mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan. Lingkungan pekerjaan merupakan keseluruhan sarana dan prasarana kerja yang ada di sekitar pegawai yang sedang melakukan pekerjaan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan meliputi tempat bekerja, fasilitas, kebersihan, pencahayaan, ketenangan, termasuk juga hubungan kerja antara orang-orang yang ada ditempat tersebut. Kondisi lingkungan kerja baik secara fisik maupun non fisik dapat mempengaruhi semangat dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya secara efisien. Lingkungan yang mendukung kinerja akan menghasilkan kinerja yang optimal. Kondisi lingkungan eksternal diketahui memiliki peranan yang besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan manajerial, proses, dan struktur organisasi sehingga pemantauan terhadap lingkungan eksternal sangat diperlukan.

Berdasarkan penjelasan beberapa factor yang mempengaruhi motivasi kerja pegawai diatas, peneliti tertarik mengambil dua factor yang mempengaruhi motivasi kerja pegawai yaitu lingkungan kerja dan kepuasan kerja. Dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai dalam suatu organisasi harus memperhatikan penataan lingkungan. Lingkungan kerja ini terdiri atas lingkungan fisik dan non fisik yang melekat dengan pegawai sehingga tidak dapat dipisahkan dari usaha pengembangan kinerja pegawai. Kehadiran pegawai juga kurang maksimal sehingga setiap hari pasti ada yang terlambat saat berangkat kerja. Kehadiran pegawai di tahun 2021 digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Kehadiran Pegawai tahun 2021

NO	BULAN	PENGAWAI YANG HADIR	PEGAWAI YANG TIDAK HADIR / TERLAMBAT
1	Januari	76	6
2	Pebruari	80	2
3	Maret	75	7
4	April	79	3
5	Mei	76	6
6	Juni	75	7

Tabel 1.1
Kehadiran Pegawai tahun 2021

No	Bulan	Jumlah Hadir (pegawai)	Jumlah Tidak Hadir (pegawai)
1.	Januari	76	6
2.	Februari	80	2
3.	Maret	75	7
4.	April	79	3
5.	Mei	76	6

Sumber : BPKPAD Kab. Demak 2021

Dengan adanya masalah diatas menyatakan bahwa masalah kepuasan kerja tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap motivasi kerja pegawai dan apabila kepuasan kerja pegawai terpenuhi otomatis motivasi kerja pegawai akan meningkat. Oleh sebab itu motivasi kerja pegawai sangat mempengaruhi tercapainya visi dan misi organisasi dengan cara meningkatkan kepuasan kerja pegawai di tempat kerja.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis meneliti “Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset daerah Kabupaten Demak”.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lingkungan kerja terhadap motivasi pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan kerja terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak?
3. Bagaimana pengaruh lingkungan kerja dan kepuasan kerja terhadap motivasi pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak?
4. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap motivasi pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh lingkungan kerja terhadap motivasi pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak?

2. Menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan kerja terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak?
3. Menguji dan menganalisis pengaruh lingkungan kerja dan kepuasan kerja terhadap motivasi pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak?
4. Menguji dan menganalisis variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap motivasi pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak?

Kajian Pustaka

Motivasi Kerja

Motivasi Kerja adalah kemauan kerja yang timbul karena adanya dorongan dari dalam diri pegawai sebagai hasil integrasi keseluruhan daripada kebutuhan pribadi, pengaruh lingkungan fisik dan sosial dimana kekuatannya tergantung daripada proses pengintegrasian tersebut (Tirtayasa, 2019). Motivasi Kerja memiliki arti sebagai sikap mental dan keadaan kejiwaan manusia yang memberikan energi, menggerakkan/mendorong kegiatan dan mengarah/menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan (Sutanjar dan Sayono, 2019).

Menurut Wibowo (2011:162), dimensi dan indikator motivasi adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan untuk berprestasi:
 - a. Target kerja
 - b. Kualitas kerja
 - c. Tanggung jawab
 - d. Resiko
2. Kebutuhan memperluas pergaulan
 - a. Komunikasi
 - b. Persahabatan
3. Kebutuhan untuk menguasai sesuatu pekerjaan
 - a. Pemimpin
 - b. Duta perusahaan
 - c. Keteladanan

Kesimpulan dari pendapat di atas bahwa motivasi kerja merupakan suatu keahlian dalam mengarahkan atau mengendalikan dan menggerakkan seseorang untuk melakukan tindakan akan perilaku yang diinginkan berdasarkan sasaran-sasaran yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu

Lingkungan Kerja

Sedarmayanti (2011) menyatakan bahwa secara garis besar, jenis lingkungan kerja terbagi menjadi dua faktor yaitu faktor lingkungan kerja fisik dan faktor lingkungan kerja non fisik.

Lingkungan kerja fisik dapat diartikan semua keadaan yang ada disekitar tempat kerja, semua keadaan berbentuk fisik yang terdapat disekitar tempat kerja dimana dapat mempengaruhi kerja karyawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan kerja fisik meliputi pewarnaan, penerangan, sirkulasi udara, minim suara bising, memiliki uang gerak yang longgar, keamanan dan kebersihan. Lingkungan kerja fisik adalah seluruh keadaan berbentuk fisik yang berada di sekitar tempat kerja yang dapat mempengaruhi pegawai secara tidak langsung maupun langsung. Lingkungan kerja fisik sendiri dapat dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:

1. Yang langsung berhubungan dengan pegawai: pusat kerja, kursi, meja

2. Lingkungan perantara atau lingkungan umum atau lingkungan kerja yang mempengaruhi kondisi manusia: temperatur, kelembapan, sirkulasi udara, pencahayaan, bau, suara dan lainnya.

Yang termasuk lingkungan kerja fisik (Sedarmayanti, 2011) adalah

1. Rencana Ruang Kerja: kesesuaian pengaturan dan tata letak peralatan kerja (berpengaruh terhadap tampilan kerja dan kenyamanan karyawan).
2. Rancangan Pekerjaan: peralatan kerja dan metode kerja (mempengaruhi kesehatan hasil kerja karyawan).
3. Kondisi Lingkungan Kerja: penerangan, sirkulasi udara dan suara (mempengaruhi kenyamanan dan kondisi para pekerja dalam menjalankan tugasnya).
4. Tingkat *Visual Privacy* dan *Acoustical Privacy*: tempat kerja yang dapat memberi privasi bagi karyawannya (keleluasaan pribadi).

Kepuasan Kerja

Seorang karyawan akan merasa nyaman dan tinggi loyalitasnya pada perusahaan apabila memperoleh kepuasan kerja sesuai dengan apa yang diinginkan. Menurut Robbins (2003:78) kepuasan kerja adalah sikap umum terhadap pekerjaan seseorang yang menunjukkan perbedaan antara jumlah penghargaan yang diterima pekerja dan jumlah yang mereka yakini seharusnya mereka terima. Hasibuan (2015), menyatakan bahwa: Kepuasan kerja adalah Sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya.

Kepuasan kerja merupakan faktor penting bagi karyawan dalam mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Kepuasan kerja merupakan sikap emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan yang dirasakan karyawan terkait pekerjaannya. Kepuasan kerja karyawan memiliki peran penting dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan. Kepuasan kerja karyawan merupakan salah satu pendorong karyawan dalam meningkatkan motivasi kerja.

Menurut Luthans (2006:243) kepuasan kerja ditentukan oleh beberapa aspek, yaitu:

- 1) Pekerjaan itu sendiri. Hal dimana pekerjaan memberikan tugas yang menarik, kesempatan untuk belajar, dan kesempatan untuk menerima tanggung jawab.
- 2) Gaji. Sejumlah upah yang diterima dan tingkat dimana hal ini bisa dipandang sebagai hal yang dianggap pantas dibandingkan dengan orang lain dalam organisasi.
- 3) Kesempatan promosi. Kesempatan untuk maju dalam organisasi.
- 4) Pengawasan. Kemampuan penyelia untuk memberikan bantuan teknis dan dukungan perilaku.
- 5) Rekan kerja. Tingkat dimana rekan kerja pandai secara teknis dan mendukung secara sosial.

Penelitian Sebelumnya

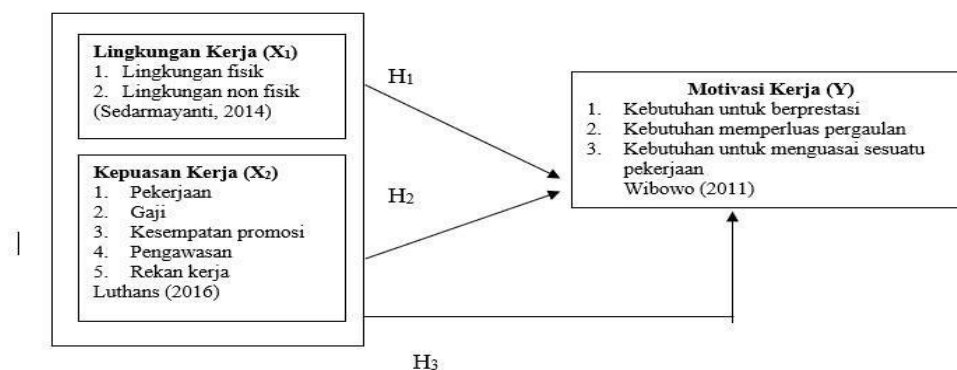
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Mendukung Penelitian Ini

No .	Judul/Peneliti/Tahun Penelitian	Variabel Penelitian	Metode	Hasil
1.	Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Perpustakaan Di Universitas Negeri Yogyakarta/Moh. Mujib Khoiri/2013	Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, Pegawai Perpustakaan.	Analisis regresi linier sederhana	Hasil penelitian menunjukkan: (1) Kondisi lingkungan kerja di perpustakaan Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan hasil perhitungan rata-rata persentase pencapaian tiap indikator mencapai 83,4%. (2) Motivasi kerja pegawai perpustakaan Universitas Negeri Yogyakarta berdasarkan hasil perhitungan rata-rata persentase pencapaian tiap indikator mencapai 81,3%. (3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara lingkungan kerja terhadap motivasi kerja pegawai perpustakaan di Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) dengan sumbangan sebesar 21,1%. Hal tersebut berarti 78,9% motivasi kerja pegawai perpustakaan di Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) ditentukan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
2.	Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Dan Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Pt. Axa Financial Indonesia Cabang Malang)/ Rayka Dantyo Prakoso/	Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan	Analisis jalur	Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja, yang berarti bahwa lingkungan kerja yang baik, dapat memotivasi karyawan dalam bekerja.

3.	Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Di Bank Jatimcabang Utama Surabaya/REVI REZITA/2014	Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja	Analisis regresi linier sederhana	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lingkungan kerja terhadap motivasi kerja karyawan. Tingkat motivasi kerja karyawan pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya adalah sangat baik. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata skor motivasi kerja sebesar 4,25 yang berada pada kategori sangat setuju, sedangkan variabel lingkungan kerja memiliki nilai rata-rata skor sebesar 3,77 yang berada pada kategori setuju atau baik.

Kerangka Pemikiran

Dengan melihat latar belakang yang disampaikan, maka penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh lingkungan kerja dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak. Untuk lebih jelasnya, uraian diatas dapat dilihat dalam kerangka pemikiran teoritis berikut ini



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga Lingkungan kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan Diduga Kepuasan kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah kabupaten Demak.
2. Diduga Lingkungan kerja dan Kepuasan kerja secara bersama – sama berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah kabupaten Demak.
3. Diduga lingkungan kerja merupakan variable dominan berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah kabupaten Demak.

2. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey, yaitu penelitian yang digunakan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis dengan pendekatan survei. Sebagaimana dikemukakan oleh Nazir (2005) metode deskriptif analitis adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem, maupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar variabel yang diselidiki.

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Menurut Sugiyono (2012) obyek penelitian adalah suatu atribut dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Obyek penelitian disini membahas tentang pengaruh lingkungan kerja dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak.

Teknik Pengumpulan data

Untuk mendapatkan hasil penelitian dengan metode kuantitatif maka didalam penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan adalah:

1. Studi Pustaka

Metode ini digunakan untuk memperoleh data sekunder, yaitu meliputi data jumlah pegawai Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak, Kebijakan Instansi, dan lain lain.

2. Observasi.

Menurut (Hadi, 2000) Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Observasi atau pengamatan langsung dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang keadaan dan kegiatan yang dilakukan di Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Demak, sehingga diperoleh data mengenai realitas yang ada.

3. Penyebaran kuesioner

Merupakan metode pengumpulan data secara langsung yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan pada responden. Kuesioner diserahkan secara langsung pada responden dan dikembalikan pada peneliti dalam kurun waktu 3 hari setelah pengajuan kuesioner.

Metode penyebaran kuesioner ini direkomendasikan untuk digunakan karena memiliki keuntungan dapat menghubungi responden yang sulit ditemui, lebih murah, dan responden memiliki waktu untuk mempertimbangkan jawaban secara langsung. (Sekaran, 1992) Penilaian atas jawaban responden dalam penelitian ini menggunakan skala Likert berdasarkan tingkat kesetujuan dengan penentuan skoring atas jawaban tiap item dari masing masing responden sebagai berikut :

1. Skor 5 untuk pilihan jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk pilihan jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk pilihan jawaban Cukup Setuju (CS)
4. Skor 2 untuk pilihan jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Teknik Analisis Data

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai tingkat validitas yang tinggi. Dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk menguji tingkat validitas dari kuisioner dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) digunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment* (Arikunto, 2010)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk menunjukkan derajat konsistensi alat ukur yang bersangkutan jika diterapkan berulang kali pada kesempatan yang berlainan. Semakin tinggi reliabilitas alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut dalam mengukur suatu gejala dan sebaliknya, semakin rendah reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin tidak stabil alat pengukur tersebut dalam mengukur suatu gejala (Arikunto, 2010).

Uji Kefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai R Square. Namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah Adjusted R Square

Uji Hipotesis

Uji t

Uji Hipotesis t dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara individu ada pengaruh antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian secara parsial untuk setiap koefisien regresi diuji untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat, dengan melihat tingkat signifikansi nilai t pada 5% rumus yang digunakan (Gujarati, 1999)

Uji F

Uji f-statistik digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Y) Pengujian akan dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 25, yaitu dengan membandingkan hasil dari nilai probabilitas. Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau signifikansi 5% pengambilan keputusan didasarkan atas:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen

Uji Koefisien Beta (B) Standardised

Koefisien beta Standardised digunakan untuk mengetahui kekuatan masing-masing variabel bebas dalam menentukan dependent variable. Tujuan dari uji beta ini adalah untuk menemukan variabel bebas manakah yang memiliki pengaruh dominan atau terbesar terhadap variabel terikat. Variabel dengan Koefisien Beta Standardised yang lebih tinggi merupakan variabel yang lebih berpengaruh.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas yang dijelaskan pada penelitian ini adalah pengujian validitas variabel lingkungan kerja, kepuasan kerja terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan

Pengelolaan Keuangan Pendapatan Dan Aset Daerah Kabupaten Demak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
(X ₁)	1	0.675	0.180	Valid
	2	0.603	0.180	Valid
	3	0.786	0.180	Valid
	4	0.731	0.180	Valid
	5	0.653	0.180	Valid
	6	0.603	0.180	Valid
	7	0.823	0.180	Valid
	8	0.669	0.180	Valid
	9	0.704	0.180	Valid
(X ₂)	1	0.467	0.180	Valid
	2	0.747	0.180	Valid
	3	0.817	0.180	Valid
	4	0.605	0.180	Valid
	5	0.756	0.180	Valid
	6	0.673	0.180	Valid
	7	0.676	0.180	Valid
	8	0.790	0.180	Valid
	9	0.584	0.180	Valid
(Y)	1	0.683	0.180	Valid
	2	0.555	0.180	Valid
	3	0.782	0.180	Valid
	4	0.726	0.180	Valid
	5	0.659	0.180	Valid
	6	0.563	0.180	Valid
	7	0.865	0.180	Valid
	8	0.719	0.180	Valid
	9	0.665	0.180	Valid
	10	0.846	0.180	Valid

Sumber: data primer diolah 2021

Jika dilihat dari tabel 4.7 diatas tentang uji validitas, dapat dilihat bahwa pada masing-masing variabel penelitian menunjukkan bahwa semua indikator mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel, sehingga keseluruhan indikator dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian berikutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang dijelaskan pada penelitian ini adalah pengujian reliabilitas variabel lingkungan kerja, kepuasan kerja terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan Dan Aset Daerah Kabupaten Demak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	α hitung	Standar α	Keterangan
Lingkungan Kerja (X_1)	0.770	0.60	Reliabel
Kepuasan Kerja (X_2)	0.767	0.60	Reliabel
Motivasi Kerja (Y)	0.770	0.60	Reliabel

Sumber: data primer diolah 2021

Jika dilihat dari tabel 4.8 diatas tentang uji reliabilitas, dapat dilihat bahwa semua variabel mempunyai nilai *Alpha Cronbach* > 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel dan layak digunakan untuk penelitian.

Alat Analisis Data

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui arah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk lebih jelasnya analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.947	.711		2.739	.008
X1	1.138	.012	.997	98.387	.000
X2	.029	.015	.020	1.948	.005

a. Dependent Variable: Y

Jika dilihat dari tabel diatas tentang hasil analisis regresi berganda, analisis regresi berganda tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Koefisien regresi menunjukkan bahwa lingkungan kerja memiliki nilai beta sebesar positif 0.997. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kondusif lingkungan kerja yang ada di kantor, akan semakin meningkatkan motivasi kerja pegawai
- Koefisien regresi menunjukkan bahwa kepuasan kerja memiliki nilai beta positif sebesar 0,265. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan kerja pegawai, akan semakin meningkatkan motivasi kerja

Uji Model

Uji Anova (F-test)

Uji Anova atau Uji F digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Untuk lebih jelasnya uji anova yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.4
Hasil uji anova (F-test)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2294.049	2	1147.024	4847.000	.000 ^b
Residual	18.695	79	.237		
Total	2312.744	81			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Jika dilihat dari tabel 4.10 diatas, dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} 4847.000 dari 2-81 sebesar 3.11, dengan signifikan $0.000 < 0.005$ artinya variabel lingkungan kerja (X_1) dan kepuasan kerja (X_2) merupakan model persamaan yang baik untuk mempengaruhi peningkatan motivasi kerja (Y). Hasil uji model F-test di atas menunjukkan bahwa model dikatakan fit.

Uji Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai R Square. Namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah Adjusted R Square. Untuk lebih jelasnya uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.5
Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.996 ^a	.992	.992		.48646

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Jika dilihat dari tabel 4.11 diatas, diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0.992 atau 99.2%. Dengan demikian maka peningkatan motivasi kerja pegawai dapat dipengaruhi oleh variabel lingkungan kerja dan kepuasan kerja sebesar 99.2% Sementara sisanya sebesar 0.8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis t

Uji Hipotesis t dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara individu ada pengaruh antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk lebih jelasnya hasil uji hipotesis t didapatkan dari hasil tabel, maka uji hipotesis t yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pertama

Hipotesis pertama menguji pengaruh lingkungan kerja terhadap motivasi kerja. Diperoleh nilai koefisien beta positif sebesar 0.997 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 < dari 0,05. Hal ini mengindikasikan hipotesis pertama diterima. Artinya adalah lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja, dan dapat disimpulkan bahwa apabila lingkungan kerja di kantor kondusif, akan mempengaruhi peningkatan motivasi kerja

2. Pengujian hipotesis kedua

Hipotesis kedua menguji pengaruh kepuasan kerja terhadap motivasi kerja. Diperoleh koefisien beta positif sebesar 0,020 dengan nilai signifikansi sebesar 0.005 < 0,05, hal ini mengindikasikan hipotesis kedua diterima. Artinya adalah kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja, dan dapat disimpulkan bahwa apabila kepuasan kerja pegawai tetap dirasakan, akan dapat mempengaruhi peningkatan motivasi kerja pegawai.

Uji F

Uji F dimaksudkan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama. Untuk lebih jelasnya hasil uji hipotesis didapatkan dari hasil tabel 4.10 diatas, ditujukan juga untuk pengujian hipotesis ketiga yaitu menguji pengaruh lingkungan kerja dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerja. Dari hasil olah data diperoleh bahwa nilai F_{hitung} 4847.000 dari 2-81 sebesar 3.11, dengan signifikan 0.000 < 0.005 artinya variabel lingkungan kerja (X_1) dan kepuasan kerja (X_2) merupakan model persamaan yang baik untuk mempengaruhi peningkatan motivasi kerja (Y). Hasil uji model F-test di atas menunjukkan bahwa model dikatakan fit. Jadi kesimpulannya adalah lingkungan kerja dan kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja

Uji Koefisien Beta (B) Standardised

Koefisien beta Standardised digunakan untuk mengetahui kekuatan masing-masing variabel bebas dalam menentukan dependent variable. Tujuan dari uji beta ini adalah untuk menemukan variabel bebas manakah yang memiliki pengaruh dominan atau terbesar

terhadap variabel terikat. Variabel dengan Koefisien Beta Standardised yang lebih tinggi merupakan variabel yang lebih berpengaruh.

Untuk lebih jelasnya hasil uji hipotesis koefisien beta standart didapatkan dari hasil tabel 4.10 diatas, ditujukan juga untuk pengujian hipotesis keempat yaitu variabel manakah diantara variabel independen (lingkungan kerja dan kepuasan kerja) yang paling berpengaruh terhadap motivasi kerja. Dari hasil olah data diperoleh bahwa nilai koefisien beta positif variabel lingkungan kerja sebesar 0.997. Dan merupakan nilai dengan koefisien beta positif paling tinggi diantara variabel independen yang lainnya. Hal ini berarti bahwa variabel lingkungan kerja merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap motivasi kerja

Pembahasan

Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja

Pada variabel ini terdapat dua dimensi yang menjadi tolak ukur dalam kuesioner penelitian yaitu dimensi lingkungan fisik dan lingkungan non fisik. Adapun hasil jawaban dengan rata-rata nilai mean paling kuat adalah dimensi lingkungan non fisik dengan jumlah skor mean sebesar 4,06. pernyataan kerjasama yang pegawai lakukan di lingkungan kerja baik yang artinya antara sesama pegawai sudah dibiasakan adanya aktivitas kerjasama dalam menyelesaikan masalah yang ditemukan dalam pekerjaan dan pada pernyataan terakhir adalah antara sesama pegawai menjalin komunikasi yang baik yang artinya pegawai di kantor saling menjaga komunikasinya dengan baik. Jadi dapat dikatakan bahwa dimensi lingkungan non fisik merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi peningkatan motivasi kerja pegawai, apabila lingkungan kerja non fisik tidak diperhatikan dengan baik maka akan berpengaruh juga pada penurunan motivasi kerja pegawai.

Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa lingkungan kerja memberikan pengaruh yang baik terhadap motivasi kerja pegawai, hal ini didukung oleh penelitian dari Rayka Dantyo Prakoso, Endang Siti Astuti dan Ika Ruhana (2014) .

Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Motivasi Kerja

Hipotesis kedua menguji pengaruh kepuasan kerja terhadap motivasi kerja. Diperoleh koefisien beta positif sebesar 0,020 dengan nilai signifikansi sebesar $0.005 < 0,05$, hal ini mengindikasikan hipotesis kedua diterima. Artinya adalah kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja, dan dapat disimpulkan bahwa apabila kepuasan kerja pegawai tetap dirasakan, akan dapat mempengaruhi peningkatan motivasi kerja pegawai. Hal ini mengidentifikasikan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa setiap item pernyataan yang terdapat pada dimensi ini sudah baik, seperti pada pernyataan pegawai diberikan kesempatan promosi jabatan lebih tinggi yang artinya dengan adanya pemberian kesempatan kenaikan jabatan ini memicu semangat kerja pegawai untuk lebih giat lagi.

Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa kepuasan kerja memberikan pengaruh yang baik terhadap motivasi kerja pegawai, hal ini didukung oleh penelitian dari Thara Afifah dan Mochammad Al Musadieg (2017) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja.

Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Motivasi Kerja

Hipotesis ketiga menguji pengaruh lingkungan kerja dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerja. Dari hasil uji anova (F-test) pada tabel 4.10, dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} 4847.000 dari 2-81 sebesar 3.11, dengan signifikan $0.000 < 0.005$ artinya variabel lingkungan kerja (X_1) dan kepuasan kerja (X_2) merupakan model persamaan yang baik untuk mempengaruhi peningkatan motivasi kerja (Y). Dari hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa variabel lingkungan kerja dan kepuasan kerja sama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap motivasi kerja pegawai.

Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa lingkungan kerja dan kepuasan kerja sama-sama memberikan pengaruh terhadap motivasi kerja pegawai, hal ini didukung oleh penelitian dari Ahza dan Syamsir (2012) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kepuasan kerja dan lingkungan kerja terhadap motivasi kerja

Variabel Lingkungan Kerja Merupakan Variabel Yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Motivasi Kerja

Hipotesis keempat menguji tentang variabel manakah yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap motivasi kerja. Jika dilihat dari hasil tabel 4.9 diatas, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap variabel terikat adalah variabel lingkungan kerja. Jadi dapat dikatakan bahwa variabel lingkungan kerja merupakan variabel yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja daripada variabel kepuasan kerja karena variabel lingkungan kerja memperoleh koefisien beta sebesar 0.997.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka kesimpulan yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Variabel lingkungan kerja dapat mempengaruhi peningkatan motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan Dan Aset Daerah Kabupaten Demak
2. Variabel kepuasan kerja dapat mempengaruhi peningkatan motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan Dan Aset Daerah Kabupaten Demak
3. Variabel lingkungan kerja dan motivasi kerja dapat mempengaruhi peningkatan motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan Dan Aset Daerah Kabupaten Demak
4. Variabel lingkungan kerja merupakan variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap motivasi kerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan Dan Aset Daerah Kabupaten Demak

Saran

Saran yang disampaikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kepala pada Badan Pengelolaan Keuangan Pendapatan Dan Aset Daerah Kabupaten Demak

Berdasarkan hasil jawaban responden pada kuesioner, dapat diketahui bahwa variabel terakhir yang perlu diberikan saran adalah variabel motivasi kerja yang pada variabel ini pernyataan yang mendapatkan rata-rata skor mean terendah adalah pernyataan “persahabatan yang terjalin antara sesama rekan kerja berjalan dengan baik” sebesar 3,93. Artinya bahwa adalah pada kenyataannya terdapat beberapa pegawai yang tidak berhubungan baik dengan pegawai lainnya. Oleh karena itu perlu menjadi perhatian pula kepada organisasi agar memberikan bimbingan dan teguran kepada semua pegawai untuk mengedepankan hubungan yang harmonis di tempat kerja sehingga semangat kerja dapat terus muncul dari diri masing-masing pegawai.

- b. Pegawai

Berdasarkan hasil jawaban responden pada kuesioner, dapat diketahui bahwa “pegawai tidak takut untuk mengerjakan tugas manajerial” sebesar 4,04. Skor ini merupakan hasil yang paling rendah di variabel kepuasan kerja. Artinya adalah pegawai belum mampu mengemban tugas untuk mengerjakan tugas manajerial. Artinya bahwa

adalah pada kenyataannya terdapat beberapa pegawai yang tidak berhubungan baik dengan pegawai lainnya. Oleh karena itu pegawai harus rela mengesampingkan ego masing-masing sehingga hubungan yang terjalin di tempat kerja dapat berjalan dengan baik dan harmonis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, T., & Al Musadieg, M. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Motivasi Kerja dan Dampaknya Terhadap Kinerja (Studi pada Karyawan PT Pertamina Geothermal Energy Kantor Pusat Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47(1), 122-129.
- Assauri, Sofyan, (2000): *Rekayasa Keuangan, Manajemen Usahawan Indonesia*. No.08 Of Financial Management Edisi 11 Buku 2, Cengage Learning. Jakarta:
- Bernardin & Russel. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Diterjemahkan oleh Bambang Sukoco. Bandung: Armico.
- Hamzah, B. Uno. 2009. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan kesembilan. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hasibuan, Maayu SP. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu SP. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kadarisman, M. 2012. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Liu, I. Fan. 2020. "The Impact Of Extrinsic Motivation, Intrinsic Motivation, And Social Self-Efficacy On English Competition Participation Intentions Of Pre-College Learners: Differences Between High School And Vocational Students In Taiwan." *Learning And Motivation* 72(February):101675.
- Luthans, Fed. 2016. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Marjaya, I., & Pasaribu, F. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 129-147.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2005). *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: Refika Aditama.
- Manulang M. & Manulang Marihot A., M., H. (2004). *Manajemen Personal*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Moenir, A.S. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi
- Moulana, F., Sunuharyo, B. S., & Utami, H. N. (2017). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan Melalui variabel mediator motivasi kerja (studi pada karyawan pt. Telkom indonesia, tbk witel jatim selatan, jalan a. Yani, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 44(1), 178-185.
- Prakoso, R. D. (2014). Pengaruh lingkungan kerja terhadap motivasi kerja dan kinerja karyawan (studi pada karyawan PT. AXA Financial Indonesia Cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2).
- Robbins, P. Stephen. (2016). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Indeks.

- Robbins, Stephen P. (2013). Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi, PT. Erlangga,. Jakarta. Jurnal Bisnis Administrasi Volume 06, Nomor 01, 2017, 44-51
- Robbins, Stephen P dan Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Siagian, Sondang P. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara: Jakarta.
- Sutrisno, Edy. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama. Cetakan ke-6. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wiyadi, Joko. (2009). Pengaruh Motivasi, Perilaku Pemimpin, dan Kesempatan Pengembangan Karier terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Daerah Air Minum Gunung Kidul. <http://etd.eprints.ums.ac.id/2932/1/B100040248.pdf> (17 Juli 2011)
- Ya'qub, Hamzah. 2014. Menuju Keberhasilan Manajemen dan Kepemimpinan. Penerbit Diponegoro. Bandung.
- Spector Yuwono, et.al. (2015). Psikologi industri dan organisasi. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.

PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2020-2022

Zumrotun Nafi'ah¹, Rahayu Kurniawati²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang
Jawa Tengah, Indonesia

e-mail: 1nafiah.widiatmoko@gmail.com, 2rahayunia711@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Populasi studi berjumlah 30 perusahaan dan dijadikan sampel sebanyak 10 perusahaan (30 laporan keuangan) menggunakan *purposive sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi $0,146 > 0,05$ dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap konservatisme akuntansi dengan nilai signifikansi $0,421 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi sebesar 27,9%. Saran untuk calon investor agar dapat lebih cermat dalam menganalisa laporan keuangan yang disajikan. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya penelitian menggunakan periode waktu yang lebih lama dan terbaru, serta dengan variabel- variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata kunci: *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan

Abstract

This research aims to determine the effect of leverage, profitability and company size on food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2020-2022 period. This research was conducted using quantitative methods. The study population consisted of 30 companies and a sample of 10 companies (30 financial reports) was used using purposive sampling. In this research, linear regression analysis techniques were used. The research results show that leverage has a significant effect on company value with a significance value of $0.003 < 0.05$, profitability has no significant effect on company value with a significance value of $0.146 > 0.05$ and company size has no significant effect on accounting conservatism with a significant value of $0.421 < 0.05$. The coefficient of determination value is 27.9%. Suggestions for potential investors to be more careful in analyzing the financial reports presented. For future researchers, it would be better if the research uses a longer and more recent time period, as well as with other variables that are not in this study.

Keywords: *leverage, profitability, company size, firm value*

1. PENDAHULUAN

Meningkatnya situasi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dimasa sekarang menjadikan seorang manajer harus mampu untuk mengelola perusahaan dengan sebaik-baiknya serta mampu mensejahterahkan pemegang saham. Perusahaan mempunyai tujuan utama yaitu memaksimalkan kemakmuran para pemegang atau pemilik saham dengan cara memaksimalkan nilai perusahaan (Sartono, 2010). Keberhasilan seorang manajer dalam mengelola perusahaan dapat diukur dengan melihat nilai perusahaan. Tingginya harga saham membuat nilai perusahaan menjadi tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi membuat pasar lebih percaya akan kinerja perusahaan pada prospek dimasa yang akan datang. Menurut Suharli (2006) dalam Dewi (2013), nilai perusahaan mempunyai peran sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang bisa mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Terkadang perusahaan tidak berhasil dalam meningkatkan nilai perusahaannya, karena hal tersebut bisa disebabkan oleh pihak manajemen bukan dari pemegang saham. Ketidakterhasilan juga dapat disebabkan oleh kurang telitinya manajemen dalam mengaplikasikan gejala-gejala yang akan memaksimalkan nilai perusahaan. Faktor tersebut bisa disebabkan oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor-faktor yang bisa menentukan nilai perusahaan, diantaranya *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen.

Nilai perusahaan bisa menggambarkan keadaan perusahaan, dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan selalu dipandang baik oleh para calon investor. *Leverage* menggambarkan sejauh mana aset perusahaan dapat dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modalnya sendiri (Analisa, 2011). Dengan tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak solvable, dimana total hutangnya lebih tinggi dibandingkan dengan total asetnya (Analisa, 2011). Meningkat atau menurunnya tingkat hutang sangat berpengaruh terhadap penilaian pasar (Nor, 2012). Utang yang sangat besar akan memberikan dampak yang negatif terhadap nilai perusahaan menurut penelitian (Sutama dan Lisa, 2018). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Analisa (2011), mengatakan bahwa *leverage* mempunyai hubungan yang negatif pada nilai perusahaan.

Menurut Astuti (2004) profitabilitas merupakan hasil keuntungan perusahaan dari penjualan yang telah dilakukan. Profitabilitas mempunyai peran penting dalam berbagai aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi dari perusahaan dan mencerminkan kinerja perusahaan, selain itu juga profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan juga akan membagikan hasil yang semakin besar kepada investor. Kinerja perusahaan yang semakin baik yaitu ketika perusahaan mampu menghasilkan laba yang semakin tinggi di setiap periode, sehingga akan menghasilkan tanggapan yang baik bagi para investor yang memberikan dampak pada meningkatnya harga saham suatu perusahaan (Purnama dan Abundanti, 2014). Dengan profitabilitas perusahaan yang tinggi, maka menunjukkan bahwa perusahaan bekerja dengan efisien dan efektif dalam mengelola kekayaan perusahaan untuk mendapatkan laba disetiap periodenya (Horne dan Wachowicz, 2005). Profitabilitas yang tinggi akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan bisa mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besarnya ukuran perusahaan atau skala perusahaan maka perusahaan akan lebih mudah memperoleh sumber pendanaan baik dari dana internal maupun eksternal (Chi, 2005). Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan, sehingga para investor lebih cepat merespon secara positif dan nilai perusahaan juga ikut meningkat (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Penelitian yang dilakukan oleh Armadi (2016), mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan juga ikut meningkat.

Selain *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas, kebijakan dividen juga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen yaitu keputusan perusahaan apakah laba bersih akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau ditahan untuk menambah modal yang mempunyai guna membiayai investasi dimasa mendatang (Sutrisno, 2009). Keuntungan yang didapat oleh pemegang saham akan menentukan kesejahteraan dan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ria Anna Tassia dan Fidiana (2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan di dalam penelitian yang dilakukan oleh Dian Kartika Sari dan Wahidahwati (2021) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan *research gap* yang saya temukan ini maka saya termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2020-2022?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2020-2022?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2020-2022?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.

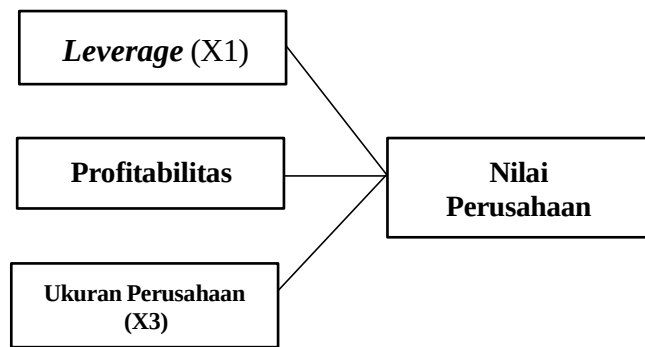
2. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun pelaporan 2020-2022 yang berjumlah 30 perusahaan. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah dengan metode *purposive sampling*. Perusahaan yang memenuhi syarat sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan penulis sebanyak 10 perusahaan selama 3 tahun sehingga jumlah observasi yang diambil adalah 30 sampel laporan keuangan.

Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Variabel Penelitian

a. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan kondisi dimana telah dicapai oleh suatu perusahaan yang digunakan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, setelah beberapa tahun telah melalui berbagai kegiatan yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai sekarang. Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan PBV (*price to book value*). PBV adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan yang dihitung dengan harga pasar perlembar saham terhadap nilai buku perlembar saham (*price to book value*) yang dapat diformulasikan seperti yang digunakan oleh Suffah (2016).

$$PBV = \frac{\text{harga saham per lembar}}{\text{nilai buku per lembar saham}} \times 100\%$$

b. Leverage (X1)

Leverage bisa dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada sebuah perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi juga semakin besar. Pada penelitian ini, *leverage* diukur dengan menggunakan Debt to Aset Ratio.

$$\text{Debt to Aset Ratio} = \frac{\text{total utang}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

c. Profitabilitas (X2)

Profitabilitas merupakan laba yang dihasilkan perusahaan atas dasar ukuran dari kinerja perusahaan (Suwardika dan Mustanda, 2017). Pada penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan rumus *Return on Aset* (ROA).

$$ROA = \frac{\text{labar setelah pajak}}{\text{total aset}} \times 100\%$$

d. Ukuran Perusahaan (X3)

Ukuran perusahaan mencerminkan tinggi rendahnya aktivitas operasi suatu perusahaan, semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar pula aktivitasnya (Apriliyanti, 2018). Total aset merupakan cerminan dari ukuran perusahaan, maka pada penelitian ini ukuran perusahaan dirumuskan dengan *log natural* dari total aset perusahaan.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{total aset})$$

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda yang didahului dengan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas,

dan uji heteroskedastisitas), selanjutnya dilakukan analisis regresi, kemudian dilakukan uji F, analisis determinasi (R²) dan uji t.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini akan menganalisis data statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian. Penjelasan data disertai dengan nilai minimum, nilai maksimum, mean, varians, dan standar deviasi. Berikut ini statistik deskriptif data penelitian yang terdiri dari variabel:

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DAR	30	.11	.56	.2958	.13279
ROA	30	.04	.22	.1069	.04869
SIZE	30	27.23	30.62	28.7083	1.04014
PBV	30	.81	7.91	3.3868	1.79202
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini mempunyai sampel sebanyak 30 yang terdiri dari 10 perusahaan selama 3 tahun yaitu 2020-2022.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel-variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi normal, metode yang handal untuk melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.3867667
	Std. Deviation	1.06522237
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.084
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
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: Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian dengan metode *kolmogorov-smirnov test* data berdistribusi normal dengan nilai *Asymp.Sig (2-Tailed)* 0,200 atau > 0,05.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi linear terdapat korelasi antara variabel pada periode tertentu dengan variabel-variabel sebelumnya. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang tahun berkaitan satu dengan yang lainnya.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.594 ^a	.353	.279	1.52192	.353	4.736	3	26	.009	1.6398
a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DAR										
b. Dependent Variable: PBV										

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1.6398. Dalam penelitian ini menggunakan sampel (N) sebanyak 30 dan jumlah variabel (k) sebanyak 3. Dari hasil tersebut nilai Durbin-Watson terletak diantara $1.6498 < 1.6398 < 2.3502$ ($du < d < 4-du$) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan uji asumsi yang dilakukan untuk mengetahui bahwa antara variabel-variabel independen dalam suatu model tidak ada hubungannya atau tidak berkorelasi antara satu dan lainnya.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.118	9.916		.819	.420		
	DAR	8.427	2.590	.624	3.254	.003	.675	1.481
	ROA	9.353	6.235	.254	1.500	.146	.867	1.154
	SIZE	-.286	.351	-.166	-.817	.421	.600	1.665
a. Dependent Variable: PBV								

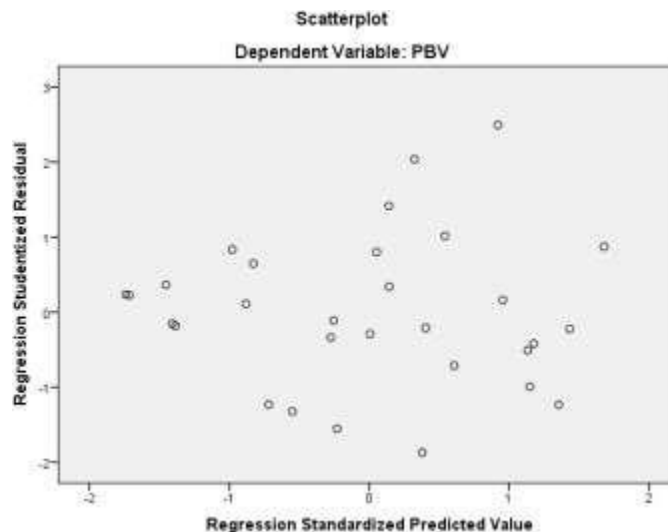
Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut terbebas dari multikolinieritas karena nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah suatu model terdapat varian yang tidak sama dalam semua pengamatan.

Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastitas



Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil grafik *scatterplot* di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas di karenakan grafik menunjukkan bahwa data menyebar dengan baik dan tidak membentuk pola tertentu.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.118	9.916		.819	.420		
	DAR	8.427	2.590	.624	3.254	.003	.675	1.481
	ROA	9.353	6.235	.254	1.500	.146	.867	1.154
	SIZE	-.286	.351	-.166	-.817	.421	.600	1.665
a. Dependent Variable: PBV								

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas maka diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,118 + 8,427(X_1) + 9,353(X_2) - 0,286(X_3)$$

Bersasarkan persamaan regresi diatas maka dapat dijabarkan seperti berikut:

1. Konstanta pada persamaan tersebut menunjukkan arah hubungan positif, hal ini berarti apabila variabel independen dianggap konstan maka rata-rata nilai perusahaan akan meningkat.
2. *Leverage* menunjukkan hubungan arah positif antara *leverage* dengan nilai perusahaan, hal ini berarti jika *leverage* meningkat maka nilai perusahaan juga ikut meningkat.
3. Profitabilitas menunjukkan hubungan arah positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, hal ini berarti jika profitabilitas perusahaan semakin meningkat, semakin meningkat pula nilai perusahaan.
4. Ukuran Perusahaan menunjukkan hubungan arah negatif antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, hal ini berarti jika ukuran perusahaan meningkat, maka nilai perusahaan akan menurun.

Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.906	3	10.969	4.736	.009 ^b
	Residual	60.222	26	2.316		
	Total	93.128	29			
a. Dependent Variable: PBV						
b. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, LEVERAGE						

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diperoleh nilai F hitung sebesar 4,736 dengan nilai sig 0,009. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($4,736 > 3,25$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi pada intinya adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model pada Variabel Bebas (X) dalam menerangkan Variabel Terikat (Y) (Ghozali. 2011).

Tabel 7. Hasil Uji R²

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.594 ^a	.353	.279	1.52192	.353	4.736	3	26	.009	1.6398
a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, DAR										

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil pada tabel diperoleh nilai Adjusted R square sebesar 27,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini dapat memprediksi nilai perusahaan sebesar 27,9%. Sedangkan sisanya sebesar 72,1% diprediksi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji T

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	Constant	8.118	9.916		.819	.420		
	DAR	8.427	2.590	.624	3.254	.003	.675	1.481
	ROA	9.353	6.235	.254	1.500	.146	.867	1.154
	SIZE	-.286	.351	-.166	-.817	.421	.600	1.665

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel hasil uji T di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel *leverage*, hasil perhitungan secara parsial diperoleh nilai signifikan *leverage* sebesar $0,003 < 0,05$, menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap konservatisme akuntansi perusahaan manufaktur di BEI.
- Variabel profitabilitas, hasil perhitungan menunjukkan signifikansi profitabilitas sebesar $0,146 > 0,05$, menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap konservatisme akuntansi perusahaan manufaktur di BEI.
- Variabel ukuran perusahaan, hasil perhitungan secara parsial diperoleh nilai signifikan $0,421 > 0,05$, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap konservatisme akuntansi perusahaan manufaktur di BEI.

Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi *leverage* sebesar 8.427 dengan nilai signifikan 0,003 lebih kecil dari α (0,05) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

b. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien 8,427 dengan nilai signifikan 0,146 lebih

besar dari α (0,05) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi sebesar -0,286 dengan nilai signifikan 0,421 lebih besar dari α (0,05) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap 10 perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2020-2022, tentang pengaruh *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- *Leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
- Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap konservatisme akuntansi pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.
- Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang disebutkan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan periode tahun pengamatan yang lebih lama dan terbaru sehingga dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya
- Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang belum disertakan dalam penelitian ini, serta peneliti disarankan menggunakan populasi yang lebih banyak mencakup perusahaan pada beberapa sektor besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Untuk calon investor agar dapat lebih cermat dalam menganalisa laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan agar kedepannya tidak terjadi kerugian bagi investor.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (n.d.). 2021. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Forum Ekonomi*. No.23, Vol.1
- BEI. (n.d.). Retrieved from Bursa Efek Indonesia: <https://www.idx.co.id/id>
- Dwipa, K. S., Kepramareni, P., & Nyoman Yulastuti, I. A. (n.d.). 2020. Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Karisma*. No.1, Vol.2
- Fidiana, & Tassia, R. A. (n.d.). 2019. Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. No.5, Vol.8

- Hermawan, F., & Dewi, S. P. (n.d.). 2021. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*. No.1, Vo.3
- Indrayani, N. K., Endiana, I. M., & Pramesti, I. A. (n.d.). 2021. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Deviden, Akuntansi Lingkungan, *Leverage*, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*. No.1, Vol.3
- Junaidi. (2010, April 24). Retrieved from Download tabel Durbin-Watson: <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/24/download-tabel-durbin-watson-dw-lengkap/>
- Junaidi. (2010, April 22). Retrieved from Download F tabel lengkap: <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/04/22/download-tabel-f-lengkap/>
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (n.d.). 2021. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar National Ekonomi dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember*
- Oktaviarni, F., Murni, Y., & Supriyatno, B. (n.d.). 2019. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Kebijakan Deviden, dan Ukuran terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*. No.1, Vol.9
- Sari, D. K., & Wahidahwati. (n.d.). 2021. Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. No.4, Vol.10
- SPSS Indonesia. (2021, Februari 19). *Download Distribusi Nilai Tabel Statistik*. Retrieved from <http://www.spssindonesia.com/2014/02/download-distribusi-nilai-tabel.html>

**PENGARUH SIKAP KEUANGAN DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI GALERI
INVESTASI UNIVERSITAS KUNINGAN**
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Kuningan)

Munir Nur Komarudin¹, Cindy Shelomita², Ayus Ahmad Yusuf³, Wildan
Permana Zaenal Asikin⁴, Regita Ayu Febiana⁵

Universitas Kuningan

Jl. Cut Nyak Dien No. 36A, Cijoho, Kec. Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa

Barat Email : ¹ (munir.nur@uniku.ac.id), ² (cindyshelo28@gmail.com), ³
(ayusahmadyusuf@uniku.ac.id), ⁴ (20210510376@uniku.ac.id),
⁵ (20210510239@uniku.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh sikap keuangan dan literasi keuangan terhadap minat investasi di galeri investasi universitas kuningan. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah mahasiswa Universitas Kuningan dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan menggunakan Teknik Purposive Sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa angket. Analisis data menggunakan uji F dan uji t yang dibantu dengan aplikasi SPSS versi 23 for windows. Hasil pengujian dari hipotesis yang diajukan memperoleh kesimpulan bahwa menunjukkan (1) sikap keuangan dan literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi (2) Sikap Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi (3) Literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Kata Kunci : Sikap keuangan, Literasi Keuangan, Minat Investasi

Abstract

This research was conducted to analyze the influence of financial attitudes and financial literacy on investment interest in the Kuningan University investment gallery. The research uses descriptive methods with a quantitative approach. The population that will be used for research is Kuningan University students with a sample of 100 respondents determined using the Purposive Sampling Technique. The data collection technique used is a questionnaire. Data analysis used the F test and t test which was assisted by the SPSS application version 23 for windows. The test results of the proposed hypothesis concluded that (1) financial attitudes and financial literacy had a positive and significant effect on investment interest Financial attitudes had a positive and significant effect on investment interest Financial literacy had a positive and significant effect on investment interest. investment interest.

Keywords : Financial attitudes, Financial Literacy, Investment Interest

1. PENDAHULUAN

Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melakukan program edukasi (Ferlina dan Riswan, 2017). Galeri Investasi didirikan oleh PT Bursa Efek Indonesia bekerjasama dengan berbagai perguruan tinggi sebagai salah satu langkah menjaring investor-investor baru dari kalangan mahasiswa. Tujuan pendirian galeri investasi untuk kalangan akademisi adalah sosialisasi, edukasi dan sejauh mana mahasiswa mampu mempraktekkan teori yang dipelajari dalam perkuliahan serta mendukung kegiatan penelitian.

Galeri Investasi BEI Universitas Kuningan dibuka pada 2016 dan dikelola oleh Universitas Kuningan dengan melibatkan Dosen dan Mahasiswa. Galeri Investasi tersebut merupakan kepanjangan dari BEI agar lebih dekat dengan masyarakat, dan mudah untuk mensosialisasikan pasar modal. Dalam hal ini ditempatkan di kampus agar lebih efektif lagi, karena mahasiswa adalah bagian masyarakat yang lebih mudah untuk mempelajari dan memahami aktivitas investasi di pasar modal. Mahasiswa setelah lulus dan berkarir berpotensi untuk menjadi investor.

Mahasiswa merupakan target potensial bagi sektor keuangan dimasa depan. Sebagian besar mahasiswa menempuh pendidikan di kampus yang berbeda dengan lingkungan asal mereka, mahasiswa dituntut untuk dapat mandiri mengelola keuangan tanpa pengawasan orang tua. Setiap keputusan dalam pengelolaan keuangan menentukan keberlangsungan hidup mahasiswa pada saat menempuh perkuliahan.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti terjadi penurunan mahasiswa yang berinvestasi di galeri investasi mahasiswa universitas kuningan, yang dimana pada awal tahun dibukanya GIBEI ini ada sebanyak 572, Lalu pada tahun 2017-2019 perubahan jumlah mahasiswa yang berinvestasi secara tidak stabil dan naik turun pada setiap tahunnya. Lalu jika dibandingkan dengan tahun 2020 terjadi penurunan secara signifikan yang dimana hanya ada 50 mahasiswa yang berinvestasi di GIBEI, bahkan pada tahun 2021, 2022, dan 2023 belum ada data pasti terkait jumlah mahasiswa yang berinvestasi. Dalam data ini dapat kita simpulkan jika setiap tahunnya mahasiswa yang berinvestasi di galeri investasi terus menurun bahkan tidak ditemukan data terbaru sampai saat ini. Jika dibandingkan dengan jumlah mahasiswa setiap tahunnya data diatas menunjukkan hanya sebagian kecil dari mahasiswa yang memiliki minat berinvestasi. Seharusnya sebagai mahasiswa mengimplementasikan teori yang didapat untuk perencanaan keuangan masa yang akan datang yaitu salah satu nya dengan berinvestasi. Investasi merupakan salah satu alat untuk perencanaan keuangan dimasa depan, dengan kita berinvestasi sejak dini kita akan memiliki pengetahuan dan juga pengalaman dalam investasi yang lebih besar di pasar modal.

Menurut Khairi (2017) menjelaskan terdapat faktor yang menyebabkan sedikit banyaknya jumlah investor di lingkup mahasiswa yaitu Faktor pertama kurangnya pengetahuan dan wawasan mahasiswa terkait dengan Lembaga keuangan yang belum bisa optimal. Faktor kedua yaitu masih adanya pembelajaran, edukasi, dan sosialisasi mengenai investasi yang belum berjalan secara optimal, terkadang hanya sebuah formalitas yang tidak berkesinambungan.

Faktor tersebut dapat dibuktikan dengan masih rendahnya minat mahasiswa

dalam berinvestasi. Dan faktor yang lainnya yaitu faktor persepsi terhadap risiko dalam berinvestasi, yang mana mahasiswa takut akan risiko yang dihadapi, karena tingkat keuntungan yang belum pasti dan modal yang dibutuhkan di dalam berinvestasi masih jauh dari harapan.

Berdasarkan latar belakang yang di paparkan, bahwasanya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa Universitas untuk mengetahui : **“Pengaruh Sikap Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi di Galeri Investasi Universitas Kuningan”** (Studi Pada Mahasiswa Universitas Kuningan).

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut (1) Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi di Galeri Investasi Universitas Kuningan Pada Mahasiswa Universitas Kuningan (2) Untuk mengetahui pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Minat Investasi di Galeri Investasi Universitas Kuningan Pada Mahasiswa Universitas Kuningan (3) Untuk mengetahui pengaruh Sikap Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi di Galeri Investasi Universitas Kuningan Pada Mahasiswa Universitas Kuningan.

Penelitian ini dilakukan dengan alasan karena, peneliti masih belum menemukan penelitian terkait dengan sikap keuangan dan literasi keuangan mahasiswa Universitas Kuningan dalam melakukan investasi. Alasan lain kenapa penelitian ini menarik untuk diteliti karena Universitas Kuningan sudah memiliki galeri investasi yang merupakan fasilitas yang disediakan oleh kampus dengan harapan dapat menarik emiten baru dan menambah jumlah investor dari kalangan mahasiswa lingkungan perguruan tinggi.

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikankontribusi dan manfaat bagi mahasiswa dan anggota Galeri Investasi Universitas Kuningan dalam mengambil tindakan dan meningkatkan minat mahasiswa untuk berinvestasi.

Landasan Teori

a. Sikap Keuangan

Menurut Pankow (2018) dalam Ramadhan sikap keuangan (Financial attitude) adalah aplikasi dari prinsip-prinsip keuangan untuk menciptakan danmempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan yang tepat dan pengelolaan sumber daya. Sikap keuangan merupakan pikiran, pendapat, serta penilaian terhadap keuangan. Sedangkan, menurut Shokey (2002) Financial attitude adalah sebuah kombinasi dari konsep informasi dan emosi tentang proses pembelajaran dan hasil kecenderungan untuk bertindak positif (Yuningsih et al., 2017).

Menurut Jodi & Phyllis (1998) dalam Rajna et al., (2011) Sikap keuangan adalah kecenderungan psikologis yang diekspresikan ketika mengevaluasi praktik manajemen keuangan yang direkomendasikan dengan beberapa tingkatan kesepakatan dari ketidaksepakatan. Menurut Furham (1984) dalam Amanah (2016), sikap keungan membentuk cara orang menghabiskan, menyimpan, menimbun, dan melakukan, pemborosan uang.

Berdasarkan pengertian dan pendapat para ahli, dapat disimpulkan jika sikap

keuangan merupakan prinsip atau psikologis kita terhadap bagaimana cara kita untuk mengambil sebuah keputusan keuangan.

b. Literasi Keuangan

Menurut OJK (2016) Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. The President Advisory on Financial Literacy (2008) dalam Angela A. Hung ddk. (2009) mendefinisikan literasi keuangan adalah kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk kesejahteraan finansial seumur hidup. Dalam Dwi astanti (2015) Literasi keuangan adalah “kebutuhan dasar bagi setiap orang untuk menghindari masalah keuangan”.

Berdasarkan pengertian dan pendapat para ahli, dapat disimpulkan jika Literasi keuangan merupakan kemampuan dan terampilannya kita untuk menggunakan uang dengan baik.

c. Minat Investasi

Minat investasi merupakan keinginan untuk mencari tahu tentang jenis investasi yang di mulai dari keuntungan, risiko, kinerja investasi, dan lain sebagainya (Pajar, 2017). Menurut Situmorang (2014) Minat investasi merupakan suatu keinginan untuk menempatkan sebagian dananya pada pasar modal dengan maksud mendapatkan keuntungan dimasa depan.

Berdasarkan pengertian dan pendapat para ahli, dapat disimpulkan jika minat investasi saham merupakan suatu proses dimana seseorang akan menentukan pilihan yang terbaik untuk kehidupannya. Baik dan buruknya pilihan seseorang tergantung pada kemampuan seseorang dalam hal intelektual atau informasi yang pernah didapat. Minat investasi saham yang pada akhirnya pembuatan keputusan investasi saham didasari sikap yang bersumber dari pengetahuan literasi keuangan yang dimilikinya yang akan membawa kesejahteraan di masa depan.

2. METODE PENELITIAN

a. Metode dan Jenis Penelitian

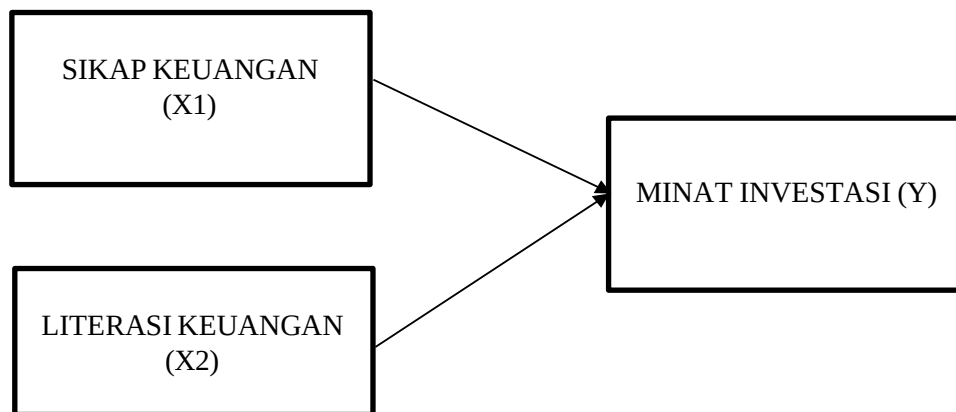
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif Menurut Nazir (2009) adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu set pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Sedangkan Metode verifikatif yaitu metode yang bertujuan untuk menguji secara matematis dugaan mengenai adanya hubungan antar variabel dari masalah yang sedang diselidiki didalam hipotesis. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Kuncoro (2013). Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka), yang dapat dibedakan menjadi data interval dan data rasio. Data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yakni data yang diolah berupa angka yang

didapat dari skala kuisioner yang peneliti sebarakan pada responden yang selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS 23. Kuisioner yang peneliti bagikan pada respondenialah kuisioner dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan.

Model dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :

b. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi yaitu mahasiswa Universitas Kuningan angkatan 2019-2020 sebanyak 2184 orang.

Sampell adalah jumlah dan karaktelristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2016). sampell yang digunakan dalam pelnellitian ini adalah kelselluruhan dari populasi (sampell jelnuh) yaitu mahasiwa Universitas Kuningan angkatan 2019-2020 sebanyak 100 responden.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pelngumpulan data merupakan cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penellitian. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada mahasiswa Unversitas Kuningan. Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalahjenis kuesioner atau angket langsung yang tertutup karena responden hanya tinggal membelrikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap paling benar. Kuesioner yang akan disebar menggunakan kriteria jawaban 1 sampai 10, delnganangka 1 yang menunjukkan sangat tidak setuju, dan 10 menunjukkan jawaban sangat seltuju.

Tabel 1. Skor Skala Interval

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Responden dapat memberikan jawaban disesuaikan dengan persepsi terhadap fenomena yang dinilai. Adapun uraian dari skala interval yaitu : Sama sekali tidak setuju(1), Sangat tidak setuju(2), Tidak setuju(3), Agak tidak setuju(4), Netral(5), Netral(6), Agak setuju(7), Setuju(8), Sangat Setuju(9), Sangatsetuju sekali(10) (Amirin, 2010).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono 2012:121).

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan yang terdapat pada instrumen penelitian dinyatakan valid sehingga dapat digunakan untuk ke pengolahan selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for Social Science*) diperoleh nilai reliabilitas atau nilai *Cronbach's Alpha* untuk angket yang akan digunakan dalam penelitian dikatakan reliabel karena diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 untuk setiap pernyataan angket dari masing-masing variabel yang akan diteliti.

c. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Tabel 2 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Sikap Keuangan	Literasi Keuangan	Minat Investasi
N	100	100	100
Normal Parameters ^{a,b} Mean	44.33	56.88	44.44

	Std. Deviation	7.979	7.492	6.165
Most Extreme Differences	Absolute	.083	.082	.082
	Positive	.053	.059	.042
	Negative	-.083	-.082	-.082
Test Statistic		.083	.082	.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 ^c	.092 ^c	.098 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*^a menunjukkan Sikap keuangan (Variabel X₁) diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,087 dan Literasi keuangan (Variabel X₂) diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,092 serta Minat investasi (Variabel Y) diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,098. Nilai probabilitas atau nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang didapat dari Sikap keuangan (Variabel X₁), Literasi keuangan (Variabel X₂) dan Minat investasi (Variabel Y) lebih besar daripada 0,05 atau nilai $p > 0,05$. Maka ketiga variabel yang akan diteliti memiliki distribusi data yang **normal**.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolinearitas maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhitung (Ghozali, 2006:91).

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
SIKAP KEUANGAN	.781	1.281
LITERASI KEUANGAN	.781	1.281

a. Dependent Variable: MINATINVESTASI

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai VIF untuk Sikap keuangan (Variabel X₁) dan Literasi Keuangan (Variabel X₂) masing-masing sebesar 1,281. Nilai VIF kedua variabel independen (variabel bebas) tersebut kurang dari 10 ($VIF < 10$). Nilai *tolerance* Sikap keuangan (Variabel X₁) dan Literasi Keuangan (Variabel X₂) masing-masing sebesar 0,781 (78,6%)¹ Nilai *tolerance* kedua variabel independen (variabel bebas) tersebut berada di atas 10%, sehingga dapat dikatakan dalam model regresi **tidak terjadi multikolinearitas**.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Hasil analisis uji koefisien determinasi pada tabel 4.16 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4
Hasil analisis koefisien determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R square	Std. Error of the Estimate
1	.814 a	.663	.656	3.614

b. Predictors: (Constant), LITERASIKEUANGAN, SIKAPKEUANGAN

c. Dependent Variable: MINATINVESTASI

Sumber : Data diolah, SPSS 23 (2023)

Berdasarkan tabel di atas pengaruh besama-sama sikap keuangan (X1) dan literasi keuangan (X2) terhadap minat investasi (Y) adalah $R\ Square = 0,663$. Artinya pengaruh variabel sikap keuangan (X1) dan literasi keuangan (X2) terhadap minat investasi (Y) sebesar 66,3%. Sedangkan sisanya sebesar 33,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel (X) yang terdiri dari Sikap Keuangan (X1), Literasi Keuangan (X2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Minat Investasi. Nilai koefisien regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.717	2.900		3.006	.003
SIKAPKEUANGAN	.483	.052	.625	9.376	.000
LITERASIKEUANGAN	.252	.055	.306	4.584	.000

a. Dependent Variable: MINATINVESTASI

Sumber : data diolah SPSS v.23.0 (2019)

Berdasarkan tabel 5 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 8,717 + 0,483 X_1 + 0.252 X_2$$

Dari persamaan regresi linear tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 8.717 menunjukkan bahwa apabila Sikap keuangan (X1), Literasi Keuangan (X2) dianggap konstan, maka Minat Investasi akan bernilai 8,717
2. Nilai koefisien regresi Sikap Keuangan (X1) sebesar 0, 483 menunjukkan bila

Sikap Keuangan (X1) dinaikkan satu satuan Minat Investasi (Y) akan naik sebesar 8,717

3. Nilai koefisien regresi Literasi keuangan (X2) sebesar 0. 252 menunjukkan Literasi keuangan (X2) dinaikkan satu satuan maka Minat Investasi (Y) akan naik sebesar 8,717

e. Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji apakah variabel sikap keuangan dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi digunakan uji F. Adapun langkah-langkah analisisnya dapat dilakukan sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2495.739	2	1247.869	95.543	.000 ^b
	Residual	1266.901	97	13.061		
	Total	3762.640	99			

a. Dependent Variable: MINATINVESTASI

b. Predictors: (Constant), LITERASIKEUANGAN, SIKAPKEUANGAN

Sumber : Data diolah, SPSS 23 (2023)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah variabel independen yang terdiri dari Sikap Keuangan dan Literasi Keuangan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu minat investasi.

Berdasarkan Tabel 6 terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F hitung sebesar 95.543. Maka nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $95.543 > F \text{ tabel } (3,09)$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis “sikap keuangan dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi” **diterima**.

Uji Parsial (Uji T)

Untuk menguji hipotesis secara parial dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 7
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleran	VIF

						c e	
1	(Constant)	8.717	2.900		3.006	.003	
	SIKAPKEUANG AN	.483	.052	.625	9.376	.000	1.281
	LITERASIKEUANG AN	.252	.055	.306	4.584	.000	1.281

a. Dependent Variable: MINATINVESTASI

Sumber : Data diolah, SPSS 23 (2019)

Dari hasil perhitungan analisis dengan menggunakan SPSS 23 dapat diketahui bahwa Beta untuk variabel sikap keuangan yaitu sebesar 0,625 maka dapat diketahui pengaruh individual sikap keuangan terhadap minat investasi : $0,625 \times 100 = 39,0625\%$, dan Beta literasi keuangan yaitu sebesar 0,306 maka dapat diketahui pengaruh individual literasi keuangan terhadap minat investasi : $0,306 \times 100 = 30,636\%$.

Berdasarkan hasil tabel 4.6 diatas dapat diketahui hasil uji t sebagaiberikut :

Hipotesis 1

Hasil pengujian hipotesis dihasilkan variabel sikap keuangan (X1) diperoleh t hitung sebesar 9,376 dan nilai signifikasi sebesar 0.000. nilai t tabel untuk sampel sebanyak 100 responden sebesar 1,984. Nilai signifikasi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $9,376 > t \text{ tabel } 1.984$, artinya hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya hipotesis : “ terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap keuangan terhadap minat investasi **diterima.**”

Hipotesis 2

Hasil pengujian hipotesis dihasilkan variabel literasi keuangan (X2) diperoleh t hitung sebesar 4,584 dan nilai signifikasi sebesar 0.000. nilai t tabel untuk sampel sebanyak 100 responden sebesar 1,984. Nilai

signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $4,584 > t$ tabel 1.984 , artinya hipotesis : “terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap minat investasi.” **diterima.**“

PEMBAHASAN

Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Minat Investasi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel sikap keuangan (X_1) diperoleh t hitung sebesar $9,376$ dan nilai signifikansi sebesar 0.000 . nilai t tabel untuk sampel sebanyak 100 responden sebesar $1,984$. Nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $9,376 > t$ tabel 1.984 , artinya hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya hipotesis : “ terdapat pengaruh positif antara sikap keuangan terhadap minat investasi di galeri investasi ” **diterima.**

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Humair (2018) yang menunjukkan sikap keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi. Didukung pula oleh penelitian Tri Pangestika dan Ellen Rusliati pada tahun (2019) menyatakan bahwa literasi keuangan dan sikap keuangan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi mahasiswa. **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dihasilkan variabel harga (X_2) diperoleh t hitung sebesar $4,584$ dan nilai signifikansi sebesar 0.000 . nilai t tabel untuk sampel sebanyak 100 responden sebesar $1,984$. Nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $4,584 > t$ tabel 1.984 , artinya hipotesis : “ terdapat pengaruh positif antara literasi keuangan terhadap minat investasi di galeri investasi ” **diterima.**

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darmawan, Kurnia, dan Rejeki, (2019) yang menyatakan bahwa secara statistik literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Didukung pula oleh Faidah (2019) yang menyatakan bahwa pengaruh variabel literasi keuangan terhadap minat investasi adalah positif signifikan.

Pengaruh Sikap Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi.

Berdasarkan terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000$ dan nilai F hitung sebesar $95,543$. Maka nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $95,543 > F$ tabel $(3,09)$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis “Sikap keuangan dan, literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi di galeri investasi” **diterima.**

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parulian dan Muhammad Aminuddin (2020) yang menyatakan bahwa secara statistik literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Didukung pula oleh Velinta (2016) yang menyatakan bahwa yang menunjukkan sikap keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara sikap keuangan dan literasi keuangan terhadap minat investasi di Galeri Investasi Universitas Kuningan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap keuangan terhadap minat investasi di Galeri Investasi Universitas Kuningan. Artinya semakin positif sikap keuangan, maka semakin meningkat minat investasi di Galeri Investasi Universitas Kuningan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap minat investasi di Galeri Investasi Universitas Kuningan. Artinya semakin positif literasi keuangan, maka semakin meningkat minat investasi di Galeri Investasi Universitas Kuningan.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Perlu ada edukasi untuk memulai menabung dan menyisihkan uang untuk memulai investasi. Selain itu dengan menabung mahasiswa dapat membuat perencanaan keuangan yang stabil.
2. Perlu ada pengetahuan keuangan karena sangat penting untuk kesejahteraan seseorang atau keluarga, baik untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang. Hal ini harus dapat diatasi salah satu caranya yaitu mencari informasi yang sesuai dan tepat agar mendapatkan hasil yang maksimal sehingga target-target yang telah ditentukan dapat tercapai
3. Perlu ada penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang berbeda selain sikap keuangan dan literasi keuangan sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto.2002. Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Ghozali, Imam.2016. Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang : BP UNDIP
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo.2006. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta : BPFE
- Sugiyono.2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono.2014. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta
- Suliyanto.2011. Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta : Andi

- Umar, Husein.2007. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta : Rajawali
- Agus Wahyudi Salasa Gama, I Komang Yudi Ferdiawan dan Ni Putu Yeni Astiti.2022. Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar Angkatan 2018-2020. ISSN: 2774-3020 Vol.3, No.4 April 2022
- Afrizawati, Judika Larisma dan Sari Lestari Zainal Ridho.2021. Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya di Pasar Modal. ISSN: 2746-4210 Vol.1, No.3 Februari 2021
- Ari Wibowo dan Purwokandoko.2019. Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa). Vol.7,No.1, Tahun 2019
- Aminatuzzahra.2014. Persepsi Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Sosial Demografi Terhadap Perilaku Keuangan Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Individu (Studi Kasus Pada Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Diponegoro). Vol.23,No.2, Desember 2014
- Fernando Oliveira Tavares, Luis Gomes Almeida dan Maria Nascimento Cunha.2019. Financial Literacy: Study Of a University Students Sample. ISSN: 1306-3065 Vol.14,No.9 September 2019
- Hikmah dan Triana Ananda Rustam.2020. Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan dan Persepsi Resiko Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Pada Pasar Modal. ISSN: 2338-4328 Vol.8, No.2 Desember 2020
- I Wayan Nuka Lantara dan Ni ketut Rai Kartini.2015. Financial Literacy Among University Student: Empirical Evidence From Indonesia. Vol.30,No.3, Tahun 2015
- Lailah Fujianti, Meriam Febrianti dan Yuana Rizky Octaviani Mandagie.2020. Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Pancasila). ISSN: 2775-1252 Vol.1,No.1,November 2020
- Muhammad Aminnudin dan Parulian.2020. Pengaruh Literasi Keuangan dan Modal Minimal Terhadap Minat investasi Pada Mahasiswa. ISSN: 1411- 710 Vol.22, No.2 Agustus 2020
- Muhammad Rois, Slamet Prihati dan Theresia Tyas Listyani.2019. Analisis Pengaruh Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal (Studi Pada PT.Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). ISSN: 2622- 6529 Vol.2,No.1,Mei 2019
- Syaeful Bakhri.2018. Minat Mahasiswa Dalam Investasi di Pasar Modal. Vol.10,No.1, Maret 2018
- Harahap, Samsul Bahry, Yuserizal Bustami, and Syukrawati Syukrawati. 2021. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Saham Syariah."

- Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance* 2(2):75–82. doi: 10.32939/fdh.v2i2.955.
- Juanita. 2017. “Pengaruh Modal Minimal Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa FE UNNES Angkatan 2015).” *Artikel Ilmiah* 1–39.
- Amelia, Amelia. 2022. “Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Pelaku UMKM Kelurahan Gedong, Jakarta Timur.” *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 12(1):129. doi: 10.30588/jmp.v12i1.890.
- Hasanudin, Hasanudin, Andini Nurwulandari, and Iqbal Caesariawan. 2022. “Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Dan Sikap Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Perilaku Keuangan.” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5(2):581–97. doi: 10.32670/fairvalue.v5i2.2318.
- Humaira, Iklima, and Endra Murti Sagoro. 2018. “Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul.” *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 7(1). doi: 10.21831/nominal.v7i1.19363.
- Rindivenessia, Agitya & M. Ali Fikri. 2021. “Peran Self-Efficacy Dan Sikap Keuangan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan.” *Deviratif: Jurnal Manajemen* 15(1):125–41.
- Ristati, R., Z. Zulham, and S. Sutriani. 2022. “Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada UMKM Kopi Di Provinsi Aceh.” *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 19(3):576–89.

FAKTOR PENENTU *TAX AVOIDANCE* PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN

Marhamah¹, Zahrus Shobah²

STIE SEMARANG

Jl. Menoreh Utara Raya No. 11 Sampangan Gajah Mungkur Semarang

marhamah@stiesemarang.ac.id, zahrusshobah431@gmail.com

Abstrak

Tax Avoidance adalah upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara sah dan aman bagi wajib pajak tanpa bertentangan dengan ketentuan perpajakan yang berlaku, dimana cara dan teknik yang digunakan cenderung memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan perpajakan itu sendiri untuk mengurangi jumlah pajak yang terutang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*). Perusahaan yang menjadi populasi dan sampel adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan *sales growth* berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*. Variabel *leverage* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*.

Kata Kunci : *Sales growth, Leverage, Ukuran Perusahaan, tax avoidance.*

Abstract

Tax Avoidance is an effort to avoid taxes that is carried out legally and safely for taxpayers without conflicting with applicable tax provisions, where the methods and techniques used tend to take advantage of the weaknesses contained in the regulations in the tax regulations themselves to reduce the amount of tax owed. This research aims to examine the effect of sales growth, leverage and company size on tax avoidance. The companies in the population and sample are mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020-2022. The analytical method used is multiple linear regression. The research results show that sales growth has a significant effect on tax avoidance. The variables leverage and company size do not have a significant effect on tax avoidance.

Keywords : *Sales Growth, Leverage, Firm Size, Tax Avoidance*

1. PENDAHULUAN

Salah satu komponen penting bagi pembangunan suatu negara adalah pajak. Pajak dibayarkan oleh rakyat kepada negara berdasarkan undang-undang dan peraturan perpajakan yang berlaku. Meskipun pajak merupakan komponen yang penting bagi negara namun masih banyak wajib pajak yang tidak taat terhadap pembayaran pajak sehingga masih banyak pelanggaran dan penyelewengan terhadap pajak khususnya di Indonesia (Yustrianthe & Fatniasih, 2021). Hal ini dikarenakan pungutan pajak yang bersifat memaksa bagi wajib pajak sehingga mengharuskan wajib pajak untuk membayarkan pajak terutanganya kepada negara. Pelaksanaan pemungutan pajak oleh pemerintah tidaklah selalu mendapat sambutan baik dari perusahaan. Perusahaan berusaha untuk membayar pajak serendah mungkin karena pajak akan mengurangi pendapatan atau laba bersih, sedangkan bagi pemerintah menginginkan pajak setinggi mungkin guna membiayai penyelenggaraan pemerintah.

Tax avoidance adalah upaya mengurangi beban pajak yang tidak melanggar undang-undang dengan cara yang legal karena adanya celah dalam undang-undang atau peraturan perpajakan. Aktivitas *tax avoidance* yang dilakukan oleh manajemen hanya untuk meminimalisasi bukan untuk menggelapkan kewajiban pajak perusahaan. Kegiatan ini sebenarnya beresiko bagi perusahaan karena dapat membuat citra perusahaan yang buruk dimata publik (Fiandri dan Muid, 2017). Meskipun penghindaran pajak bersifat legal, dari pihak pemerintah tetap tidak menginginkan adanya penghindaran pajak (*tax avoidance*) (Yustrianthe & Fatniasih, 2021).

Banyak faktor yang mampu mempengaruhi *tax avoidance* wajib pajak badan diantaranya adalah pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *Leverage*, dan Ukuran perusahaan. faktor pertama yakni Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan meningkatnya penjualan dari satu periode ke periode berikutnya. Penjualan menjadi komponen penting dalam perusahaan, karena perusahaan dapat memprediksi seberapa besar profit yang akan diperoleh perusahaan dengan besarnya pertumbuhan penjualan. Peningkatan penjualan dari suatu periode ke periode berikutnya disebut dengan pertumbuhan (Dewinta, 2016). Penelitian Pratiwi, *et al* (2021) menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*. Sedangkan Astuti, *et al* (2020), Susilowati, *et al* (2020), Yustrianthe & Fatniasih (2021) menunjukkan *sales growth* tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Faktro yang kedua adalah *Leverage*, dimana *leverage* merupakan suatu perbandingan yang mencerminkan besarnya utang yang digunakan untuk pembiayaan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasinya (Praditasari, 2017). Penelitian Pratiwi, *et al* (2021), Aulia & Mahpudin (2020) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *tax avoidance*, Sedangkan penelitian Yustrianthe & Fatniasih (2021), Susilowati, *et al* (2020), Arinandini & Ramantha (2018), Handayani (2018) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Faktor ketiga yang mempengaruhi *tax avoidance* adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai *equity*, nilai penjualan, jumlah karyawan dan

nilai total aset, dan lainnya (Rahmadani, *et al* 2020). Ukuran perusahaan menunjukkan stabilitas dan kemampuan perusahaan dalam melakukan aktivitas ekonominya. Penelitian Handayani (2018), Aulia & Mahpudin (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *tax avoidance*, sedangkan Susilowati, *et al* (2020), Rahmawati & Nani (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Dilansir dari CNN Indonesia (Senin, 7 Maret 2022), Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) menguat 59,92 poin atau 0,87 persen ke level 6.928 pada perdagangan akhir pekan lalu. Investor asing mencatat beli bersih atau *net buy* di seluruh pasar sebesar Rp2,39 triliun. Dalam sepekan terakhir, indeks saham menguat sebanyak dua kali dan melemah satu kali. Sementara, performa indeks menguat sebesar 0,12 persen. Kemudian, rata-rata volume transaksi harian bursa meningkat 14,10 persen menjadi 28,51 miliar saham dari 24,99 miliar saham. Kapitalisasi pasar bursa juga meningkat sebanyak 0,56 persen menjadi Rp8,73 triliun dari Rp8,68 triliun. Pengamat Pasar Modal Riska Afriani memprediksi selama sepekan ke depan, IHSG bergerak di rentang support 6.780 dan resistance 7.000. Pergerakan indeks saham masih dibayangi lonjakan kasus covid-19 di dalam negeri.

Sejumlah saham yang di rekomendasikan untuk dikoleksi, seperti PT Aneka Tambang Tbk atau ANTM yang pada minggu lalu ditutup menguat 6,99 persen ke posisi 2.450. Kemudian, Riska juga merekomendasikan saham pertambangan lainnya, yakni PT Adaro Energy Indonesia Tbk atau ADRO yang menguat 16,48 persen ke posisi 3.040 pada pekan lalu. Selanjutnya ada PT Bukit Asam Tbk atau PTBA yang menguat 8,92 persen ke posisi 3.540 pada pekan lalu. PT Indo Tambangraya Megah Tbk atau ITMG yang menguat 3,91 persen ke posisi 29.225 pada pekan lalu.

Fenomena penghindaran pajak yang dilakukan oleh PT. Adaro Energy Tbk terjadi di tahun 2019, perusahaan ini diduga melakukan praktik penghindaran pajak (*tax avoidance*). PT. Adaro Energy Tbk, diduga melakukan praktik penghindaran pajak dengan melakukan *transfer pricing* yaitu dengan memindahkan keuntungan dalam jumlah besar dari Indonesia ke perusahaan di negara yang dapat membebaskan pajak atau memiliki tarif pajak yang rendah, hal tersebut sudah dilakukan sejak tahun 2009 hingga 2017. PT. Adaro Energy Tbk, diduga telah melakukan praktik tersebut, melalui salah satu anak perusahaannya di Singapura, *Coaltrade Services International* yang telah mengatur sedemikian rupa sehingga perusahaan dapat membayar pajak sebesar Rp 1,75 triliun atau sebesar US\$ 125 juta lebih rendah dibandingkan jumlah yang seharusnya dibayarkan di Indonesia.

Berlandaskan latar belakang yang diuraikan dan *research gap* di atas, maka penelitian ini berjudul “Faktor penentu *Tax Avoidance* pada Perusahaan Sektor Pertambangan”.

2. METODE

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah *tax avoidance*, *sales growth*, *leverage*, dan ukuran perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia (BEI) periode 2020 – 2022, sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan yang diperoleh dari perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020 - 2022. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan alat analisisnya menggunakan SPSS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Statistik Deskriptif

Tabel 1 Statistik Deskriptif Data Penelitian

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Error	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
Sales Growth	108	1,00	17,17	16,9895	,14947	1,55334
Leverage	108	,31	4,42	1,2214	,06853	,71215
Ukuran Perusahaan	108	3,61	5,29	4,6006	,03956	,41109
Tax Avoidance	108	,00	1,14	,4730	,02779	,28880
Valid N (listwise)	108					

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

3.2. Goodness Fit Model

Tabel 2 Goodness Fit Model ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.231	3	.077	3.055	.035 ^b
Residual	1.485	59	.025		
Total	1.715	62			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas, nilai F-hitung sebesar 3,055 dengan tingkat signifikansi 0,035. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini fit atau layak.

3.3. Uji Hipotesis

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.284	.117		2.436	.018		
X1	-.297	.100	-.362	-2.982	.004	.995	1.005
X2	-.020	.027	-.090	-.731	.468	.963	1.038
X3	.001	.006	.031	.248	.805	.967	1.034

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data sekunder yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai t-hitung *sales growth* (X₁) adalah sebesar -2,982, dan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *sales growth* (X₁) berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.
2. Nilai t-hitung *leverage* (X₂) adalah sebesar -0,731 dan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,468. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* (X₂) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.
3. Nilai t-hitung Ukuran Perusahaan (X₃) adalah sebesar 0,248 dan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,805. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan (X₃) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

3.4. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4 Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.367 ^a	.134	.090	.15864	1.773

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : data sekunder yang diolah, 2023

Dari tabel 4, angka koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,090. Hal ini berarti bahwa variabel *Sales Growth*, *Leverage*, dan Ukuran

Perusahaan mempunyai peranan 9% secara bersama-sama untuk dapat menjelaskan atau menerangkan variabel *Tax Avoidance*. Sedangkan sisanya sebesar 91% dijelaskan oleh variabel lain yang mempengaruhi *Tax Avoidance*.

3.5. Pembahasan

1. Variabel *Sales Growth* dihitung berdasarkan penjualan pada tahun yang diteliti dengan penjualan tahun sebelumnya untuk dijadikan perbandingan kondisi penjualan dari tahun ke tahun. *Sales growth* adalah indikator perkembangan suatu perusahaan. *Sales growth* positif menandakan bahwa strategi dan peraturan yang digunakan cukup berhasil, sedangkan *sales growth* negatif berarti petunjuk bagi suatu perusahaan untuk melakukan evaluasi baik itu dari faktor internal dan faktor eksternal. Perusahaan dapat terus berkembang dan bersaing dengan meningkatkan aset dan menambahkan produk yang ada dan untuk meningkatkan penjualannya perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan karyawan. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan sektor pertambangan yang mengalami pertumbuhan penjualan baik positif maupun negatif cenderung mengurangi aktivitas *Tax Avoidance*.
2. Variabel ukuran *leverage* dihitung berdasarkan total hutang untuk melihat kondisi hutang pada perusahaan tersebut. Penggunaan *leverage* dapat menimbulkan beban dan risiko bagi perusahaan, apalagi jika keadaan perusahaan sedang memburuk. Di samping perusahaan harus membayar beban bunga yang semakin membesar, kemungkinan perusahaan mendapat penalti dari pihak ketiga pun bisa terjadi. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan sektor pertambangan yang memiliki *leverage* tinggi cenderung melakukan aktivitas *Tax Avoidance*.
3. Variabel Ukuran Perusahaan dihitung berdasarkan total aset untuk menggambarkan kondisi keuangan perusahaan tersebut. Perusahaan yang berukuran besar mempunyai keuntungan aktivitas dan lebih dikenal oleh publik dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Semakin besar perusahaan maka pembiayaan aktiva didanai dengan hutang akan semakin besar. Berdasarkan penelitian ini ternyata perusahaan sektor pertambangan yang besar (diukur dari total aset) lebih cenderung mengurangi aktivitas *Tax Avoidance*.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

1. Variabel *Sales Growth* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.
2. Variabel *Leverage* (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

3. Variabel Ukuran Perusahaan (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Tax Avoidance*.

b. Saran

1. Pihak manajemen perusahaan perlu memperhatikan tingkat *leverage* perusahaan yaitu dengan lebih mengoptimalkan penggunaan dana, sehingga beban yang ditanggung perusahaan tidak terlalu berat.
2. Ukuran perusahaan yang besar tercermin dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan diharapkan dapat digunakan secara efektif untuk kegiatan operasional perusahaan.
3. Bagi investor dan calon investor, agar lebih cermat melihat kondisi pasar dan lebih menelaah tentang laporan keuangan yang disampaikan oleh perusahaan sebelum melakukan investasi terutama terkait dengan jumlah hutang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianandini, P. W., & Ramantha, I. W. (2018). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan kepemilikan institusional pada tax avoidance. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(3), 2088-2116.. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v22.i03.p17>
- Astuti, D. F., Dewi, R. R., & Fajri, R. N. (2020). Pengaruh Corporate Governance dan Sales Growth terhadap Tax Avoidance di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2014-2018. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1), 210-215.
- Aulia, I., & Mahpudin, E. (2020). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap tax avoidance. *Akuntabel*, 17(2), 289-300.
- Dewinta, I. A. R., & Setiawan, P. E. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap tax avoidance. *E-jurnal Akuntansi*, 14(3), 1584-1615.
- Fiandri, K. A., & Muid, D. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan terhadap Tax Avoidance dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Mediasi Padaperusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesiatahun 2011–2014. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(2), 31-43.
- Handayani, R. (2018). Pengaruh Return on Assets (ROA), Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Perbankan yang Listing di BEI Periode Tahun 2012-2015. *Jurnal akuntansi*, 10(1).

- Praditasari, A., & Setiawan, P. E. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Pada Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi*, 19(2), 1229-1258.
- Pratiwi, N. P. D., Mahaputra, I. N. K. A., & Sudiartana, I. M. (2021). Pengaruh Financial Distress, Leverage Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2018. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(5), 1609-1617.
- Rahmadani, F. N. U., Muda, I., & Abubakar, E. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Manajemen Laba terhadap Penghindaran Pajak Dimoderasi oleh Political Connection. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 375-392.
- Rahmawati, D., & Nani, D. A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Tingkat Hutang Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 1-11.
- Susilowati, A., Dewi, R. R., & Wijayanti, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tax Avoidance. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(1), 131-136. : <http://dx.doi.org/10.33087/jiubj.v20i1.808>
- Yustrianthe, Rahmawati Hanny dan Ida Yeni Fatniasih. 2021. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance. *JIMEA, Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* Vol. 5 No. 2.

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PEMAHAMAN INVESTASI DAN LITERASI INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA PADA PASAR MODAL

Raih Ingatan Zega¹, Sarbullah², Marhamah³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang

Semarang, Indonesia

e-mail: 1zegaraih@gmail.com, 2sarbullah@gmail.com,

3marhamahberliana@gmail.com

Abstrak

Kurangnya pemahaman investasi, takut akan sebuah risiko yang akan dihadapi, kurangnya Literasi investasi bagi mahasiswa, menjadi salah satu kendala terbesar mahasiswa dalam meningkatkan minat investasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko, pemahaman investasi dan literasi investasi terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa sekolah tinggi ilmu ekonomi semarang angkatan 2020-2022. Tekni sampling yang digunakan adalah slovin dengan sampel 80 mahasiswa. Analisa data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini diperoleh, persepsi risiko dan pemahaman investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, sedangkan literasi investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal.

Kata kunci: Risiko, Pemahaman Investasi, Edukasi Investasi, Minat Investasi.

Abstract

Lack of investment understanding, fear of the risks they will face, lack of investment education for students, are one of the biggest obstacles for students in increasing their interest in investing. The aim of this research is to determine the influence of risk perception, investment understanding and investment education on students' investment interest in the capital market. The population in this study were students from Semarang College of Economics class 2020-2022. The sampling technique used was Slovin with a sample of 80 students. Data analysis was carried out using classic assumption tests and hypothesis testing using multiple linear regression. The results of this research showed that risk perception and investment understanding did not have a significant effect on investment interest, Meanwhile, investment literacy has a significant influence on students' investment interest in the capital market.

Keywords: Perception, Investment Understanding, Investment Education, Investment Interest

1. PENDAHULUAN

Saat ini terdapat dua paradigma yang berlaku di masyarakat mengenai investasi. Pertama, investasi dianggap sebagai sebuah keinginan dan kedua investasi dianggap sebagai sebuah kebutuhan. Ketika investasi dianggap sebagai sebuah keinginan, hal ini

berarti saat seseorang memiliki kelebihan uang, maka uang tersebut condong disimpan sebagai tabungan dari pada digunakan untuk investasi. Paradigma yang kedua menyatakan bahwa, investasi dianggap sebuah kebutuhan. Hal ini jika seseorang memiliki kelebihan uang, maka kelebihan tersebut akan condong untuk investasi dari pada ditabungkan. Salah satu cara Investasi kelebihan uang dapat dilakukan dengan menginvestasikannya pada pasar modal.

Pasar modal pun memiliki peranan penting dalam kegiatan perekonomian. Hampir seluruh negara yang menganut sistem pasar akan mengembangkan pasar modal dan menjadikan salah satu sumber kemajuan ekonomi mereka. Pasar modal dapat menjadi salah satu alternatif dalam perkembangan pembangunan di Indonesia. Secara faktual, pasar modal telah menjadi financial nerve centre (saraf finansial dunia) pada dunia ekonomi modern ini, bahkan perekonomian modern tidak akan mungkin eksis tanpa pasar modal (Nur Kaidah, 2018).

Penelitian terkait minat investasi sudah banyak dilakukan baik dengan objek yang berbeda maupun yang sama salah satunya yaitu persepsi risiko. Persepsi risiko adalah harapan subjektif seseorang dari kerugian yang terjadi dalam mengejar hasil yang diharapkan (Wulandari, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Moh. Halim, Rendy Mirwan Aspirandi, dan Yoga Wahyu Aji Pradana (2021) menyatakan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi dipasar modal. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Theresia Tyas Listyani, Muhammad Rois, dan Slamet Prihati (2019) menyatakan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi dipasar modal.

Faktor penentu lain terkait minat investasi juga dipengaruhi oleh pemahaman investasi. Pemahaman investasi adalah kemampuan yang diperoleh dari pendidikan formal maupun nonformal guna memperoleh kemampuan dalam memahami segala sesuatu yang berhubungan dengan investasi dipasar modal. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hikmah, Nur Diana dan Junaidi (2021) menyatakan bahwa pemahaman investasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi dipasar modal. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh M. Samsul Haidir (2019) menyatakan bahwa pemahaman tentang investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap mahasiswa dalam melakukan investasi dipasar modal syariah.

Literasi investasi juga menjadi salah satu penentuan dalam menentukan minat investasi mahasiswa dipasar modal. Literasi adalah proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan potensi diri dan mewujudkan proses pembelajaran yang lebih baik. Literasi ini bertujuan untuk mengembangkan kepribadian, kecerdasan dan mengendalikan diri serta memiliki ketrampilan (Khotimah, Warsini, & Yenni Nuraeni, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ulil Albab Al Umar dan Saifudin Zhuri (2019) menyatakan bahwa Literasi investasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi dipasar modal. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dasriyan Saputra (2018) menunjukkan literasi tidak mempunyai pengaruh terhadap minat investasi. Berdasarkan uraian diatas dan gap riset diatas, maka penulis memutuskan penelitian ini berjudul “ANALISIS PENGARUH PRESEPSI RISIKO, PEMAHAMAN INVESTASI, DAN LITERASI INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA PADA PASAR MODAL”.

Perumusan Masalah

1. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal.
2. Apakah pemahaman investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal.

3. Apakah literasi investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal

Tinjauan pustaka

Theory of Planned Behavior (TPB) ialah teori yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991), Teori ini adalah suatu pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dicetuskan pertama kali oleh Ajzen tahun 1980. Theory of Reasoned Action mempunyai kesimpulan bahwa niat untuk melakukan sesuatu disebabkan oleh 2 faktor, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku (Fishbein dan Ajzen, 1975). Ajzen (1988) kemudian menambahkan 1 faktor persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control), sehingga mengubah Theory of Reasoned Action menjadi Theory Planned Behavior, selanjutnya teori tersebut terus direvisi dan diperluas oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein.

Theory Planned Behavior menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan pokok penting yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan, meskipun demikian perlu dipertimbangkan sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsi orang tersebut. Bila ada sikap yang positif, dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi kemudahan karena tidak ada hambatan untuk berperilaku maka niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi (Ajzen, 1991).

Dari beberapa pemaparan teori di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Theory of Planned Behavior adalah teori yang menyatakan bahwa hubungan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi akan mempengaruhi niat perilaku individu untuk melakukan suatu tindakan seseorang atau individu. Teori perilaku terencana (Theory Planned Behavior) memiliki 3 variabel independent, Pertama adalah sikap terhadap perilaku dimana seseorang melakukan penilaian atas sesuatu yang menguntungkan dan tidak menguntungkan. Kedua adalah faktor sosial disebut norma subjektif, hal tersebut mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan. Ketiga adalah kontrol perilaku, yaitu persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan untuk melakukan perilaku tertentu yang mengacu pada keyakinan yang dimiliki seseorang dalam melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991).

2. METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa sekolah tinggi ilmu ekonomi Semarang angkatan 2020, 2021 dan 2022 reguler pagi yaitu sejumlah 386 mahasiswa. Dimana sampel diambil dari mahasiswa umum yang sudah dan belum mengerti pasar modal baik yang sudah memiliki akun ataupun belum. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu dalam menentukan besarnya sampel (sample size) dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dan Husain Umar sebagai berikut

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

N : jumlah populasi yang diketahui yaitu 386 mahasiswa sekolah tinggi ilmu ekonomi Semarang.

d : Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan yang masih ditolerir atau diinginkan, sebanyak 10%.

$$n = \frac{386}{386(10)^2 + 1} = 79,4238683127$$

Ditetapkan sampel sejumlah 80 Mahasiswa

Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan sampel 80 mahasiswa. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah persepsi risiko(X1), pemahaman investasi(X2), dan edukasi investasi(X3) dan satu variabel terikat yang digunakan yaitu minat investasi(Y). Pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan menggunakan skala likert untuk mengukur pelayanan.

Dalam menganalisa penelitian ini penulis menggunakan metode berfikir deduktif yaitu berangkat dari fakta-fakta yang umum dan peristiwa-peristiwa yang konkrit, kemudian dari fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa yang umum dan juga konkrit ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat khusus. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang maksimal maka dilakukan serangkaian pengujian meliputi : uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, normalitas, multikolinearitas, Heterokedastisitas, analisis regresi linear berganda, kelayakan model, Koefisien Regresi (uji t), Koefisiensi Determinasi (R²).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tabulasi data jawaban mengenai analisis pengaruh persepsi risiko, pemahaman investasi, dan literasi investasi terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal (studi kasus pada mahasiswa stie semarang) dapat disimpulkan bahwa responden sebagian besar menjawab setuju apabila investor atau calon investor mengetahui berinvestasi pada pasar modal memiliki resiko ketidakpastian pada saat berinvestasi, menjawab sangat setuju bahwa sebagai calon investor harus mengetahui jenis investasi dan kepemilikannya sebelum berinvestasi pada pasar modal serta apabila adanya pelatihan seperti seminar dan sosialisasi tentang investasi dapat memberikan pengetahuan serta dapat meningkatkan minat berinvestasi pada pasar modal.

Tabel 1. Uji regresi liner berganda

Model		Unstandardized Coefficients	Sig.
B		Std. Error	
Constant	3.145	2.173	0.152
Persepsi Resiko	0.135	0.126	0.287
Pemahaman Investasi	0.003	0.143	0.983
Edukasi Investasi	1.173	0.179	0.000

Berdasarkan hasil perhitungan dengan program IBM SPSS Statistics 22 diperoleh hasil persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,145 + 0,135 X_1 + 0,003 X_2 + 1,173 X_3$$

Data persamaan diatas dianalisis dengan keterangan sebagai berikut :

- Koefisien konstanta sebesar 3,145 menjelaskan Persepsi Risiko, Pemahaman Investasi dan Edukasi Investasi memiliki nilai konstan, maka Minat Investasi (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 3,145 satuan.
- Koefisien regresi sebesar 0,135 menjelaskan jika Persepsi Risiko mengalami peningkatan 1 satuan, maka Minat Investasi (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,135 satuan.
- Koefisien regresi sebesar 0,003 menjelaskan jika Pemahaman Investasi mengalami peningkatan 1 satuan, maka Minat Investasi (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,003 satuan.

- d. Koefisien regresi sebesar 1,173 menjelaskan jika Edukasi Investasi mengalami peningkatan 1 satuan, maka Minat Investasi (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1,173 satuan.

Tabel 2. Uji kelayakan model (uji F)

Model	f _{tabel}	f _{hitung}	Sig.
Regression	2,72	39.544	0.000

Nilai F-hitung sebesar 39,544 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut merupakan model yang fit.

Tabel 3. Koefisien Regresi (uji t)

Model	t _{tabel}	T _{hitung}	Sig.
(Constant)			
Persepsi_Risiko	1.991	1.073	.287
Pemahaman_Investasi	1.991	-.021	.983
Edukasi_Investasi	1.991	6.569	.000

Hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t-hitung Persepsi Risiko adalah $1.073 < t\text{-tabel}$ yaitu sebesar 1,991 dengan signifikansi sebesar $0,287 > 0,05$. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Perspsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa STIE Semarang . Hal ini berarti bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak.

Hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t-hitung Pemahaman Investasi adalah $-0,021 < t\text{-tabel}$ yaitu sebesar 1,991 dengan signifikansi sebesar $0,983 > 0,05$. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pemahaman Investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa STIE Semarang . Hal ini berarti bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak.

Hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t-hitung Edukasi Investasi adalah $6,569 > t\text{-tabel}$ yaitu sebesar 1,991 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Edukasi Investasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa STIE Semarang . Hal ini berarti bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Tabel 4. Koefisiensi Determinasi (R²)

Model	R Square	Adjusted RSquare
	0.610	0.594

Dari tabel di atas didapatkan nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar (0,594) yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 59,4 %. Jadi ($100\% - 59,4\% = 40,6\%$), sedangkan sisanya sebanyak 40,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diperhitungkan pada penelitian ini.

4. KESIMPULAN, KELEBIHAN, KEKURANGAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Hasil analisis pengaruh persepsi risiko, pemahaman investasi dan edukasi investasi terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal (studi kasus pada mahasiswa STIE Semarang) dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa
2. Pemahaman Investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa.
3. Edukasi Investasi berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa.

b. Kelebihan dan kekurangan

Kelebihan:

- Metode penelitian dapat di implementasikan di tempat lain
- Mudah dipahami dan di telaah.

Kekurangan:

- Penelitian terbatas hanya pada mahasiswa reguler

c. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang didapat maka saran yang bisa disampaikan dalam penelitian ini:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, direkomendasikan kepada STIE Semarang agar memberikan program kuliah, sosialisasi dan seminar terkait penjelasan tentang pentingnya pemahaman investasi dan risiko investasi.
2. Untuk meningkatkan minat investasi mahasiswa ditinjau dari literasi investasi, maka saran yang diberikan kepada STIE Semarang adalah agar selalu mengadakan event literasi ataupun sosialisasi tentang investasi, agar mahasiswa semakin memahami bagaimana berinvestasi yang benar dan menguntungkan.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan dan menambah variabel bebas lainnya selain variabel yang telah diteliti.
- 4.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, & Fishbein. (1975). Theory Of Planned Behavior. <http://repo.darmajaya.ac.id/5872/7/BAB%20II.pdf>, 1-20.
- Cahaya, B. T., & W, N. A. (2019). Pengaruh Motivasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 7, 192-207.
- Fatimah. (2020). Peran Pengetahuan Investasi Dan Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Edukasi Pasar Modal Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. *Universitas Negeri Semarang*, 20-37.
- Haidir, M. S. (2019). Pengaruh Pemahaman Investasi, Desain Modal Minimal Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Melakukan Investasi Di Pasar Modal Syariah. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 5, 198-211.
- Hallim, M., Aspirandi, R. M., & Pradana, Y. W. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Motivasi Investasi, Modal Minimal Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. *ISSN*, 1-16.
- Hikmah, N., Diana, N., & Junaidi. (2021). Pengaruh Pemahaman Investasi, Risiko Investasi, Modal Minimal Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Bursa Efek Indonesia Melalui Galeri Investasi FEB Unisma (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unisma). *JRA*, 10, 114-122.
- Kaidah, N. (2018). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Investasi Terhadap Minat Investasi Saham Di Pasar Modal Syariah. *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN*, 35-45.

- Listyany, T. T., Rois, M., & Prihati, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Dipasar Modal (Studi Pada PT. Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). ISSN, 49-70.
- Marzuki, S. (2021). Pengaruh Pemahaman Investasi Syariah Mahasiswa Falkutas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN-AR-RANIRY Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Saryah. Universitas Islam Negeri AR-RANIRY, 7-15.
- Purboyo, Zulfikar, R., & Wicaksono, T. (2019). Pengaruh Aktivitas Galeri Investasi, Modal Minimal Investasi, Persepsi Risiko Dan Persepsi Return Terhadap Minat Investasi Saham Syariah. Jurnal Wawasan Manajemen, 7, 136-147.
- Saputra, D. (2018). Pengaruh Manfaat, Modal, Motivasi Dan Edukasi Terhadap Minat Dalam Berinvestasi Di PasarModal. Future Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 5, 178-190.
- Saraswati, K. R., & Wirakusuma, M. G. (2018). Pemahaman Atas Investasi Memoderasi Pengaruh Motivasi Dan Risiko Investasi Pada Minat Berinvestasi. Akuntansi Universitas Udayana, 24, 1584-1599.
- Sarawatari, Y. A. (2020). Pengaruh Persepsi Resiko, Ekspektasi Return, Behavioral Motivation Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi DI peer To Peer Lending Syariah. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 15-18.
- Umar, A. U., & Zuhri, S. (2019). Pengaruh Manfaat, Pengetahuan Dan Edukasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Dipasar Modal Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). Li Falah, 4, 129-138.
- Yuliana. (2004). Theory Planned Behavior. [http://repo.darmajaya.ac.id/5872/7/BAB% 20II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/5872/7/BAB%20II.pdf), 1-20.

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA STIE SEMARANG PADA GALERI INVESTASI STIE SEMARANG

Ella Novi Yanti¹, Jefri Heridiansyah²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang

Semarang, Indonesia

E-Mail: [1noviyanti4546@gmail.com](mailto:noviyanti4546@gmail.com), [2jefri@stiesemarang.ac.id](mailto:jefri@stiesemarang.ac.id)

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk pengaruh literasi keuangan dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi mahasiswa STIE SEMARANG kepada Galeri Investasi STIE SEMARANG. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di STIE SEMARANG angkatan 2020-2022 yang terdiri atas 1.632 yang terdiri atas 1.632 Mahasiswa yang terdiri dari 1.308 mahasiswa prodi manajemen dan 324 mahasiswa akuntansi. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan sampel 95 responden. Variabel bebas (Independen) dalam penelitian ini adalah literasi keuangan (X1) dan pengetahuan investasi (X2) dan yang menjadi variabel terikat (dependen) adalah : minat investasi (Y). Analisis data dilakukan dengan pengujian asumsi klasik dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik diketahui bahwa data yang dipergunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal, tidak terdapat multikolinieritas serta bebas dari heteroskedastisitas. Hasil penelitian bernilai t hitung literasi keuangan adalah $6,890 > t\text{-tabel } 1,98609$. Tingkat signifikansi sebesar 0,000 sedangkan level of significance (taraf signifikansi) sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, nilai t hitung pengetahuan investasi adalah $2,832 > 1,98609$ t-tabel. Tingkat signifikansi sebesar 0,006 sedangkan level of significance (taraf signifikansi) sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Angka koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,431. Hal ini berarti bahwa variabel literasi keuangan dan pengetahuan investasi mempunyai peranan 43,1% secara bersama-sama untuk dapat menjelaskan atau menerangkan variabel minat investasi.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi dan Minat Investasi

Abstract

The aim of this research is to determine the influence of financial literacy and investment knowledge on students' investment interest in the STIE SEMARANG Investment Gallery. The research method used is a quantitative method. The population in this study were students at STIE SEMARANG class 2020-2022 consisting of 1,632 students consisting of 1,308 management study program students and 324 accounting students. The sampling technique used was purposive sampling with a sample of 95 respondents. The independent variables (Independent) in this research are financial literacy (X1) and investment knowledge (X2) and the dependent variable is: investment interest (Y). Data analysis was carried out by testing classical assumptions using multiple linear regression tests. Based on the results of the classical assumption test, it is known that the data used in this study is normally distributed, there is no multicollinearity and is free from heteroscedasticity. The research results have a

calculated t value of financial literacy of $6.890 > t\text{-table } 1.98609$. The level of significance is 0.000 while the level of significance is 0.05. This shows that the financial literacy variable has a significant effect on investment interest, the calculated t value of investment knowledge is $2.832 > 1.98609$ t-table. The level of significance is 0.006 while the level of significance is 0.05. This shows that the investment knowledge variable has a significant effect on investment interest. The coefficient of determination (R Square) is 0.431. This means that the variables financial literacy and investment knowledge have a role of 43.1% together in being able to explain or explain the investment interest variable.

Keywords: *Financial Literacy, Investment Knowledge and Investment Interest*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Seiring berkembangnya era modern saat ini, investasi di pasar modal sedang mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dibanding tahun-tahun sebelumnya. Pasar modal Indonesia sekarang sudah berkembang menjadi salah satu sumber pendanaan jangka panjang bagi dunia usaha dan pemerintah. Berbagai program seperti pembangunan infrastruktur pun turut didorong menggunakan pendanaan dari pasar modal. (Republika.co.id, 2018). Minat investasi merupakan suatu keinginan untuk menempatkan sebagian dananya pada pasar modal dengan maksud mendapatkan keuntungan di masa depan. Minat Investasi merupakan hasrat atau keinginan yang kuat pada seseorang untuk mempelajari segala hal yang berkaitan dengan investasi hingga pada tahap mempraktikannya (Chaerul pajar, 2015).

Masalah mengenai minat investasi menjadi permasalahan yang sangat penting dalam berkembangnya era modern saat ini. Hal ini dikarenakan kurangnya minat dalam berinvestasi sehingga banyak kendala yang sering dialami atau dirasakan oleh para investasi. Misalnya, Banyak mahasiswa di STIE Semarang yang tidak mau investasi padahal investasi sangat menguntungkan apalagi dikalangan mahasiswa sehingga kurangnya minat para kalangan muda karena takut akan kegagalan dalam investasi. Permasalahan mengenai minat investasi harus segera ditangani agar tumbuh kembang teknologi semakin meningkat.

Menurut Siti Rahayu Haditomo (1998) menjelaskan minat investasi dipengaruhi dua faktor yang menentukan yaitu faktor keinginan dari dalam dan dari luar. Terdapat beberapa faktor-faktor yang menjadi tolak ukur dalam pengambilan minat seperti arus kas, struktur modal, likuiditas, kebijakan hutang, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, kesempatan investasi dan sebagainya. Namun, dalam penelitian ini beberapa faktor yang digunakan untuk mengukur minat atau keputusan untuk investasi pada pasar modal yaitu terbatas pada variabel literasi keuangan dan pengetahuan investasi. Variabel-variabel yang dijadikan sebagai faktor tersebut akan digunakan untuk mengukur tingkat minat investasi mahasiswa dalam melakukan investasi.

Literasi keuangan (Financial Literacy) menurut Hogarth (2002) adalah cara bagaimana seseorang mengatur keuangan mereka dalam berasuransi, instasi, menabung dan melakukan penganggaran (budgeting). Hasil penelitian yang dilakukan Wiwit Kusumawati (2020) membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan shulhan Fariqi (2020) menjelaskan bahwa literasi

keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Pajar & Putikaningsih, 2017; Merawati & Putra, 2015).

Pengetahuan investasi adalah segala informasi tentang investasi yang telah diorganisasi dalam memori seseorang yang kemudian dijadikan dasar untuk melakukan investasi. Dalam melakukan investasi di pasar modal tidak semudah dengan melakukan investasi di instrumen investasi lainnya, karena risiko yang tinggi dan faktor ketidakpastian maka diperlukan pengetahuan yang cukup, pengalaman serta naluri bisnis untuk menganalisis efek-efek mana yang akan dibeli (Halim, 2005). Hasil penelitian yang dilakukan Rachmawati Annisa (2022) membuktikan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan Burhanuddin, Siti Aisyah Hidayati, Sri Bintang Mandala Putra, (2021) menjelaskan bahwa Pengetahuan investasi positif, tapi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Rumusan Masalah

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya permasalahan mengenai minat investasi saham bagi mahasiswa, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah yaitu berisi mengenai ulasan singkat permasalahan penelitian di latar belakang masalah. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dibuat pertanyaan penelitian sebagai berikut : Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi Mahasiswa pada Galeri Investasi STIE SEMARANG dan Apakah pengetahuan investasi berpengaruh terhadap Minat Investasi Mahasiswa pada Galeri Investasi STIE SEMARANG

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap Minat Investasi Mahasiswa pada Galeri Investasi STIE SEMARANG. Dan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan investasi terhadap Minat Investasi Mahasiswa pada Galeri Investasi STIE SEMARANG.

2. METODE

Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi Populasi adalah mahasiswa di STIE SEMARANG angkatan 2020-2022 sejumlah 1.632 Mahasiswa yang terdiri dari 1.308 mahasiswa prodi manajemen dan 324 mahasiswa akuntansi, data yang diperoleh dari BAAK STIE SEMARANG angkatan 2020-2022 semester genap.

Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan metode untuk menarik sampel adalah non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling ini merupakan cara penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria.

Dari populasi Mahasiswa STIE SEMARANG yang dapat dikelompokkan ke dalam Teknik *purpose sampling*, jadi peneliti memutuskan menggunakan rumus slovin untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan

n = jumlah sampel minimal N

= populasi

e = presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir (batas kesalahan 10%). Berdasarkan rumus maka :

$$= \frac{1.632}{1 + 1632 (10\%)^2}$$

$$= \frac{1.632}{1 + 1.632}$$

$$= \frac{1.632}{2.632}$$

$$= 94,226$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 94,226 ; ditetapkan oleh peneliti menjadi 95 responden.

Metode penelitian ini adalah metode pengumpulan data menggunakan kuantitatif dengan menyebar angket (kuesioner) dan menggunakan studi pustaka. Penelitian ini merupakan penelitian regresi linear berganda, yaitu untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan dan Pengetahuan investasi terhadap Minat Investasi Mahasiswa STIE SEMARANG Pada Galeri Iinvestasi STIE SEMARANG

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien dari suatu persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil (*least square*), perlu dilakukan pengujian untuk mengetahui model regresi yang dihasilkan dengan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi:

- Uji normalitas mempunyai tujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f beranggapan bahwa nilai residual ikut serta distribusi normal. Pengujian normalitas dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* atau biasa disebut dengan uji K-S yang tersedia dalam program SPSS.

Table 1.1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,58174270
Most Extreme Differences	Absolute	,051
	Positive	,051
	Negative	-,046
Test Statistic		,051
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.		

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,051 dan disignifikansi 0,200 ($0,200 > 0,05$) yaitu dengan hasil lebih dari 0,05 yang berarti data residu terdistribusi normal sehingga layak untuk digunakan.

- Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independent dalam suatu model regresi linear berganda. Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *variance inflation Factor* (VIF) < 10 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) > 10 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terjadi multikolinearitas.

Table 1.2. Uji Multikolinieritas

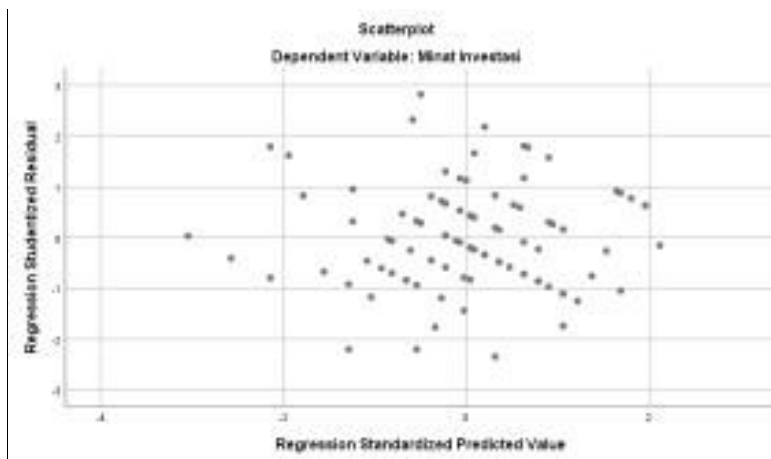
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	,915	1,093
	Pengetahuan Investasi	,915	1,093
a. Dependent Variable: Minat Investasi			

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini baik dan tidak terjadi multikolinieritas serta memenuhi syarat normalitas data.

- Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas didalam penelitian ini dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola

tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 1.1. Uji Heteroskedastisitas



Dengan melihat grafik Scatterplot di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, dimana tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu X1 dan X2 terhadap variabel; dependen atau terikat yaitu Y. Berikut ini adalah hasil analisis linear regresi berganda: **Tabel 1.3. Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	2,702	1,623		1,665
	Literasi Keuangan	,605	,088	,561	6,890
	Pengetahuan Investasi	,222	,078	,230	2,832

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Persamaan regresi diperlihatkan pada kolom (Unstandardized Coefficients) dan hasilnya sebagai berikut :

$$Y = 2,702 + 0,605 X1 + 0,222 X2$$

Persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) sebesar 2,702. Artinya adalah apabila variabel independen nol (0). Maka minat investasi sebesar 2,702.

- b. b_1 = nilai koefisien regresi Literasi Keuangan (X_1) sebesar 0,605 dapat diartikan jika setiap peningkatan Literasi Keuangan akan meningkatkan minat investasi.
- c. b_2 = nilai koefisien regresi Pengetahuan Investasi (X_2) sebesar 0,222 dapat diartikan jika setiap peningkatan Pengetahuan Investasi akan meningkatkan minat investasi.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji-t melihat seberapa jauh pengaruh variabel penjelasan dapat menerangkan variasi variabel terikat secara individu. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikan dengan tingkatan kepercayaan tertentu yang dipilih (α). Dalam penelitian ini α yang digunakan sebesar 5% (0,05). Hasil uji t penelitian literasi keuangan pengetahuan investasi dengan minat investasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Table 1.4. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2,702	1,623		1,665	,099
	Literasi Keuangan	,605	,088	,561	6,890	,000
	Pengetahuan Investasi	,222	,078	,230	2,832	,006

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Hasil uji t menunjukkan apabila tingkat signifikansi (sig t) lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka hipotesis diterima artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jika taraf signifikansi (sig t) lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka hipotesis tidak diterima artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. **Uji Kelayakan Model (uji F)**

Uji kelayakan model dapat dilihat dengan hasil uji F. Uji kelayakan model digunakan untuk menguji apakah model linear tersebut sudah tepat atau belum, maka dilihat dengan membandingkan probabilitas dari hasil perhitungan uji F. Jika menunjukkan nilai probabilitas < 0.05 maka model dalam regresi tersebut merupakan model yang fit. Berikut adalah hasil uji F:

Tabel 1.5. Hasil Pengujian Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	186,757	2	93,379	36,529	,000 ^b
	Residual	235,180	92	2,556		
	Total	421,937	94			

a. Dependent Variable: Minat Investasi

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan

Berdasarkan Tabel 4.11 nilai $F_{hitung} 36,529 > F_{tabel} 3,10$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut merupakan model yang fit.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1.6. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,665 ^a	,443	,431	1,599

Berdasarkan output di atas diketahui nilai adjusted R Square sebesar 0,431 (43,1%), hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode regresi berganda yang didapatkan dimana variabel bebas yaitu literasi keuangan, pengetahuan investasi memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yakni Minat Investasi 43,1%. Sedangkan sisanya 56,9% lainnya dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam regresi ini seperti motivasi diri, persepsi resiko, *overconfidence*, manfaat investasi, perilaku keuangan, faktor demografi, efikasi keuangan, pengalaman investasi, modal minimal, pelatihan pasar modal, faktor lingkungan, persepsi return, kemajuan teknologi dan persepsi imbal hasil.

4.KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penilaian mengenai variabel-variabel penelitian yang mempengaruhi Minat Investasi pada Galeri Investasi STIE SEMARANG, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi pada Galeri Investasi STIE SEMARANG. Dengan demikian, hasil menunjukkan bahwa hipotesis pertama penelitian diterima. Pengetahuan Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi pada Galeri Investasi STIE SEMARANG. Dengan demikian, hasil menunjukkan bahwa hipotesis pertama penelitian diterima.

Saran bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambah variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Misalnya, lingkungan mahasiswa, mata kuliah pasar modal, iklan investasi, besaran pendapatan. Dengan penambahan variabel yang baru maka diharapkan akan muncul berbagai temuan baru yang belum ditemukan atau belum dipecahkan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan memperluas sampel yang digunakan. Misalnya melibatkan mahasiswa diluar kampus dikarenakan media yang digunakan dalam penelitian berupa google form sehingga dapat dengan mudah untuk mendapatkan sampel diluar kampus.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, Bayu P. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi, Manfaat Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia).

- Anjelina, A., Bagis, F., & Darmawan, A. (2021). Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Persepsi Return Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Akuntansi dan Pajak*, 1-11.
- Bangun, Venti Laksita. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Generasi Milenial di Yogyakarta)*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia).
- Dewi, I. G., Mirayani, L. P., Pramanaswari, A. S., & Rengganis, R. M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Mahasiswa pada Pasar Modal (Studi pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Mahasaraswati). *Pendidikan Tambusai*, VII No.1, 2150-2157.
- Faidah, F. (2019, Mei 25). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Manajemen*, 1-13
- Hikmah, & Rustam, T. a. (2020). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Persepsi Resiko Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Pada Pasar Modal. *Manajemen dan Keuangan*, VIII No.2, 131-140
- Kusumawati, Wiwit. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus)*. (Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri Kudus).
- Mahir. (2020, April 29). *Cara Membuat Nomor Halaman Skripsi Berbeda Dalam 1 Dokumen Word Terbaru*. (Video). Youtube. https://youtu.be/xTQ1-qzh9Bw?sibbf99_ga012gklmj
- Meirini, D., & Waningsih, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Risiko Investasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di PMS. *Pendidikan Ekonomi*, VIII No.1, 1-16.
- Mustamin, Isradil. (2020, Juli 2). *Cara Membaca Output SPSS Analisis Regresi*. (Video). Youtube. <https://youtu.be/aT49ZzpzyA?si=E7Mbon402Pvj4AIS>.
- Nugraheni, S., Puspitasari, V. E., & Yetty, F. (2021, Desember). Pengaruh Literasi Keuangan syariah, Persepsi Imbal Hasil, dan Motivasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah. *Studi Ekonomi dan Keuangan Islam*, II No. 2, 122-141.
- Purwanto, B., Sari, A. W., & Viana, E. D. (2023, Juni). Literasi Keuangan dan Faktor yang mempengaruhi Minat Pelaku UMKM Berinvestasi di Pasar modal: Analisis theory of planned behavior. *Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, VI No. 3, 314-327.
- Rodiyah, F. (2019). Korelasi Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Pelatihan Pasar Modal dan Minat Mahasiswa Berinvestasi di Galeri Investasi Semarang. *Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, III No.1, 17-37.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung; CV Alfabeta.
- Teknomia. (2021, Desember 28). *Cara Membuat Daftar Pustaka Otomatis di Microsoft*. (Video). Youtube: <https://youtu.be/D1RSMzgPZDs?si=fKyLMyo3DEsuxNr>
- Widiyantoro, Budi. (2020, Februari 27). *Tutorial Terlengkap Uji Data Primer Dengan SPSS Dilengkapi Cara Baca Output*. (Video). Youtube. https://youtu.be/XvjN-TS_2A4

Firm Life Cycle : Systematic Literature Review

Eni Puji Estuti¹, Maarif Ardi Waoto², Arya Northa Raflesia³

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

Jawa Tengah, Indonesia

e-mail: ¹enipuji001@gmail.com

Abstrak

Siklus hidup perusahaan meliputi *introduction*, *growth*, *mature* dan *decline* dimana setiap siklusnya perusahaan mempunyai potensi maupun kondisi yang harus diwaspadai. Pada setiap siklusnya perusahaan akan mengambil kebijakan yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk lebih jauh menganalisis kaitan siklus hidup perusahaan dan harga saham. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) dengan alat PoP (*Publish or Perish*) dan VOS Viewers berdasarkan data penelitian yang diambil dari Google Scholar. Terdapat 5 variabel utama yang terkait dengan Siklus Perusahaan dan Harga Saham yaitu *product life cycle*, *life cycle theory*, *development*, *determinant*, *dynamic*.

Kata kunci: *firm life cycle*, *systematic literature review*

Abstract

The company life cycle includes *introduction*, *growth*, *maturity* and *decline*, where each cycle the company has potential and conditions that must be watched out for. In each cycle the company will adopt a different policy. This research aims to further analyze the relationship between the company's life cycle and share prices. The method used in this research uses the *Systematic Literature Review* (SLR) method with the PoP (*Publish or Perish*) tool and VOS Viewers based on research data taken from Google Scholar. There are 5 main variables related to the Company Cycle and Share Prices, namely *product life cycle*, *life cycle theory*, *development*, *determinant*, *dynamic*.

Keywords: *firm life cycle*, *systematic literature review*

1. PENDAHULUAN

Siklus hidup suatu perusahaan *corporate life cycle* (CLC) mengacu pada fakta bahwa suatu perusahaan memiliki siklus hidup yang sama dengan manusia dan organisme lain. Siklus hidup perusahaan terbagi menjadi 4 tahapan meliputi *introduction*, *growth*, *mature* dan *decline* (Kristiana & Rita, 2021). Perusahaan pada tahap *introduction* & *growth* akan lebih menerapkan sistem pengendalian fleksibel, tetapi perusahaan pada tahap *mature* & *decline* akan menerapkan sistem pengendalian yang lebih ketat (Kristiana & Rita, 2021). Perusahaan pada tahap yang berbeda akan juga memiliki karakteristik yang berbeda dan mengalami risiko eksternal dan internal yang berbeda (Franciskus Jumintang et al., 2022)

Siklus hidup perusahaan adalah fase yang berbeda dan dapat diidentifikasi yang dihasilkan dari perubahan faktor internal (misalnya, pilihan strategi, sumber daya keuangan, dan kemampuan manajerial) dan faktor eksternal (misalnya, lingkungan

kompetitif, faktor makroekonomi) yang banyak diantaranya muncul dari kegiatan strategis yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan demikian, siklus hidup perusahaan adalah hasil terintegrasi dari strategi perusahaan dan alokasi sumber daya, yang secara luas mencerminkan faktor bawaan perusahaan (Franciskus Jumintang et al., 2022).

Penelitian sebelumnya terkait siklus hidup dari (Fodor et al., 2023) berpendapat bahwa perusahaan dalam tahap siklus hidup tertentu mungkin lebih subyektif dihargai oleh investor individu, menyebabkan bias optimis pada harga saham kemudian dikoreksi setelah rilis berita pendapatan. Menggunakan berbasis arus kas klasifikasi tahap siklus hidup. Dalam tahap pengenalan dan penurunan kumulatif abnormal return lebih rendah dibandingkan perusahaan dalam tahap pertumbuhan, kematangan, dan perubahan. Kelebihan return saham perusahaan bervariasi berdasarkan tahap siklus hidup perusahaan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa investor individu yang berekspektasi optimis terhadap saham pada tahap *introduction* dan *decline* menemui kekecewaan ketika terdapat pengumuman pendapatan yang relevan dirilis.

Penelitian dari (Konstantinidi, 2022) menunjukkan bahwa strategi portofolio lindung nilai dengan posisi long pada perusahaan-perusahaan *introduction* dan *mature* menghasilkan *return* portofolio lindung nilai yang signifikan sebesar 1,29% per bulan pada *return* portofolio tertimbang dan 0,72% pada nilai portofolio tertimbang. *Return to firm life cycle* berkaitan dengan kesalahan ekspektasi investor dan analisis, didorong oleh sentimen investor pasar secara keseluruhan, dan lebih menonjol pada saham-saham dengan kepemilikan institusional yang rendah dan volatilitas idiosinkratik yang tinggi. Regresi kuantil menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan pada tahap *introduction* memiliki ketidakpastian dan ketimpangan yang jauh lebih besar dalam hasil pertumbuhan laba di masa depan dibandingkan perusahaan-perusahaan yang sudah *mature*, sehingga para analisis lebih mampu membenarkan prakiraan yang bias secara optimis untuk perusahaan-perusahaan tahap *introduction* dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang sudah *mature*.

Penelitian dari (Buasai et al., 2021) menganalisis bagaimana tahapan siklus hidup perusahaan mempengaruhi idiosinkratik volatilitas menggunakan regresi efek tetap dengan kesalahan standar yang kuat. Penelitian fokus pada perusahaan-perusahaan di SET100 di Thailand selama periode 1994 hingga 2020. Penelitian ini menguji peran volatilitas arus kas dalam mempengaruhi volatilitas idiosinkratik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa volatilitas idiosinkratik secara signifikan lebih tinggi ketika perusahaan-perusahaan berada dalam tahap *introduction* dan *decline* dibandingkan dengan tahap *shake-out*.

Selanjutnya penelitian dari (Triguero et al., 2023) ini menganalisis pengaruh praktik *Circular Economy* (CE) terkait desain produk terhadap kinerja ekonomi dan lingkungan : *Life Cycle Assessment* (LCA), kemampuan peningkatan produk, dan perombakan desain yang di uji dalam sampel 300 perusahaan. LCA digunakan sebagai alat untuk menerapkan prinsip-prinsip CE, yang membantu meningkatkan kinerja ekonomi dan kinerja lingkungan. Desain ramah lingkungan berhubungan positif dengan kinerja ekonomi. Hasilnya memberikan wawasan baru bagi para manajer dan pembuat kebijakan mengenai jalan panjang untuk mencapai transisi ini.

Penelitian-penelitian terdahulu yang membahas siklus perusahaan mengkaitkan siklus hidup dengan banyak topik dalam perusahaan. Penelitian berbasis siklus hidup perusahaan menarik untuk dipelajari karena setiap tahapan siklus hidup perusahaan akan berdampak pada setiap kebijakan yang dibuat perusahaan.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode systematic literature review (SLR) dengan langkah-langkah sebagaimana yang dilakukan oleh (Karimi Takalo et al., 2021) : (1) menetapkan periode waktu tinjauan literatur (2) menentukan kata kunci

dan bidang pencarian basis data (3) mendefinisikan basis data yang akan dijadikan penelitian (4) mengumpulkan artikel (5) membersihkan data yang double (6) menghapus artikel yang tidak berhubungan (7) melakukan Sistematis Literatur Review (SLR) (8) menganalisis penelitian yang ditemukan. Langkah tersebut digambarkan sebagai berikut :

1	menetapkan periode waktu tinjauan literatur
2	menentukan kata kunci dan bidang pencarian basis data
3	mendefinisikan basis data yang akan dijadikan penelitian
4	mengumpulkan artikel
5	membersihkan data yang double
6	menghapus artikel yang tidak berhubungan
7	melakukan Sistematis Literatur Review (SLR)
8	menganalisis penelitian yang ditemukan

SLR yang dilakukan menggunakan 2 metode yaitu (1) *Publish or Perish* (PoP) dan *Vos Viewers*. Pada metode yang pertama menggunakan PoP yaitu menentukan periode artikel, dalam hal ini peneliti tidak membatasi tahun penelitian, sehingga dari awal penelitian tentang *firm life cycle*. PoP berbasis data *Google Scholar* menemukan 1.000 artikel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil olah data dengan menggunakan alat *Vos Viewers* yang diolah dari data berbasis *Google Scholar* yang berjumlah 1.000 artikel. Artikel mengenai *firm life cycle* dimulai sejak tahun 1952 – 2023. Artikel yang pertama ini berjudul “BIOLOGICAL ANALOGIES IN THE THEORY OF THE FIRM” yang ditulis oleh (Penrose, 1952) yang diterbitkan oleh JSTOR. Artikel ini menjelaskan analogi biologis yang digunakan dalam diskusi perusahaan. Analogi yang paling terkenal dan paling umum adalah analogi siklus hidup, yang mana kemunculan, pertumbuhan, dan hilangnya perusahaan disamakan dengan proses kelahiran, pertumbuhan, dan kematian organisme biologis.

Teori siklus hidup perusahaan menyatakan bahwa sumber daya, kapabilitas, dan struktur perusahaan akan berubah secara signifikan seiring tahap perkembangan. Siklus hidup perusahaan digunakan sebagai faktor yang bervariasi terhadap waktu yang mampu memprediksi kebijakan keuangan seperti struktur modal, dividen, dan kepemilikan kas (Penrose, 1952). Dickinson dalam (Penrose, 1952) mengusulkan ukuran non-sequensial untuk menangkap siklus hidup perusahaan dengan menggunakan pola arus kas. Menurutnya, manfaat menggunakan pola arus kas sebagai proksi adalah bahwa arus kas mencerminkan keseluruhan informasi keuangan perusahaan dari pada menjadi ukuran tunggal atribut spesifik perusahaan (seperti umur perusahaan, ukuran dan pertumbuhan)

penjualan). Untuk secara efektif menangkap perbedaan kinerja perusahaan dan ketersediaan sumber daya. Lebih lanjut ia mengembangkan tahapan siklus hidup perusahaan berdasarkan perbedaan dalam aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan. Tanda (positif atau negatif) ketiga komponen arus kas digunakan untuk memetakan tahapan siklus hidup. Siklus tersebut dibagi menjadi lima tahap yaitu *introduction*, *growth*, *mature*, *shake-out* dan *decline*.

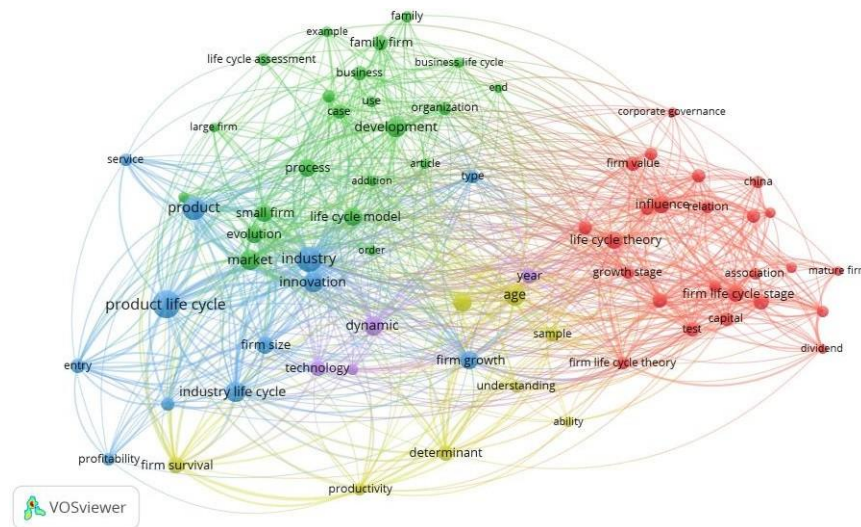
Perusahaan dalam tahap *introduction* mempunyai ketidakpastian dalam pendapatan dan biaya yang harus dibayar karena kurangnya basis pelanggan dan pengetahuan tentang potensi pendapatan dan dinamika pasar. Hal ini menghasilkan arus kas operasi yang negatif. Merupakan hal yang umum bagi perusahaan dalam tahap *introduction* untuk memiliki arus kas investasi negatif karena mereka melakukan investasi besar untuk menghalangi pesaing memasuki pasar dan untuk memastikan pertumbuhan jangka panjang. Untuk menjalankan usahanya, perusahaan memerlukan pendanaan eksternal dalam jumlah besar sehingga menghasilkan arus kas pendanaan yang positif.

Perusahaan dalam tahap *growth* dan tahap *maturity* mempunyai arus kas operasi yang positif. Peningkatan investasi dan efisiensi menghasilkan peningkatan profitabilitas bagi bisnis. Selama tahap *growth*, perusahaan terus melakukan investasi besar-besaran untuk memperluas operasi mereka guna memanfaatkan manfaat dari sumber daya yang ada. Meskipun investasi perusahaan-perusahaan *maturity* menurun dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan *growth*, mereka terus berinvestasi untuk mempertahankan modal karena beberapa aset fisik menjadi usang. Oleh karena itu, arus kas investasi untuk tahap *growth* dan tahap *maturity* adalah positif. Perusahaan-perusahaan yang sedang berkembang terus mengandalkan pembiayaan utang untuk investasi modal, ekspansi dan pengembangan yang berkelanjutan, sehingga menghasilkan arus kas positif dari pembiayaan. Di sisi lain, perusahaan yang berada pada tahap *maturity* mempunyai peluang pertumbuhan yang terbatas. Mereka fokus pada pembayaran utang dan distribusi kelebihan dana kepada pemegang saham. Akibatnya, arus kas pendanaan diperkirakan negatif.

Ketika perusahaan-perusahaan memasuki tahap *decline*, tingkat pertumbuhan melambat karena inefisiensi perusahaan, penuaan teknologi, dan produk-produk yang ketinggalan jaman. Perusahaan memiliki kinerja penjualan yang buruk, yang menyebabkan arus kas negatif pada aktivitas operasi. Sebaliknya, perusahaan-perusahaan yang mengalami *decline* melikuidasi asetnya untuk membayar hutang yang ada dan mendukung operasi, sehingga menghasilkan arus kas investasi yang positif. Namun, perusahaan yang mengalami *decline* mungkin fokus pada pembayaran utang dan/atau negosiasi ulang utang, sehingga arus kas dari aktivitas pendanaan mungkin positif atau negatif.

Berdasarkan analisis menggunakan Vos Viewers didapatkan gambar sebagai berikut :

Gambar 1 Pemetaan artikel berdasarkan Vos Viewers



Sumber : Vos Viewer olah data peneliti

Berdasarkan gambar diatas dapat dipetakan isi penelitian secara umum terdiri dari 5 cluster yaitu sebagai berikut :

Tabel 1 Pemetaan Artikel

<i>Product Life Cycle</i>	<i>Life theory</i>	<i>Development</i>	<i>Determinant</i>	<i>Dynamic</i>
<i>Firm size</i>	<i>Capital</i>	<i>Country</i>	<i>Ability</i>	<i>Firm dynamic</i>
<i>Firm growth</i>	<i>Capital structure</i>	<i>Evolution</i>	<i>Age</i>	<i>Technology</i>
<i>Industry</i>	<i>Corporate governance</i>	<i>Family</i>	<i>Firm survival</i>	<i>Year</i>
<i>Industry life cycle</i>	<i>Corporate life cycle</i>	<i>Family firm</i>	<i>Manufacturing firm</i>	
<i>Innovation</i>	<i>Life cycle stage</i>	<i>Life firm</i>	<i>Productivity</i>	
<i>Number</i>	<i>Firm value</i>	<i>Life cycle assessment</i>	<i>Sample</i>	
<i>Product</i>	<i>Life cycle theory</i>	<i>Market</i>	<i>Understanding</i>	
<i>Profitability</i>	<i>Maturity firm</i>	<i>Small firm</i>		
<i>Type</i>	<i>Moderating effect</i>	<i>Process</i>		
<i>Service</i>	<i>Dividend policy</i>	<i>Survival</i>		
	<i>Corporate social responsibility</i>	<i>Life cycle model</i>		

Sumber : Vos Viewer olah data peneliti

Gambar 2 Pemetaan artikel berdasarkan Vos Viewers

b. Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih jauh dari berbagai sumber pencarian artikel yang bermacam-macam sehingga dapat lebih mencerminkan variabel dengan lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Buasai, P., Independent, A. N., Submitted, S., Partial, I. N., Of, F., Requirements, T. H. E., Degree, T. H. E., Master, O. F., Science, O. F., & Commerce, F. O. F. (2021). *FIRM LIFE CYCLE AND IDIOSYNCRATIC VOLATILITY: EVIDENCE FROM THAILAND BY AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE PROGRAM IN FINANCE (INTERNATIONAL PROGRAM) FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY ACADEMIC YEAR 2021*.
- Fodor, A., Lovelace, K. B., Singal, V., & Tayal, J. (2023). Does firm life cycle stage affect investor perceptions? Evidence from earnings announcement reactions. In *Review of Accounting Studies* (Issue 0123456789). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s11142-022-09749-2>
- Franciskus Jumintang, Jihan Zata Amani, Gilang Ahmad Fauzan, & Sri Mulyantini. (2022). Review Kebijakan Dividen Pada Siklus Hidup Perusahaan. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 28–38. <https://doi.org/10.54259/akua.v1i1.261>
- Karimi Takalo, S., Sayyadi Tooranloo, H., & Shahabaldini parizi, Z. (2021). Green innovation: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 279, 122474. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122474>
- Konstantinidi, T. (2022). Firm life cycle, expectation errors and future stock returns. *Journal of Banking and Finance*, 143, 106591. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2022.106591>
- Kristiana, U. E., & Rita, M. R. (2021). Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Siklus Hidup Perusahaan terhadap Manajemen Laba. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 4(1), 54–64. <https://doi.org/10.26905/afr.v4i1.5802>
- Penrose, E. T. (1952). *American Economic Association Biological Analogies in the Theory of the Firm Author (s): Edith Tilton Penrose Source : The American Economic Review , Vol . 42 , No . 5 (Dec . , 1952) , pp . 804-819 Published by : American Economic Association Stable URL . 42(5), 804–819*.
- Triguero, Á., Moreno-Mondéjar, L., & Sáez-Martínez, F. J. (2023). Circular economy and firm performance: The influence of product life cycle analysis, upcycling, and redesign. *Sustainable Development*, 31(4), 2318–2331. <https://doi.org/10.1002/sd.2509>