

UNANDA
UNIVERSITAS ANDI DJEMMA
P-ISSN 2615 - 1871
E-ISSN 2615 - 5850

JEMMA

**JOURNAL OF
ECONOMIC, MANAGEMENT
AND ACCOUNTING**

Volume 4, Nomor 1, Maret 2021



DEWAN REDAKSI

JEMMA (JOURNAL OF ECONOMIC, MANAGEMENT AND ACCOUNTING)

Pembina: - Rektor Universitas Andi Djemma
- LPPM Universitas Andi Djemma
- Dekan Fakultas Ekonomi

Editor In Chief

Dr. Andi Mattingaragau T, SE., M.Si

Editors

Dr. Rudianto, SE., MM
Didiharyono, S.Si., M.Si
Arini Lestari, SE., M.Ak

Reviewer Ahli

1. Dr. Muhammad Sujunus, SE., Ak., MAFIS., Ak (Universitas Airlangga)
2. Prof. Dr. Salim Basalamah, SE., MS (UMI)
3. Dr. Masiyah Kholmi, MM., Ak., C.A (UM Malang)
4. Dr. A.M. Nur Baumassepe, SE., MM (UNHAS)
5. Prof. Dr. Abdul Hadis, M.Pd (UNM)
6. Dr. Marsus Suti (UNM)
7. Dr. Laode Anto, M.Si (UNHALU)
8. Dr. Bakhtiar, SE., MM (Universitas Andi Djemma)
9. Dr. Andi Mattingaragau T., SE., M.Si (Universitas Andi Djemma)
10. Rafiqah Asaff, SE., M.Si (Universitas Andi Djemma)
11. Nurjannah, SE., MM (Universitas Andi Djemma)

Diterbitkan Oleh,

Fakultas Ekonomi Universitas Andi Djemma

Alamat Redaksi

Jl. Puang H. Daud No.4A Telp & Fax. (0471)24506 P.O. Box.122 Palopo 91914
Email: jemma@unanda.ac.id/jemma.unanda@gmail.com

DAFTAR ISI

- 1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta**
Sri Ayem, Umi Wahidah __1-9
- 2. Analisis Pengaruh Faktor Motivasi Terhadap Kinerja Dengan *Knowledge Sharing* Sebagai *Intervening Variabel***
Marwan, Adnan Radjak, Taufik __10-23
- 3. Sistem Pengendalian Internal dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Pada Pemerintah Kota Cimahi**
Abdul Hafiz Tanjung, Wina Sonia __24-37
- 4. Analisis Pembiayaan Arrum Pada Usaha Mikro Kecil Di Pegadaian Syariah Kota Palopo (Studi Kasus Arrum BPKB)**
Arini Lestari Aris, Charisma Ekawaty __38-51
- 5. Pengaruh Budaya Konsumen Dan Kelompok Referensi Terhadap Kebiasaan Membeli Buah Tangan Di Toko Oleh-Oleh**
Muhamad Riyadli Tsani, Trisuwalo, Ajat Sudrajat __52-61
- 6. Membangun *Purchase Intention* Melalui *Trust* Pada Aplikasi **Bukalapak.Com****
Hanifia Rahma Wulandari, Ida Bagus Nyoman Udayana, Lusia Tria Hatmanti Hutami __62-72
- 7. E-Monitoring Tri Dharma Dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Bumigora Menggunakan Trello**
Mohammad Najib Rodhi, Rifqi Hammad, Kurniadin Abd. Latif, Hany Pebrianti __73-84
- 8. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Golden & Cake Kota Palopo**
Nurjannah, Firman Pandu Ramadhan __85-94
- 9. Pengaruh Struktur Kepemilikan, Profitabilitas, Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal Dengan *Leverage* Sebagai Variabel Moderasi**
Dodi Suryadi, Ilham Irwandi __96-108

10. Pengaruh Perencanaan Pajak dan Beban Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan IDX BUMN20 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019
Akhsa Gabriella, Valentine Siagian __109-116

11. Analisis Media Promosi Produk Ritel Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko “Dika” Dusun Krapyak Kulon Kelurahan Panggungharjo Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta
Sumarwanto __117-127



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta

Sri Ayem¹, Umi Wahidah^{1,*}

¹ Program Studi Akuntansi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

*Correspondent Email: sriayemfeust@gmail.com

Article History:

Received: 24-08-2020; Received in Revised: 07-10-2020; Accepted: 01-11-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.437>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas laporan keuangan dan pemberian kredit terhadap kinerja UMKM di Kota Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis. Sampel dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Yogyakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan subjek penelitian. Pengukuran variabel menggunakan skala likert 1-5. Hasil pengujian pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas laporan keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Reliabilitas laporan keuangan UMKM masih tergolong rendah sehingga informasi tidak relevan berpotensi besar menyesatkan pengguna informasi dalam pengambilan keputusan. Hasil kedua menunjukkan bahwa variabel pemberian kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Kemudahan akses kredit UMKM mampu mendorong UMKM untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kinerja UMKM. Penelitian ini berkontribusi untuk memberikan referensi terkait peningkatan kinerja UMKM melalui penyusunan laporan keuangan yang berkualitas dan pemberian kredit kepada UMKM.

Kata Kunci: kinerja UMKM, kualitas laporan keuangan, pemberian kredit.

ABSTRACT

This research aims to find out the effect of the quality of financial statements and granting of credit on the performance of MSMEs in the City of Yogyakarta. This type of research used in this study is hypothesis testing. The sample in this study was the UMKMs in Yogyakarta City. Data collection techniques using a questionnaire. Validity and reliability tests were conducted on respondents who had the same characteristics as the research subjects. Measurement of variables using the Likert scale 1-5. The first test results indicate that the variable quality of financial statements does not affect the performance of UMKMs. The reliability of UMKM financial reports is still relatively low so that irrelevant information will have a great potential to mislead users of information in decision making. The second result shows that the variable crediting has a positive and significant impact on the performance of UMKMs. Ease of access to MSME credit is able to encourage UMKMs to develop businesses and improve MSME performance. This research contributes to provide references related to improving the performance of UMKMs through the preparation of quality financial reports and granting of credit to UMKMs.

Keywords: granting of credit, quality of financial statements, UMKM's performance.

1. Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu penggerak pertumbuhan perekonomian dan memberikan kontribusi bagi peningkatan pendapatan potensial domesik bruto (PDB) di Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (2019) menunjukan bahwa pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil selama periode 2009-2013 mampu meningkatkan pertumbuhan PDB UMK dari 3,87 persen menjadi 6,02 persen. Peran penting UKM salah satunya dalam penyerapan tenaga kerja sehingga membantu pemerintah mengurangi jumlah pengangguran yang mencapai lebih dari 75 persen tenaga kerja di luar Sektor Pertanian di Indonesia. Pada tahun 2017 menunjukan bahwa jumlah unit usaha yang beroperasi di Indonesia terdiri dari 99,9 persen merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan 0,01 persen pelaku usaha besar (UB) (Statistik, 2019).

Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) telah menerbitkan ED SAK EMKM sebagai pedoman penyusunan laporan keuangan UMKM yang mensyaratkan penyajian laporan keuangan UMKM yang relevan, representasi tepat, keterbandingan, dan keterpahaman (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2016). Sementara itu Peraturan BI Nomor 17/12/PBI/2015 menetapkan untuk mewajibkan Bank umum memberikan Kredit atau Pembiayaan UMKM dengan jumlah kredit pembiayaan UMKM minimal 20% (dua puluh persen) dari total Kredit atau Pembiayaan (Bank Indonesia, 2015). Pemberian kemudahan fasilitas kredit yang telah diprogramkan oleh pemerintah belum sepenuhnya tepat sasaran. Darwin (2018) menyebutkan UMKM memiliki keterbatasan dalam akses modal terutama kredit dari bank, dimana UMKM hanya memperoleh sekitar seperenam pangsa kredit nasional. Menurut Mutmainah (2015) UMKM memiliki peran penting yaitu mampu menyerap sumberdaya lokal dan mampu memberi penghasilan sehingga berdampak positif pada upaya pengentasan kemiskinan. Keberadaan UMKM membantu pemerintah tidak hanya dari sisi peingkatan PDB namun juga mengurangi permasalahan sosial lainnya yaitu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan.

Kota Yogyakarta memiliki UMKM sebanyak 2082 yang tersebar di tujuh kecamatan menjadi potensi sumber perekonomian yang besar bagi Pemerintah DIY. Pemerintah DIY menyatakan bahwa pembinaan dan pemberdayaan UMKM menjadi kebijakan strategis dalam mengatasi kemiskinan lewat penguatan ekonomi rakyat melalui penciptaan wirausaha. Dalam hal ini pemerintah DIY mendorong berkembangnya usaha produktif dalam memberdayakan potensi UMKM salah satunya dengan pemberian fasilitas kredit. Namun pemberian kemudahan fasilitas kredit yang telah diprogramkan oleh pemerintah belum sepenuhnya tepat sasaran. Otoritas Jasa Keuangan Yogyakarta menyatakan penyaluran KUR ternyata belum sepenuhnya tepat sasaran serta terjadi penyimpanan penyaluran kredit antara lain terdapat temuan usaha fiktif atau kredit yang justru digunakan untuk konsumtif dan hanya untuk memenuhi target tersebut.

Laporan keuangan merupakan hal penting yang menggambarkan kondisi usaha, sehingga manajemen mempunyai dasar dalam segala pengambilan keputusan strategis. Semakin berkualitas laporan keuangan perusahaan yang disajikan, maka semakin berkualitas keputusan yang diambil untuk meningkatkan kinerja usaha. Kinerja usaha mikro dan kecil (UMK) dipengaruhi beberapa faktor meliputi aspek SDM (pemilik, manajer, dan karyawan); aspek keuangan, aspek teknis produksi; dan aspek pemasaran (Munizu, 2010). Menurut Atin (2018) peningkatan profit usaha mikro dipengaruhi oleh ketepatan penggunaan dana, jumlah

kredit, beban kredit, dan prosedur pengajuan kredit. Penelitian Indriyati (2018) menunjukkan bahwa semakin tinggi pemberian kredit, akan meningkatkan perkembangan UKM. Cahyono & Suhada (2016) menemukan bukti bahwa pemberian kredit, kemampuan manajerial dan diferensiasi produk mempengaruhi kinerja UMKM. Penelitian Wahid (2017) laporan keuangan bagi UKM sangat penting dalam menilai keberhasilan usaha.

Namun sebaliknya penelitian Sarwani, Nailiah & Latif (2019) justru menunjukkan kualitas laporan keuangan ternyata belum mampu dijadikan sebagai informasi yang andal bagi perbankan untuk pengambilan keputusan kredit. Penelitian Rudiantoro & Siregar (2012) menunjukkan bahwa kualitas laporan keuangan UMKM tidak berpengaruh terhadap jumlah kredit yang diterima UMKM karena rendahnya kualitas laporan keuangan mengakibatkan relevansi dan keandalan kualitas laporan keuangan UMKM masih diragukan perbankan. Tahirs dan Kannapadang (2018) menyatakan sebagian pemilik UMKM telah mencatat namun belum terorganisir karena pengelola belum memiliki pengetahuan untuk mencatat transaksi keuangan.

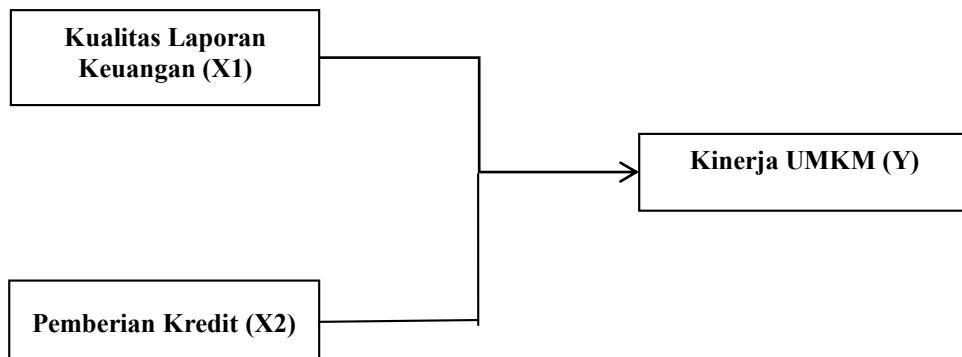
Faktor lain yang mempengaruhi kinerja UMKM yaitu pemberian kredit serta kemudahan akses kredit yang diberikan kepada pelaku UMKM. Pemberian kredit kepada UMKM diharapkan tepat sasaran sehingga mampu menjadi solusi pemenuhan modal bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kapasitas usahanya. Menurut Indriyati (2018) mengungkapkan kemudahan UKM memperoleh kredit untuk menambah modal usahanya akan mempengaruhi perkembangan UKM, sehingga UKM dapat memperoleh kredit untuk menambah modal usahanya. Penelitian Wibowo & Wijaksana (2016) menunjukkan pemberian kredit berpengaruh terhadap pengembangan usaha mikro dan kecil. Menurut Cahyono & Suhada (2016) dengan pemberian kredit mampu memberikan peningkatan terhadap kinerja UMKM. Berbeda dengan hasil penelitian Santoso dkk. (2015) menunjukkan bahwa pemberian bantuan kredit kepada UMKM tidak berpengaruh efektif terhadap kinerja apabila pemberian kredit tidak didukung faktor lain untuk meningkatkan volume dan nilai pemasaran. Pengukuran variabel pemberian kredit dalam penelitian menggunakan indikator yang digunakan oleh Santoso dkk (2015) yaitu syarat, jangka waktu, dan suku bunga.

Teori *stewardship* menurut Donaldson & Davis (1991) merupakan penggambaran kondisi manajer yang bertindak atas motivasi target hasil utama yang mengutamakan kepentingan organisasi bukan termotivasi terhadap kepentingan pribadinya. Menurut Kurniawan (2013) sifat amanah dan setia dari seorang manajer perusahaan terhadap komitmen dalam perusahaan sehingga manajer menyusun laporan keuangan akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Menurut Whetyningtyas & Mulyani (2016) pelaku UMKM yang mempunyai kemampuan menyusun laporan keuangan dengan baik akan lebih bijak dalam menyalurkan dana yang dimiliki untuk memajukan usahanya. Penelitian Wahid (2017) menunjukkan bahwa kemampuan menyusun laporan keuangan mempengaruhi kinerja UMKM, hasil usaha selama satu periode yang nampak pada laporan keuangan akan dijadikan dasar untuk mengevaluasi hasil dan meningkatkan usahanya. Rostikawati and Pirmaningsih (2019) menyebutkan Kemampuan menyusun laporan keuangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM mampu menghasilkan kinerja yang baik karena pelaku UMKM dapat menganalisis dan menentukan strategi penrsahaan sehingga kinerja yang diperoleh kembali membaik. Penyajian informasi dalam laporan keuangan yang berkualitas mampu memberikan dasar pertimbangan yang relevan terhadap pengambilan keputusan oleh pelaku UMKM dalam melakukan evaluasi dan perencanaan sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha.

H1: Kualitas laporan keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

Kredit merupakan salah satu sumber dana yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan operasional usaha. Menurut Whetyningtyas & Mulyani (2016) strategi untuk pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan memberikan kemudahan dalam akses permodalan melalui kebijakan pemerintah yang diharapkan dapat menyediakan bantuan modal untuk mengembangkan usaha para pelaku bisnis. Teori *Stewardship* menurut Donaldson & Davis (1991) lebih menekankan konsekuensi yang menguntungkan pada pengembalian pemegang saham dari struktur otoritas fasilitatif yang menyatukan kepemimpinan dengan menempatkan CEO dan ketua untuk dikendalikan oleh orang yang sama. Indriyati (2018) menyatakan bahwa peningkatan pemberian kredit, maka akan mampu meningkatkan perkembangan UKM. Menurut Pamulasari (2013) penambahan pemberian kredit akan sejalan dengan peningkatan pendapatan UMKM. Pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan kemudahan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM antara lain kredit dengan suku bunga yang rendah serta penyediaan pendanaan khusus bagi pelaku UMKM. Kemudahan akses tersebut diharapkan mampu mengatasi permasalahan usaha kecil dalam permodalan.

H2: Pemberian kredit berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

2. Metodologi

Penelitian dilakukan kepada pelaku UMKM yang aktif mengikuti kegiatan pembinaan dari Dinas Koperasi, UMKM, dan Tenaga Kerja Kota Yogyakarta. Pengambilan data penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Yogyakarta. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert modifikasi skala Likert 5 tingkat. Instrumen terdiri dari variabel independen kinerja laporan keuangan UMKM, variabel dependen kualitas laporan keuangan dan pemberian kredit dengan total 29 pernyataan. Metode pengumpulan data dengan membagikan kuesioner secara langsung secara langsung kepada pelaku UMKM yang aktif dan terdaftar di Dinas Koperasi, UMKM, dan Tenaga Kerja Kota Yogyakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Sebelum membagikan kuesioner kepada responen, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner.

Pengujian pengaruh kualitas laporan keuangan dan pemberian kredit terhadap kinerja UMKM di Kota Yogyakarta dengan menggunakan regresi berganda SPSS. Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana Y variable kinerja UMKM, a sebagai konstanta, X1 kualitas laporan keuangan, X2 pemberian kredit, b1 dan b2 merupakan koefisian regresi, dan e adalah *error item*.

3. Hasil dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran secara umum terhadap variabel-variabel setiap model yang digunakan untuk menguji pengaruh kualitas laporan keuangan dan pemberian kredit terhadap kinerja UMKM untuk melihat penyebaran data variabel-variabel tersebut. Responden penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Yogyakarta sebanyak 47 responden. Statistik deskriptif dari masing-masing variabel akan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
X1	47	29	55	43.04	5.532
X2	47	22	50	35.57	6.334
Y	47	18	40	27.21	4.639
Valid N (listwise)	47				

Sumber: data primer diolah 2019

Variabel kualitas laporan keuangan diukur menggunakan skor ideal memproleh nilai minimum sebesar 18 dan nilai maksimum sebesar 40 dengan nilai rata-rata 27,21 dan standar deviasi 4,639. Variabel kualitas laporan keuangan diukur menggunakan skor ideal memproleh nilai minimum sebesar 29 dan nilai maksimum sebesar 55, nilai rata-rata 43,03 dengan standar deviasi 5,532. Variabel pemberian kredit memiliki nilai minimum sebesar 22, nilai maksimum sebesar 50 dengan rerata mean 35,57 dan standar deviasi sebesar 6,334.

Uji Determinasi

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui berapa besar kemampuan model dalam menerangkan varibel bebas atau dikatakan sebagai proporsi pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.440	.415	.419

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: data primer diolah 2019

Hasil pengujian pada table 2 menunjukkan bahwa kinerja UMKM 41,5% dijelaskan oleh variabel independen kualitas laporan keuangan dan pemberian kredit sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Hasil Uji Hipotesis

Uji signifikansi model regresi ini digunakan untuk menguji hipotesis, peneliti menguji pengaruh kualitas laporan keuangan (X1) dan pemberian kredit (X2) terhadap variabel dependen kinerja UMKM (Y) dengan tingkat signifikansi $p<0,05$ diperoleh hasil sebagai berikut: :

Tabel 3. Hasil Uji Signifikansi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.870	.494			1.761	.085
X1	.273	.147	.250		1.851	.071
X2	.421	.115	.492		3.645	.001

Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa kualitas laporan keuangan memiliki koefisien sebesar 0,273 dengan signifikansi sebesar 0,071. Secara statistik variabel kualitas laporan keuangan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen kinerja UMKM. Variabel pemberian kredit memiliki koefisien korelasi positif yaitu 0,421 dengan signifikansi sebesar 0,001. Secara statistik variabel pemberian kredit memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM yaitu sebesar 42,1%.

Pengaruh Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM

Hasil pengujian hipotesis pertama yaitu kualitas laporan keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM **tidak terdukung**. Hasil penelitian konsisten dengan penelitian Indriyati (2018) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas laporan keuangan namun tidak ada pengaruh terhadap perkembangan UMKM. Penelitian Rudiantoro & Siregar (2012) menunjukkan kualitas laporan keuangan UMKM di Indonesia saat ini tergolong rendah yang mengakibatkan perbankan masih meragukan relevansi dan keandalan kualitas laporan keuangannya, sehingga kualitas laporan keuangan tidak berpengaruh terhadap besarnya jumlah kredit yang diterimanya. Selain itu Debbianita & Sitorus (2016) menjelaskan bahwa tingkat pengetahuan pelaku UMKM mengenai SAK ETAP tidak berdampak terhadap kemudahan akses ke lembaga keuangan. Keandalan laporan keuangan UMKM masih tergolong rendah sehingga informasi tidak relevan maka informasi akan berpotensi besar untuk menyesatkan pengguna informasi dalam pengambilan keputusan. Faktanya perbankan kesulitan memperoleh nasabah baru karena pelaku UMKM belum sepenuhnya mampu melakukan penyusunan laporan keuangan dengan baik. Penyaluran kredit terhadap UMKM lebih fokus sebagai bentuk kepatuhan perbankan terhadap Peraturan Pemerintah terkait kebijakan pembiayaan UMKM.

Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Kinerja UMKM

Hasil pengujian hipotesis yang kedua yaitu pemberian kredit berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM **terdukung**. Hasil penelitian sejalan dengan teori *stewardship* dimana seorang manajer termotivasi dari target hasil utama kepentingan organisasi bukan termotivasi terhadap kepentingan pribadinya. Raharjo (2007) menjelaskan bahwa sebagai manajer akan mengarahkan semua kemampuan dan keahliannya untuk meningkatkan efektifitas pengendalian intern untuk meningkatkan kinerja UMKM. Pelaku UMKM sebagai seorang manajer dapat dipercaya untuk melaksanakan tugas dan fungsinya dengan tepat, membuat pertanggungjawaban keuangan yang diamanahkan kepadanya, sehingga tujuan ekonomi dari usahanya dapat tercapai secara maksimal. Hasil penelitian konsisten dengan penelitian Indriyati (2018) yang menunjukkan bahwa pemberian kredit mampu meningkatkan perkembangan kinerja UMKM. Wahyudiatu & Isroah, (2018) menunjukkan jika aspek keuangan UMKM semakin baik akan diikuti dengan peningkatan kinerja UMKM. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Wibowo & Wijaksana (2016) dan Cahyono & Suhada (2016) yang menunjukkan bahwa pemberian kredit pada UMKM mampu meningkatkan kinerja UMKM. Pemberian kredit kepada UMKM tersebut digunakan sebagai penambahan modal sehingga meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengembangkan usaha serta meningkatkan kinerja UMKM.

4. Kesimpulan

Berdasarkan uraian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama tidak terdukung. Hasil pengujian menunjukkan keandalan laporan keuangan yang tergolong rendah, menjadikan informasi yang disajikan masih diragukan dapat mencerminkan transaksi keuangan yang terjadi sehingga belum mampu menggambarkan kinerja UMKM. Hipotesis kedua terdukung, variabel pemberian kredit mampu meningkatkan kinerja UMKM. Kemudahan aksesibilitas pendanaan akan membantu pelaku UMKM dalam aspek permodalan untuk mengembangkan usahanya. Implikasi dari aspek kualitas laporan keuangan menunjukkan bahwa kualitas laporan keuangan UMKM tergolong masih rendah. Pihak perbankan agar lebih selektif dalam menyalurkan kredit dengan memperhatikan kualitas laporan keuangan. Pemberian kredit kepada UMKM terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM melalui kemudahan aksesibilitas dana, sehingga mampu meningkatkan jumlah konsumen dan keuntungan pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat memberikan saran kepada Dinas terkait khususnya Dinas Koperasi, UMKM, Tenaga Kerja dan Transmigrasi menyelenggarakan kegiatan pelatihan penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM bagi para pelaku UMKM di Kota Yogyakarta agar mampu menyusun laporan keuangan yang berkualitas. Pihak perbankan hendaknya lebih selektif dalam menyalurkan kredit dengan mempertimbangkan kualitas laporan keuangan UMKM.

5. Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Atin, T. D. N. (2018). Pengaruh efektivitas kredit usaha rakyat (KUR) terhadap peningkatan profit usaha mikro (studi kasus pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Purwomartani

- Kalasan Sleman Yogyakarta). In *Journal of Materials Processing Technology* (Vol. 1). <https://doi.org/10.1109/robot.1994.350900>
- Baihaqi, W. T. (2016). Pengaruh Persepsi Atas Tujuan Laporan Keuangan Dan the Financial Report Purpose and Accounting Knowledge Effect. *Jurnal Profita*, 6.
- Bank Indonesia. *Peraturan Bank Indonesia*. , (2015).
- Cahyono, K., & Suhada, B. (2016). Pengaruh Pemberian Kredit, Kemampuan Manajerial dan Difrensiasi Produk Terhadap Kinerja UMKM di Kota Metro. *Derivatif*, 10(1). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Darwin. (2018). UMKM Dalam Perspektif Pembiayaan Inklusif Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 26(1), 59–76. <https://doi.org/10.14203/jep.26.1.2018.59-76>
- Debbianita, D., & Sitorus, D. N. (2016). Analisis Determinan Tingkat Pengetahuan Pelaku UMKM Mengenai SAK ETAP Serta Pengaruhnya Terhadap Kemudahan Akses Ke Lembaga Keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 86–104.
- Donaldson, L., & Davis, J. H. (1991). Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Management*, 16(1), 49–64. <https://doi.org/10.1177/031289629101600103>
- Gunartin. (2017). Penguatan UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *EDUKA Jurnal Pendidikan, Hukum Dan Bisnis*, 1(V), 59–74.
- Ikatan Akuntansi Indonesia, I. (2016). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah. In *Ikatan Akuntan Indonesia*. Retrieved from <http://russellbedford.co.id/foto/Newsletter Russell Bedford SBR Edisi No. 4, 2017.pdf>
- Indriyati, M. (2018). Pengaruh kualitas laporan keuangan dan pemberian kredit terhadap perkembangan UKM Gerabah Kasongan. *Univeristas PGRI Yogyakarta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kurniawan, M. (2013). Pengaruh Komitmen Organisasi, Budaya Organisasi, dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Organisasi Publik (Studi Empiris pada SKPD Pemerintah Kabupaten Kerinci). *Jurnal Akuntansi*, 1(3), 69–73. <https://doi.org/10.11113/jt.v56.60>
- Munizu, M. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 12(1), 33–41. <https://doi.org/10.9744/jmk.12.1.pp.33-41>
- Mutmainah, I. (2015). Effectiveness of Empowerment Micro Enterprise. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 16(1), 85. <https://doi.org/10.23917/jep.v16i1.940>
- Pamulasari, D. P. (2013). Pengaruh pemberian kredit terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah pada koperasi kartika wijaya di kelurahan wirun kecamatan mojolaban tahun 2013. In *Jurnal Teknologi*. <https://doi.org/10.11113/jt.v56.60>
- Raharjo, E. (2007). Agency Theory Vs Stewardship Theory in the Accounting Perspective. *Fokus Ekonomi*, 2(1), 37–46. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0076-6879\(07\)33002-4](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0076-6879(07)33002-4)
- Rostikawati, R., & Pirmaningsih, L. (2019). Pengaruh kemampuan menyusun laporan keuangan dan latar belakang pendidikan yang dimiliki oleh pelaku UMKM terhadap kinerja UMKM. *LIABILITY*, 01(2), 1–21.
- Rudiantoro, R., & Siregar, S. V. (2012). Kualitas Laporan Keuangan Umkm Serta Prospek

Implementasi Sak Etap. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 9(1), 1–21. <https://doi.org/10.21002/jaki.2012.01>

Santoso, I., Yuwandini, D., & Mustaniroh, S. A. (2015). Pengaruh Kredit Dan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja UMKM agroindustri Dengan Pemasaran Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(3), 174–182. <https://doi.org/10.17358/jma.12.3.174>

Sarwani, Nailiah, R., & Latif, D. M. (2019). Pengaruh Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Umkm Serta Prospek Implementasi Sak Etap. *Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan)*, 4(1), 11–29. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.9>

Statistik, B. P. (2019). *Potensi peningkatan kinerja Usaha Mikro Kecil*.

Tahirs, J.P. & Kannapadang, R.S. (2018). Membangun Model Pembukuan Usaha Mikro di Kabupaten Tana Toraja (Studi Kasus Usaha Kuliner). *JEMMA (Jurnal of Economic, Management and Accounting)*, 1(2), 89–96.

Wahid, N. N. (2017). Pengaruh kemampuan menyusun laporan keuangan dan motivasi terhadap kinerja ukm di kota tasikmalaya. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 1–16.

Wahyudiati, D., & Isroah. (2018). Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Desa Kasongan. *Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(2), 1–11.

Whetyningtyas, A., & Mulyani, S. (2016). Analisis pengaruh kemampuan menyusun laporan keuangan, latar belakang pendidikan, dan kredit terhadap kinerja operasional UMKM (studi empiris di klaster bordir dan konveksi Desa Padurenan, Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus). *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 146–156.

Wibowo, U. N., & Wijaksana, T. I. (2016). Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 3557–3562.



Analisis Pengaruh Faktor Motivasi Terhadap Kinerja Dengan *Knowledge Sharing* Sebagai *Intervening Variabel*

(Studi Terhadap Aparatur Dinas Perhubungan Kota Tidore Provinsi Maluku Utara)

Marwan^{1,*}, Adnan Radjak¹, Taufik²

¹ *Program Studi Manajemen, Universitas Khairun Ternate*

² *Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan*

*Correspondent Email: marwan.jamaluddin@yahoo.co.id

Article History:

Received: 05-11-2020; Received in Revised: 07-01-2021; Accepted: 11-01-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.496>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik terhadap kinerja pegawai Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan dengan knowledge sharing sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan pendekatan verifikatif deskriptif. Penelitian dilakukan di Dinas Perhubungan dan 3 UPTD di bawah Dinas Perhubungan. Jumlah populasi sebanyak 120 karyawan dan penentuan jumlah sampel menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh sampel sebanyak 79 responden. Alat analisis yang digunakan adalah Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa motivasi intrinsik berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan, motivasi ekstrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan, motivasi intrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap berbagai pengetahuan, motivasi ekstrinsik berpengaruh signifikan terhadap berbagai pengetahuan, berbagai pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap berbagai pengetahuan, dan juga berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Uji mediasi menunjukkan bahwa knowledge sharing tidak memediasi pengaruh motivasi intrinsik terhadap kinerja karyawan, dan sebaliknya knowledge sharing memediasi pengaruh motivasi ekstrinsik terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci: Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik, Knowledge Sharing, Kinerja Karyawan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of intrinsic motivation and extrinsic motivation on employee performance at the Tidore Islands City Transportation Department with knowledge sharing as an intervening variable. This research uses a descriptive-verification approach. The study was conducted at the Transportation Office and 3 UPTDs under the Transportation Office. The total population is 120 employees and the determination of the number of samples using a purposive sampling method to obtain a sample of 79 respondents. The analysis tool used is the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results of hypothesis testing indicate that intrinsic motivation has a significant effect on employee performance, extrinsic motivation has no significant effect on employee performance, intrinsic motivation has no significant effect on knowledge sharing, extrinsic motivation has a significant effect on knowledge sharing, knowledge sharing has a significant effect on employee performance. The mediation test shows that knowledge sharing does not mediate the effect of intrinsic

motivation on employee performance, and on the other hand, knowledge sharing mediates the effect of extrinsic motivation on employee performance.

Keywords: Intrinsic Motivation, Extrinsic Motivation, Knowledge Sharing, Employee Performance.

1. Pendahuluan

Setiap organisasi perlu didukung oleh sumber daya manusia yang memiliki kompetensi yang tinggi pada bidangnya masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia merupakan bagian yang sangat vital bagi kelangsungan dan keberhasilan organisasi. Namun demikian, SDM yang sesuai dengan tuntutan kebutuhan organisasi tersebut terbatas, sementara organisasi yang membutuhkannya terus tumbuh. Oleh sebab organisasi harus dapat memenuhi berbagai kebutuhan para pegawai sehingga dapat bertahan di dalam sebuah organisasi

Menurut Rivai (2005) kinerja sebagai hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas yang dibandingkan dengan berbagai kemungkinan seperti standar hasil kerja, target, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati. Sementara itu menurut Robbins et al., (1999) kinerja dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu faktor individual, faktor psikologis dan faktor organisasi.

Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan merupakan salah satu instansi yang berada pada Pemerintah yang tugasnya membantu melaksanakan urusan pemerintahan dibidang perhubungan. Selain itu juga Dinas Perhubungan merupakan sebuah instansi yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) bagi Pemerintah Kota Tidore Kepulauan dari sektor retribusi daerah. Data menunjukkan bahwa di dalam 2 tahun terakhir, yakni tahun 2017 dan 2018 realisasi capaian selalu berada di bawah target yang telah diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pegawai Dinas Perhubungan terjadi mengalami penurunan.

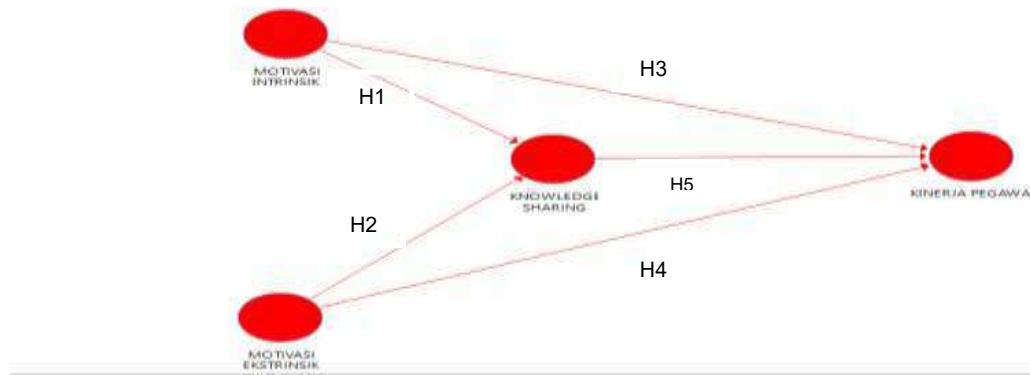
Beberapa penelitian yang telah dilakukan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja diantaranya oleh Edirisooriya (2014) mengungkapkan bahwa motivasi intrinsik dapat meningkatkan kinerja pegawai. Gyamfi (2015) juga menemukan hal yang sama bahwa motivasi intrinsic berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Sementara itu pada penelitian yang dilakukan oleh Mihrez dan Armanu (2014), menemukan hasil yang berbeda. Yaitu bahwa motivasi intrinsik memiliki efek negatif pada kinerja karyawan.

Motivasi ekstrinsik juga dapat meningkatkan *knowledge sharing* yang diungkapkan oleh Law et al., (2017) bahwa motivasi ekstrinsik yang berbasis perilaku terutama memiliki fungsi ekonomi untuk mengubah persepsi keuntungan dan kerugian dalam melakukan *knowledge sharing*. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian hadiah secara ekonomi, pengembangan karir dan pengakuan, akan mendorong karyawan untuk melakukan *knowledge sharing*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Razmerita et al., (2016) motivasi ekstrinsik memiliki pengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing* untuk mengukur pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja pegawai dapat menggunakan indikator di atas.

Wening et al., (2016) menyatakan bahwa aktifitas *knowledge sharing* mempengaruhi meningkatnya kinerja karyawan, dengan karyawan selalu berusaha mempelajari pengetahuan dan berbagi pengetahuan kepada rekan kerja dalam satu organisasi, hal ini dapat meningkatkan kinerja dari pegawai tersebut dan juga kinerja dari instansi dimana dia berada. Hal ini sesuai dengan penelitian Kuzua dan Özilhan (2014) tentang berbagi pengetahuan memiliki hubungan

positif tingkat menengah dengan kinerja karyawan, penelitian Indah *et al.*, (2017) tentang berbagi pengetahuan dan transfer pelatihan bersama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan.

Susanty *et al.*, (2014) hasil motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik terhadap kinerja melalui *knowledge sharing* motivasi intrinsic dan motivasi ekstrinsik mempengaruhi berbagi pengetahuan masing 21,2% dan 29%, berbagi pengetahuan mempengaruhi kinerja sebesar 10%. Sesuai dengan hasil perhitungan adanya pengaruh tidak langsung secara signifikan antara motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik terhadap kinerja melalui *knowledge sharing*. Adapun tujuan dari pebelitian ini yaitu untuk mengetahui ada pengaruh motivasi terhadap *knowledge sharing* dan kinerja pegawai Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat digunakan kerangka konsep penelitian sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

2. Metodologi

Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah pegawai yang berada di Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan dan Kantor Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Terminal Soasio. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 80 orang terdiri dari 50 pegawai negeri sipil (PNS) dan 30 pegawai honorer.

Dari jumlah populasi di atas pegawai yang berada dikantor Dinas Perhubungan 25 orang pegawai PNS dan 8 orang pegawai honorer, yang berada di UPTD Terminal Soasio sebanyak 8 orang pegawai PNS dan 8 orang pegawai honorer, pegawai UPTD Terminal Rum sebanyak 6 orang pegawai PNS dan 7 orang pegawai honorer dan UPTD Terminal Sofifi 8 orang pegawai PNS dan pegawai Honorer 7 orang. Seluruh populasi dijadikan sebagai sampel untuk dijadikan responden penelitian ini dengan jenis teknik pengambilan sampel yaitu sampling jenuh (Irwan & Haryono, 2015).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu (1) Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner tertutup dengan menggunakan skala pengukuran interval atau *likert*. Dimana jawaban yang disajikan dalam kuisioner dengan alternatif pilihan yang sudah di sediakan dengan memberikan tanda (✓). Pertanyaan yang di sajikan dalam kuisisioner berhubungan dengan motivasi, kinerja pegawai dan *knowledgesharing*. (2) Model Analisis SEM-PLS. Untuk menguji pengaruh antara variabel bebas (*eksogen*) dan terikat (*endogen*) yakni pengaruh motivasi dan *knowledge sharing* terhadap terhadap kinerja pegawai Pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan, maka model analisis yang digunakan adalah model persamaan struktural (*SEM*) dengan menggunakan

Partial Least Square (PLS) sebagai alat uji statistik. PLS adalah suatu metode statistik SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi linear berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (*missing values*) dan multikolinearitas (Byrne, 2012).

Nilai koefisien path dan inner menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengajuan hipotesis. Skor koefisien path dan inner model yang ditunjukkan oleh nilai T-statistic, harus di atas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (two-tailed) dan di atas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (one-tailed) untuk pengajuan hipotesis pada alpha 5 persen dan power 80%. Uji t_h (uji t hitung) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kepribadian dan kepuasan kerja) secara parsial (individu) terhadap variabel dependen (kinerja pegawai). Uji t_h dilakukan dengan membanding nilai t_h dengan nilai yang ada pada t tabel, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 di tolak
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a di tolak.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Evaluasi Model Pengukuran (*outer model*)

Model pengukuran (*outer model*) dimaksudkan untuk melihat gambaran hubungan antara variabel laten dengan variabel indikator. Adapun kriteria yang digunakan dalam mengevaluasi model pengukuran (*outer model*), yaitu *convergen validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

Convergen Validity

Convergen validity dapat dinilai berdasarkan pada korelasi antar skor indikator dengan skor variabelnya. Sebuah indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai *outer loading* > 0.65 . Selain itu, *convergen validity* juga dapat dinilai dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). *Convergen validity* akan dikatakan baik jika nilai AVE masing-masing variabel adalah ≥ 0.5 . Adapun hasil evaluasi *convergen validity* dapat dilihat pada tabel *outer loading* dibawah ini.

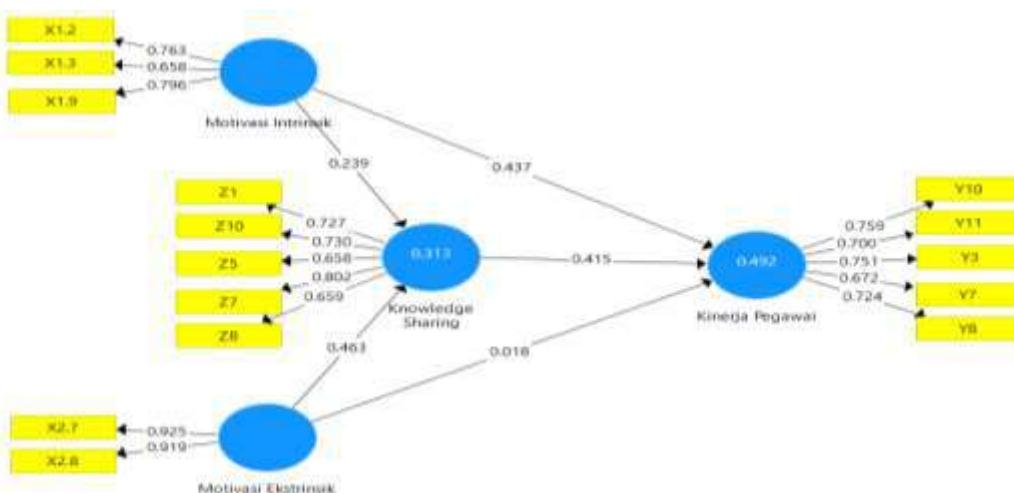
Tabel 1. Hasil *Outer Loading*

Item	Kinerja Pegawai	Knowledge Sharing	Motivasi Ekstrinsik	Motivasi Intrinsik
X1.1				0.561
X1.10				0.455
X1.2				0.718
X1.3				0.654
X1.4				0.496
X1.5				0.409
X1.6				0.400
X1.7				0.454
X1.8				0.596
X1.9				0.634
X2.1			0.398	
X2.2			0.324	
X2.3			0.531	
X2.4			0.352	
X2.5			0.436	
X2.6			0.434	
X2.7			0.800	
X2.8			0.851	

Y1	0.601
Y10	0.745
Y11	0.643
Y12	0.650
Y2	0.621
Y3	0.612
Y4	0.592
Y5	0.509
Y6	0.649
Y7	0.670
Y8	0.630
Y9	0.594
Z1	0.664
Z10	0.692
Z2	0.534
Z3	0.421
Z4	0.696
Z5	0.603
Z6	0.468
Z7	0.703
Z8	0.657
Z9	0.571

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan pada table 1, dapat dilihat bahwa terdapat 26 item yang memiliki nilai *outer loading* dibawah 0.65. Item tersebut adalah tujuh item variabel motivasi intrinsik, yakni X1.1, X1.4, X1.5, X1.6, X1.7, X1.8, dan X1.10, enam item variabel motivasi ekstrinsik, yakni X2.1, X1.2, X2.3, X2.4, X2.5, dan X2.6, lima item variabel *knowledge sharing*, yakni Z2, Z3, Z4 Z6, dan Z9, dan tujuh item variabel kinerja pegawai, yakni Y1, Y2, Y4, Y5, Y6 Y9 dan Y12. Oleh karena 26 item tersebut memiliki nilai *outerloading* yang tidak sesuai dengan kriteria, maka model pengukuran harus dimodifikasi dengan cara indikator dengan nilai *outer loading*<0,65 tersebut dieliminasi atau dibuang dan kemudian dilakukan pengujian kembali. Adapun model pengukuran setelah dimodifikasi dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. Nilai *Outer Loading* Setelah Modifikasi Ketiga

Berdasarkan pada gambar 2, dapat dilihat bahwa setelah model dimodifikasi, seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* diatas 0.65 sehingga seluruh indikator telah memenuhi syarat *convergen validity*.

Kriteria kedua adalah dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Adapun nilai AVE dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 2. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) Setelah Modifikasi Ketiga

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kinerja Pegawai	0.521
<i>Knowledge Sharing</i>	0.515
Motivasi Ekstrinsik	0.850
Motivasi Intrinsik	0.549

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan pada Tabel 2, di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) diatas 0.5 yang artinya, seluruh indikator yang ditetapkan telah memenuhi syarat *convergen validity*.

Discriminant Validity

Discriminant validity dapat dinilai berdasarkan pada nilai *cross loading* dari setiap indikator terhadap masing-masing variabel laten. Apabila korelasi antar konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari pada korelasi dengan variabel laten lainnya, maka konstruk laten tersebut memprediksi variabel laten lebih baik dari pada variabel laten lainnya. Metode lain yang digunakan untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan *fornell-larcker* yakni membandingkan akar *Average Variance Extracted* (AVE) yang terdapat untuk setiap variabel dengan korelasi antara variabel dengan variabel lainnya dalam model. Adapun nilai *cross loading* dari hasil analisis dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Nilai *Cross Loading*

Item	Kinerja Pegawai	<i>Knowledge Sharing</i>	Motivasi Ekstrinsik	Motivasi Intrinsik
X1.2	0.418	0.174	0.125	0.763
X1.3	0.370	0.133	0.136	0.658
X1.9	0.480	0.366	0.151	0.796
X2.7	0.334	0.451	0.925	0.177
X2.8	0.235	0.486	0.919	0.165
Y10	0.759	0.545	0.387	0.391
Y11	0.700	0.328	0.125	0.519
Y3	0.751	0.420	0.187	0.279
Y7	0.672	0.329	0.155	0.462
Y8	0.724	0.403	0.233	0.406
Z1	0.454	0.727	0.498	0.211
Z10	0.314	0.730	0.334	0.177
Z5	0.486	0.658	0.162	0.316
Z7	0.359	0.802	0.406	0.153
Z8	0.388	0.659	0.373	0.298

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 3, dapat dilihat bahwa korelasi masing-masing indikator dengan konstruknya lebih besar dibandingkan dengan konstruk yang lain. Hal ini memiliki arti bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada bloknya sendiri lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lain.

Kriteria kedua adalah dengan *fornell-larcker* yakni membandingkan akar *Average Variance Extracted* (AVE) yang terdapat untuk setiap variabel dengan korelasi antara variabel dengan variabel lainnya dalam model. Adapun nilai *fornell-larcker* dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai Fornell-Larcker Criterion

Variabel	Kinerja Pegawai	Knowledge Sharing	Motivasi Ekstrinsik	Motivasi Intrinsik
Kinerja Pegawai	0.722			
Knowledge Sharing	0.566	0.717		
Motivasi Ekstrinsik	0.309	0.507	0.922	
Motivasi Intrinsik	0.575	0.325	0.186	0.741

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 4, dapat dilihat bahwa akar *Average Variance Extracted* (AVE) yang terdapat untuk setiap variabel lebih besar dari variabel lainnya dimana akar AVE variabel kinerja pegawai sebesar 0,722, variabel *knowledge sharing* sebesar 0,717, variabel motivasi ekstrinsik sebesar 0,922, dan untuk variabel motivasi intrinsik adalah sebesar 0,741. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa syarat *discriminant validity* telah terpenuhi.

Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Composite reliability dan *cronbach's alpha* dimaksudkan untuk melihat reliabilitas atau derajad konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0.70 untuk dapat dikatakan suatu indikator tersebut realibel. Penilaian lain yang dapat digunakan adalah dengan melihat nilai *cronbach's alpha*. Suatu indikator akan dikatakan realibel jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0.60. Adapun nilai *Composite reliability* dan *cronbach's alpha* dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

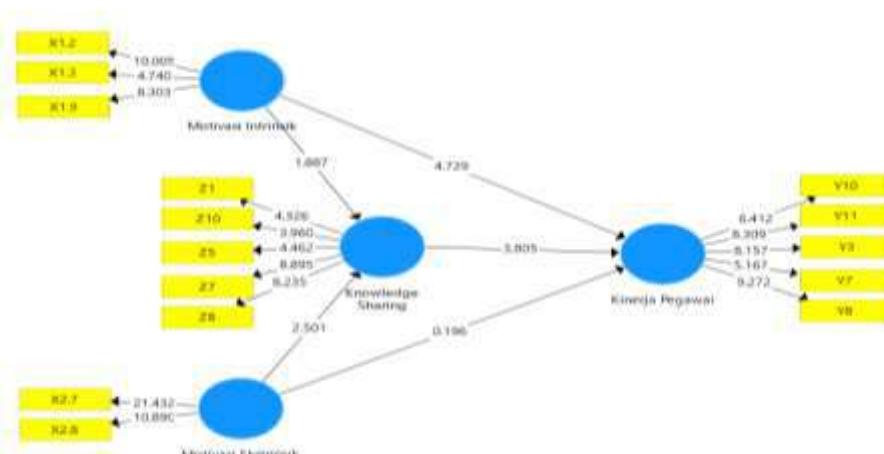
Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kinerja Pegawai	0.770	0.845
Knowledge Sharing	0.763	0.841
Motivasi Ekstrinsik	0.823	0.919
Motivasi Intrinsik	0.598	0.784

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 5, dapat dilihat bahwa masing-masing konstruk memiliki nilai *Composite reliability* diatas 0.70 dan nilai *cronbach's alpha* diatas 0.60 sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk dalam model yang diestimasi memiliki reliabilitas yang baik.

Evaluasi Model Struktural

Untuk mengevaluasi model struktural dalam penelitian ini, dengan melihat nilai *R Square* untuk konstruk dependen. Evaluasi model struktural dilakukan dengan menggunakan metode *resampling bootstrap*. Adapun hasil analisis model struktural dengan aplikasi *SmartPLS* yaitu



Gambar 3. Model Struktural (Inner Model)

Dalam menilai model struktural, pertama adalah dengan melihat nilai *R Square* untuk setiap variabel laten endogen. Apabila nilai *R Square* semakin besar (mendekati angka 1), maka dapat dikatakan bahwa model yang digunakan dapat menerangkan pengaruh variabel laten eksogen yang diteliti terhadap variabel laten endogen. Sebaliknya, apabila nilai *R Square* semakin kecil (mendekati angka 0), ini berarti bahwa model tidak dapat menerangkan pengaruh variabel laten eksogen yang diteliti terhadap variabel laten endogen secara substantif. Adapun nilai *R Square* dapat dilihat pada tabel dibawah ini. Adapun nilai *R Square* dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6. Nilai *R Square*

Variabel	R Square
Kinerja Pegawai	0.492
Knowledge Sharing	0.313

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 6, diperoleh nilai *R Square* untuk variabel kinerja pegawai adalah sebesar 0.492 dan untuk variabel *knowledge sharing* sebesar 0.313. Hal ini memiliki arti bahwa sebesar 49,2% variabel kinerja pegawai dapat dijelaskan oleh variabel motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik, dan *knowledge sharing*. Sedangkan sisanya sebesar 50,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Disisi lain sebesar 31,3% variabel *knowledge sharing* dapat dijelaskan oleh variabel motivasi intrinsik, dan motivasi ekstrinsik. Sedangkan sisanya sebesar 68,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, untuk pengujian hipotesis antara pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan dengan melihat *output path coefficient* dari hasil *resampling bootstrapping*, sedangkan pengaruh tidak langsung dilihat pada *output specific indirect effects*.

Tabel 7. *Output Path Coefficient* dan *Specific Indirect Effects*

Pengaruh	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
MI -> KP	0.437	0.435	0.092	4.729	0.000
ME -> KP	0.018	0.029	0.089	0.196	0.845
MI -> KS	0.239	0.257	0.127	1.887	0.060
ME -> KS	0.463	0.444	0.185	2.501	0.013
KS -> KP	0.415	0.414	0.109	3.805	0.000
MI -> KS -> KP	0.099	0.112	0.066	1.499	0.134
ME -> KS -> KP	0.192	0.180	0.086	2.231	0.026

Sumber: Data primer yang diolah (2020)

Pembahasan

Pengaruh Motivasi Intrinsik Terhadap Kinerja Pegawai

Hasi pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa adanya pengaruh motivasi intrinsik terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan dengan *t*-statistik sebesar 4.729 dan *P-value* sebesar 0.000, dengan arah positif signifikan. Yang artinya semakin besar motivasi intrinsik seorang pegawai maka akan meningkatkan kinerja pegawai tersebut. Hal ini sesuai dengan apa yang terjadi di Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan, dengan volume kerja yang besar yang diberikan kepada pegawai negeri sipil (PNS) maupun pegawai honorer untuk mencapai target pendapatan asli daerah (PAD) yang telah diberikan oleh

Pemerintah Daerah kepada Dinas Perhubungan sebagai pengelola PAD dan penyelengara pemerintahan pada sektor perhubungan. Sehingga pegawai mampu menjalankan tugas sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh Dinas Perhubungan untuk mencapai target pendapatan asli daerah (PAD). Dengan menerapkan kuantitas kerja yang tinggi, datang kerja tepat waktu di tempat tugas, kualitas personal, koomparatif dan rasa tanggungjawab yang tinggi sehingga pegawai termotivasi secara intrinsik dalam mlaksanakan bekerja dengan baik dan pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja pegawai tersebut.

Hasil ini sejalan dengan pendapat Herzberg dalam Robbins dan Judge (2015) yang menjelaskan faktor motivator (faktor intrinsik) merupakan memotivasi atas pekerjaan mereka, atau hasil yang secara langsung dapat diperoleh dari pekerjaan seperti kesempatan kenaikan pangkat, peluang pertumbuhan pribadi, pengakuan, tanggung jawab dan pencapaian. Sedangkan Ryan dan Deci (2000) mendefenisikan motivasi intrinsik sebagai aktivitas melakukan suatu kegiatan yang melekat pada kepuasan daripada konsekuensi yang terpisah. Ketika seseorang termotivasi secara intrinsik tergerak untuk bertindak demi kesenangan atau tantangan yang terjadi daripada kerena tekanan ekternal atau imbalan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Makki dan Abid (2017) bahwa motivasi intrinsik berpengaruh positif terhadap kinerja tuga pegawai. Sedangkan Mensah et al., (2016) ada hubungan signifikan antara motivasi intrinsik terhadap kinerja pegawai. Begitu juga yang di kemukakan oleh Gyamfi (2015) dan Erwina (2018) motivasi intrinsik berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pegawai.

Pengaruh Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan tidak adanya pengaruh motivasi ekstrinsik terhadap kinerja pagawai Dinas Perhubungan dengan $t_{statistik}$ sebesar 0.196 dan $P-value$ sebesar 0.845, dengan arah positif signifikan Hasil ini menunjukkan bahwa motivasi ektrinsik yang di berikan belum mampu meningkatkan kinerja pegawai. Hasil di atas sesuai dengan keadaan sekarang pada Dinas Perhubungan dengan volume kerja yang besar untuk mencapai target retribusi yang di berikan setiap hari kepada baik pegawai negeri sipil maupun pegawai honorer, datang di tempat penagih retribusi tepat pada waktunya dan di berikan tanggungjawab kepada setiap pegawai Dinas Perhubungan kepada baik pegawai negeri sipil maupun pegawai honorer untuk mencapai target pendapatan asli daerah (PAD) dalam satu tahun. Hal ini tidak di dukung dengan pemberian motivasi secara ektrinsik seperti pemberian tunjang penghasilan sesuai dengan tanggungjawab besar, belum maksimalnya pemberian bonus ketika target pendapatan asli daerah (PAD) tercapai dan pemberian gaji pegawai honorer yang belum sesuai dengan upah minimum daerah. Hal berdampak pada penurunan kinerja pegawai Dinas Perhubungan.

Hasil yang sama juga terdapat pada hasil perhitungan *deskriptif* sebaran kuesioner pada item pertanyaan masa kerja yang tergambar pada tabel 4.5 dimana semakin lama masa kerja pegawai negeri sipil (PNS) dengan masa kerja 3-10 tahun sampai 21-30 tahun mengalami penurunan motivasi ekstrinsik sehingga berakibat pada penurunan kinerja pegawai hal ini terjadi karena belum maksimalnya pemberian tunjangan penghasilan berdasarkan beban kerja, bonus dan promosi jabatan. Selain itu hal yang sama terjadi pada pegawai honorer semakin lama bekerja motivasi ektrinsik juga mengalami penurunan yang berakibat pada penurunan kinerja pegawai, salah satu masalah selain gaji, pengalihan status dari pegawai honoren menjadi pegawai negeri sipil (PNS) juga menjadi masalah sekarang ini.

Herzberg dalam Robbins dan Judge (2015) faktor *hygiene* (motivasi ektrinsik) memotivasi seseorang untuk keluar dari ketidakpuasan, termasuk di dalamnya adalah mutu pengawasan, gaji, kebijakan perusahaan, kondisi fisik kerja, hubungan dengan orang lain dan keamanan pekerjaan. Begitu juga pegawai yang tidak puas dengan instansi atau rekan kerja dalam satu instansi maka akan berpengaruh pada kinerja pegawai tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Jannah dkk, (2017) motivasi ekstrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Dirianzani dkk, (2014) motivasi ektrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

Pengaruh Motivasi Intrinsik Terhadap *Knowledge Sharing*

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan tidak adanya pengaruh motivasi intrinsik terhadap *knowledge sharing* pada Dinas perhubungan Kota Tidore Kepulauan dengan $t_{statistik}$ sebesar 1.887 dan $P-value$ sebesar 0.06, dengan arah positif signifikan yang artinya pegawai tidak termotivasi secara intrinsik untuk melakukan *knowledge sharing* dilingkup Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan. Dari hasil di atas sesuai dengan apa yang terjadi sekarang ini pada Dinas Perhubungan kota Tidore Kepulauan, banyak pegawai yang belum termotivasi secara intrinsik belajar secara mandiri dan belum maksimal melakukan budaya *knowledge sharing*, yang pada akhirnya ketergantungan Dinas Perhubungan pada beberapa pegawai sangat besar. Seperti satu pegawai di berikan beban kerja yang cukup besar untuk mengelola 8 aplikasi sistem informasi, ada pekerjaan yang hanya bisa dilakukan oleh satu pegawai itu saja, dan tidak berani mengambil tantangan jika di berikan pekerjaan yang memerlukan pengetahuan yang baru.

Tobing (2007) menjelaskan salah satu faktor penghambat *knowledge sharing* para pegawai adalah tidak memiliki motivasi secara intrinsik dan daya yang memadai untuk belajar mandiri, walaupun pengetahuan sudah tersimpan pada *memory* perusahan. Selain itu *knowledge sharing* tidak dapat berjalan dengan baik karena tidak adanya kemauan untuk melakukan. Dari uraian di atas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yustina (2016) motivasi intrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap niat melakukan *knowledge sharing*. Ini menunjukkan pegawai termotivasi secara intrinsik untuk melakukan perilaku *knowledge sharing* belum tentu pegawai tersebut mempunyai niat untuk melakukannya.

Pengaruh Motivasi Ekstrinsik Terhadap *Knowledge Sharing*

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan adanya pengaruh motivasi ekstrinsik terhadap *knowledge sharing* dengan $t_{statistik}$ sebesar 2.501 dan $P-value$ sebesar 0.013, dengan arah positif signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa pegawai Dinas Perhubungan termotivasi secara ekstrinsik untuk melakukan perilaku *knowledge sharing*. Hasil di atas sesuai dengan kondisi yang ada pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan. Dengan memberikan motivasi ektrinsik dalam bentuk tunjangan penghasilan berdasarkan beban kerja kepada pegawai ketika diberi tugas tambahan yang memerlukan pengetahuan yang dimiliki oleh pegawai tersebut dan memelukan pengetahuan baru sehingga pegawai tersebut berusaha untuk belajar secara mandiri dan melakukan *knowledge sharing* dari rekan kerja di luar Dinas Perhubungan.

Dari uraian di atas diambil kesimpulan motivasi ekstrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap *knowledge sharing*. Penelitian ini dukung oleh penelitian yang dilakukan Mohammad dkk, (2018) motivasi ektrinsik memiliki pengaruh positif terhadap niat dan sikap berbagi pengetahuan. Sementara Assegaff dkk, (2016) motivasi ektrinsik berpengaruh positif terhadap *knowledge sharing*.

Pengaruh *Knowledge Sharing* Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan adanya pengaruh *knowledge sharing* terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan dengan $t_{statistik}$ sebesar 3.805 dan $P-value$ sebesar 0.05, dengan arah positif signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku *knowledge sharing* dapat meningkatkan kinerja pegawai Dinas Perhubungan. Dikarenakan *knowledge sharing* merupakan faktor yang kuat untuk mendorong kinerja pegawai karena pegawai terus mengalami pengetahuan baru tentang pekerjaan yang dilakukan maupun pengetahuan umum diluar pekerjaan. Selain itu dua indikator *knowledge sharing*

antara lain *knowledge collection* dan *knowledge donating*. Ini menunjukan pegawai Dinas Perhubungan selalu menerapkan perilaku berbagi pengetahuan dan menerima pengetahuan yang baru. Untuk meningkatkan pengetahuan setiap pegawai dalam Dinas Perhubungan dikirim untuk mengikuti diklat dan pelatihan yang selenggarakan oleh Pemerintah Kota Tidore maupun yang dilaksanakan oleh Kementerian Perhubungan RI. Selain itu untuk mempermudah mendapatkan pengetahuan yang baru Dinas Perhubungan memberikan fasilitasi internet yang dapat diakses oleh setiap pegawai. Hal ini berdampak pada pegawai Dinas Perhubungan dapat belajar secara mandiri yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja pegawai.

Hasil penelitian ini di dukung penelitian yang dilakukan oleh Aksoy dkk (2016) menyatakan bahwa berbagi pengetahuan memberikan peluang efektivitas untuk meningkatkan produktivitas dan membantu menjaga modal intelektual. Yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja pegawai. Selain itu, peningkatan kinerja ini terus berlanjut bahkan jika individu keluar dari organisasi. Dengan demikian tidak salah untuk menyatakan bahwa berbagi pengetahuan mempengaruhi kinerja pegawai. Sementara Kang dkk (2008) menjelaskan *knowledge sharing* mempengaruhi kinerja pegawai tergantung pada rasa saling percaya antara individu yang terlibat dalam membagi pengetahuan dan penerapan pengetahuan baru. Secara khusus berbagi pengetahuan membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi antara individu, karena mereka cenderung salah paham dan mengambil keuntungan dari kekurangan penjelasan pengetahuan. Dengan demikian, rasa saling percaya antara pegawai yang terlibat *knowledge sharing* sangat penting dalam meningkatkan kinerja pegawai. Dari uraian hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Safitri dkk (2018) adanya pengaruh signifikan antara *knowledge sharing* terhadap kinerja pegawai. Hal yang sama dikemukakan oleh Saputro dkk, (2018) bahwa *knowledge sharing* berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

Pengaruh Motivasi Intrinsik Terhadap Kinerja Pegawai Melalui *Knowledge Sharing* Sebagai Pemediasi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis *knowledge sharing* tidak signifikan sebagai mediasi motivasi intrinsik terhadap kinerja pegawai dengan $t_{statistik}$ sebesar 1.499 dan $P-value$ sebesar 0.06, dengan arah positif signifikan. Artinya *knowledge sharing* bukan variable mediasi antara motivasi intrinsik terhadap kinerja pegawai pada Dinas perhubungan Kota Tidore kepulauan. Hal ini sesuai dengan kondisi yang ada pada dinas Perhubungan dimana perilaku *knowledge sharing* diantara pegawai Dinas Perhubungan belum dilaksanakan dengan baik dan *knowledge sharing* belum di jadikan budaya dalam lingkup Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan. Walaupun sebagian pegawai memiliki motivasi intrinsik untuk melalukan *knowledge sharing* kepada rekan kerja baik sesama bidang kerja maupun diluar bidang kerja, ketika rekan tidak menerima pengetahuan tersebut maka *knowledge sharing* tidak berjalan maksimal dengan alas an pengetahuan yang didapat dapat menambah beban kerja kepadanya. Sehingga Pengetahuan yang dimilikin oleh setiap pegawai dalam Dinas Perhubungan tertuh nmpuk pada pegawai yang mempunyai pengetahuan. Yang mengakibatkan pegawai yang mempunyai pengetahuan kinerjanya akan naik. Selain itu pegawai yang mempunyai pengetahuan tidak memberika dampak terhadap peningkatan kinerja rekan kerjanya melalui perilaku *knowledge sharing*.

Hasil di atas tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cruz dkk (2009) mengatakan bahwa motivasi intrinsik berpengaruh signifikan kinerja. Dengan pegawai mempunyai kinerja yang baik ia akan bertahan pada organisasi pada waktu yang lama untuk melakukan perilaku *knowledge sharing* kepada rekan kerjanya. Uraian di atas sesuai dengan penelitian Lin (2007) yang menyatakan imbalan organisasi tidak signifikan atas perilaku *knowledge sharing*. Mengakibatkan pegawai tidak termotivasi secara intrinsik dalam melakukan perilaku *knowledge sharing* yang pada akhirnya pengetahuan akan bertumpuk pada satu pegawai dan pengetahuan tersebut tidak berdampak pada kinerja rekan kerja dalam satu instansi.

Pengaruh Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kinerja Pegawai Melalui *Knowledge Sharing* Sebagai Pemediasi

Hasil pengolahan data menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung motivasi ekstrinsik terhadap kinerja pegawai melalui *knowledge sharing*, dengan $t_{statistik}$ sebesar 2,231 dan $P-values$ sebesar 0,02. Yang artinya *knowledge sharing* mempu memediasi motivasi ekstrinsik terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan. Hasil ini juga didukung oleh karakteristik responden dengan status pekerjaan pegawai honorer dengan jumlah responden 32 pegawai atau 45,07% dimana *knowledge sharing* mampu memediasi dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,94, dibandingkan dengan motivasi ektrinsik nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,24 dan masa kerja pegawai honorer antara 3-10 tahun jumlah responden sebanyak 23 atau 32,39% dengan nilai *knowledge sharing* rata-rata sebesar 3,93 dibandingkan dengan motivasi ektrinsik sebesar 3,34.

Tobin (2007) menjelaskan untuk meningkatkan motivasi dan membangkitkan partisipasi dalam melakukan *knowledge sharing* memerlukan pendekatan manajemen sumber daya manusia salah satunya dengan pemberian *reward* yang merupakan salah satu faktor yang signifikan dalam menentukan keberhasilan implementasi *knowledge sharing*. Dari uraian di atas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanty *et al.*, (2014) menyatakan bahwa ada hubungan tidak langsung antara motivasi ektrinsik terhadap kinerja pegawai melalui *knowledge sharing*. Sesuai dengan perhitungan sebesar 29% yang artinya dengan pemberian motivasi secara ektrinsik pegawai akan termotivasi untuk melakukan *knowledge sharing* yang pada akhirnya melahirkan inovasi dan kreatifitas yang menghasilkan produk baru sehingga berdampak pada peningkatan kinerja pegawai dan kinerja organisasi.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisa dan pembahasan di atas, maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu (1) Motivasi intrinsik berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas pada Perhubungan Kota Tidore Kepulauan dengan $t_{statistik}$ motivasi intrinsik = 4,729 yang artinya semakin tinggi motivasi intrinsik seorang pegawai maka akan meningkatkan kinerja pegawai tersebut. (2) Motivasi ekstrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan dengan $t_{statistik}$ motivasi ektrinsik sebesar = 0,196 yang artinya motivasi ektrinsik yang di berikan belum mampu meningkatkan kinerja pegawai. (3) Motivasi intrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing* pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan $t_{statistik}$ sebesar 1.887 dan $P-value$ sebesar 0.06, dengan arah positif signifikan yang artinya pegawai tidak termotivasi secara intrinsik untuk melakukan *knowledge sharing* dilingkup Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan. (4) Motivasi ekstrinsik berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing* pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan dengan $t_{statistik}$ sebesar 2.501 dan $P-value$ sebesar 0.013, dengan arah positif signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa pegawai Dinas Perhubungan termotivasi secara ekstrinsik untuk melakukan perilaku *knowledge sharing*.

(5) *Knowledge sharing* berpengaruh signifikan terhadap *knowledge sharing* pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan dengan $t_{statistik}$ sebesar 3.805 dan $P-value$ sebesar 0.05, dengan arah positif signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku *knowledge sharing* dapat meningkatkan kinerja pegawai Dinas Perhubungan. (6) *Knowledge sharing* tidak signifikan memediasi pengaruh motivasi intrinsik terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan dengan $t_{statistik}$ sebesar 1.499 dan $P-value$ sebesar 0.06, dengan arah positif signifikan. Artinya *knowledge sharing* bukan variable mediasi antara motivasi intrinsik terhadap kinerja pegawai pada Dinas perhubungan Kota Tidore kepulauan. (7) *Knowledge sharing* signifikan memediasi motivasi ektrinsik terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan dengan $t_{statistik}$ sebesar 2,231 dan $P-values$ sebesar

0,02. Yang artinya *knowledge sharing* mempu memediasi motivasi ekstrinsik terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan.

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu (1) diharapkan kepada Kepala Dinas Perhubungan Kota Tidore kepulauan menjadikan *knowledge sharing* sebagai budaya dalam organisasi sehingga dapat meningkatkan kinerja pegawai, dapat memberikan motivasi ekstrinsik seperti pemberian tunjangan penghasilan berdasarkan beban kerja, dan bonus sehingga dapat meningkatkan kinerja pegawai. (2) Kepada pimpinan Dinas Perhubungan Kota Tidore Kepulauan pegawai yang mengikuti diklat dan pelatihan harus dievaluasi dengan mempresentasikan kembali materi yang didapat pada saat kegiatan tersebut dan membuat program-program yang dapat menaikan motivasi intrinsik dalam melakukan *knowledge sharing*. (3) Disarankan untuk penelitian selanjutnya dengan menguji kembali pengaruh motivasi intrinsik terhadap *knowledge sharing* dengan indikator yang berbeda dan menambahkan variable moderasi seperti inovasi atau kreativitas pada variable *knowledge sharing*.

5. Daftar Pustaka

- Aksoy, Y., Ayranci, E., & Gozukara, E. (2016). A Research on the Relationship between Knowledge Sharing and Employee Performance: The Moderating Role of Unethical Behaviors in Organizational Level. *European Scientific Journal*, 12(4).
- Assegaff, S., Kurniabudi, & Fernando, E. (2016). Impact of Extrinsic and Intrinsic Motivation on Knowledge Sharing in Virtual Communities of Practices. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 1(3), pp : 619-626.
- Byrne, B. M. (2012). Choosing structural equation modeling computer software: Snapshots of LISREL, EQS, AMOS, and Mplus.
- Cruz, N.M, Perez, V.M., & Cantero, C.T. (2009). The influence of employee motivation on knowledge transfer. *Journal of Knowledge Management*, 13(6), pp : 478-490.
- Dirianzani, L., Sugiono, dan Hardiningtyas, D. (2014). Analisis Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Ekstrinsik Terhadap Kinerja Karyawan Borongan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Mediasi (Studi Kasus: Perusahaan Rokok Adi Bungsu Malang). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri*, 2(5), pp : 1124 - 1135.
- Edirisooriya, W.A. (2014). Impact of Rewards on Employee Performance: With Special Reference to ElectriCo. *Proceedings of the 3rd International Conference on Management and Economics*, pp. 311-318.
- Erwina, E. (2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian Di Luwu Utara. *JEMMA| Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(2), 50-56.
- Gyamfi, G.D. (2015). Assessment Of The Relationship Between Employee Motivation And Employee Performance At A Bank In Ghana. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(3).
- Indah, Y., & Chamariyah. (2017).The Effect of Knowledge Sharing and Transfer of Training on The Performance of Employees. *Journal of Research in Business and Management*, 4(12), pp: 63-72
- Irwan, I., & Haryono, D. (2015). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif)*. Bandung: Alfabeta.
- Jannah, N. Wakhidah, L. Ul, dan Endratno, H.. (2017). Pengaruh Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik, Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Rumah Sakit Islam Banjarnegara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Media Ekonomi*, 17(1), pp : 42 -54.

- Kang, Y.J., Kim, S.E., dan Chang, G.W. (2008). The Impact of Knowledge Sharing on Work Performance: An Empirical Analysis of the Public Employees' Perceptions in South Korea. *International Journal of Public Administration*, 31(14), 1548–1568.
- Kuzua, Ömür Hakan, dan Özilhan, Derya. (2014). The Effect of Employee Relationships and Knowledge Sharing on Employees' Performance: An Empirical Research on Service Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Published by Elsevier 109(8), pp : 1370 - 1374.
- Law, K.K., Chan, A., dan Ozer, M. (2017). Towards an integrated framework of intrinsic motivators, extrinsic motivators and knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 21(6), 1486-1502. doi:10.1108/JKM-03-2016-0119
- Lin, H.F. (2007). Effects Of Extrinsic And Intrinsic Motivation On Employee Knowledge Sharing Intentions. *Journal of Information Science*, 33(2), pp : 135 -149.
- Makki, A., & Abid, M. (2017). Influence of Intrinsic and Extrinsic Motivation on Employee's Task Performance *Studies in Asian Social Science*, 4(1), 38-43.
- Mensah, E.B.K, Tawiah, dan Amponsah, K. (2016). Employee Motivation and Work Performance: A Comparative Study of Mining Companies in Ghana. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 9(2), pp : 255-309.
- Mihrez, A., Alaziz, H. E., & Armanu. (2014). The Importance of Leadership Behavior and Motivation In Creating Employee Performance: (A Study at the Faculty of Economics and Business, University of Brawijaya). *Asia-Pacific Management and Business Application*, 3(2), pp : 86 -105.
- Mohammad, M.T.F., Alajmi, S.A., & Ahmed, E.A. (2018). Motivation Factors Toward Knowledge Sharing Intentions and Attitudes. *International Journal of Business Administration*, 9(4), 10-126.
- Razmerita, L., Kirchner, K., & Nielsen, P. (2016). "What Factors Influence Knowledge Sharing in Organizations? : A Social Dilemma Perspective of Social Media Communication". *Journal Of Knowledge Management*, 20(6).
- Rivai, V. (2005). *Performance Appraisal* Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Robbins, S. P., dan Judge, T. A. (2015). *Perilaku Organisasi*: Salemba Empat.
- Ryan, R. M., & Deci, E.L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54 - 67. doi:10.1006/ceps.1999.1020
- Safitri, C. L., Setyanti, S., Wahyu, L.H., & Sudarsih (2018). Knowledge Sharing Sebagai Mediasi Pengaruh Learning Organization Terhadap Kinerja Karyawan *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 79-90.
- Saputro, N.S., dan Mayowan, Y. (2018). Pengaruh Knowledge Sharing Terhadap Individual Innovation Capability Dan Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Rumah Opa Kitchen and Lounge). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(3), 7-13.
- Tobing, P. L. (2007). *Knowledge Management*: Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Wening, N., Haryono, T., dan Harsono, M. (2016). Relationship Between Knowledge Sharing To Individual Performance : The Role Of Organizational Culture And Relationship Quality As Moderator In Family Business. *International Journal of Research in Business Management*, 4(1), pp : 67-78.
- Yustina, T. (2016). Keterkaitan Antara Motivasi, Kepercayaan, Norma Subyektif, Sikap Terhadap Niat Untuk Berbagi Pengetahuan. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 18(1), PP : 52-63.



Sistem Pengendalian Internal dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Pada Pemerintah Kota Cimahi

Abdul Hafiz Tanjung¹, Wina Sonia^{2,*}

¹ *Program Studi Akuntansi, Universitas Nasional PASIM*

^{*}*Correspondent Email: winasoniaa@gmail.com*

Article History:

Received: 28-12-2020; Received in Revised: 08-01-2021; Accepted: 18-01-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.575>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pengendalian internal, kualitas sumber daya manusia, dan kualitas laporan keuangan pemerintah daerah di Pemerintah Kota Cimahi, serta untuk mengetahui apakah variabel sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia memiliki pengaruh terhadap variabel kualitas laporan keuangan pemerintah daerah pada Pemerintah Kota Cimahi baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan metode SEM yaitu Partial Least Squares SEM (PLS-SEM). Alat analisis yang digunakan adalah SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah baik secara parsial maupun simultan pada Pemerintah Kota Cimahi.

Kata kunci: Kualitas LKPD, Kualitas SDM, SPI

ABSTRACT

This research aims to determine the intern control system, quality of human resources, and quality of local government financial reports at the City Government of Cimahi, and whether there is or not an influence of the intern control system and quality of human resources on the quality of local government financial reports at the City Government of Cimahi both partially and simultaneously. The research method used was a descriptive and associative methods. Data used was primer data collected by using a questionnaire, then analyzed using the SEM method that is Partial Least Squares SEM (PLS-SEM). The analytical tool used was SmartPLS 3. The result of this research shows that the intern control system and quality of human resources both partially and simultaneously have a positive and significant effect on the quality of local government financial reports at the City Government of Cimahi.

Keywords: Quality of LKPD, Quality of SDM, SPI

1. Pendahuluan

Instansi Pemerintah Daerah sebagai pengelola dana publik harus mampu menyajikan informasi keuangan secara transparan dan akuntabel (Aditya & Surjono, 2017). Salah satu wujud dari keberhasilan pemerintah yaitu dengan menghasilkan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) yang berkualitas. Kualitas laporan keuangan pemerintah daerah sangat dipengaruhi oleh seberapa andal sistem akuntansi yang diterapkan. Sistem akuntansi

berkaitan erat dengan sistem pengendalian internal organisasi. Sistem akuntansi yang bagus adalah sistem akuntansi yang di dalamnya mengandung sistem pengendalian yang memadai. Sistem akuntansi didalamnya mengatur tentang Sistem Pengendalian Internal (SPI), kualitas laporan keuangan sangat dipengaruhi oleh bagus tidaknya SPI yang dimiliki pemerintah daerah (Mahmudi, 2019).

Untuk menyajikan laporan keuangan yang berkualitas diperlukan Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten di bidang akuntansi, karena laporan keuangan merupakan produk yang dihasilkan oleh bidang ilmu akuntansi. SDM yang kompeten akan mampu memahami logika akuntansi dengan baik (Septarini & Papilaya, 2016). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa untuk menghasilkan laporan keuangan pemerintah daerah yang berkualitas, maka penyusunan laporan keuangan harus berdasarkan Sistem Pengendalian Internal (SPI) yang memadai dan ditunjang oleh sumber daya manusia yang kompeten dan berkualitas (Irwan & Haryono, 2015).

Dari hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa kualitas sumber daya manusia dan sistem pengendalian *intern* berpengaruh positif signifikan pada kualitas laporan keuangan pemerintah daerah (Trisnawati & Wiratmaja, 2018). Artinya semakin baik kualitas sumber daya manusia dan sistem pengendalian internal yang dimiliki oleh suatu Organisasi Perangkat Daerah (OPD) maka akan semakin baik pula kualitas laporan keuangan pemerintah daerah yang dihasilkan, dan sebaliknya. Penelitian serupa yang menyatakan pengaruh secara parsial sistem pengendalian internal berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laporan keuangan telah dilakukan oleh (Faishol, 2016), (Nurhayati et al., 2019), (Herawati, 2014), dan (Putri dkk, 2017). Sedangkan penelitian yang menyatakan pengaruh secara parsial kualitas sumber daya manusia berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laporan keuangan telah dilakukan oleh (Abidin dkk., 2018) dan (Hendri & NR, 2020).

Penelitian lainnya menyatakan sistem pengendalian *intern* pemerintah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas informasi laporan keuangan pemerintah daerah, tetapi tidak dipengaruhi oleh kompetensi sumber daya manusia (Murapi, 2016). Kompetensi sumber daya manusia mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah, sedangkan untuk sistem pengendalian internal tidak mempunyai pengaruh terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah (Kurniawan, 2016). Sistem Pengendalian Internal tidak berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah (Septarini & Papilaya, 2016). Kualitas sumber daya manusia tidak memiliki pengaruh terhadap kualitas laporan keuangan (Putri dkk, 2017).

Ketidakkonsistenan dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya tentang topik yang diangkat peneliti, mendorong peneliti untuk mengkaji lebih lanjut mengenai pengaruh sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah khususnya di Pemerintah Kota Cimahi.

Pemerintah Kota Cimahi mendapatkan opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) sebanyak tujuh kali berturut-turut (cimahikota.go.id, 2020). Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah sudah baik, namun dilihat dari variabel Sistem Pengendalian Internal masih terdapat kekurangan-kekurangan yaitu Pengendalian Internal Pemerintah Kota Cimahi masih lemah (inilahkoran, 2019). Selanjutnya begitu juga dengan Kualitas Sumber Daya Manusia Pemerintah Kota Cimahi yang masih bermasalah, yaitu pada tahun 2018 penempatan posisi Aparatur Sipil Negara (ASN) atau PNS

di lingkungan Pemerintah Kota Cimahi tak sesuai kelas jabatan dan kualifikasi yang diatur dalam Permenpan RB Nomor 41 Tahun 2018 tentang Nomenklatur Jabatan Pelaksana (pasundanekspres.co, 2018). Sehingga inilah yang menjadi fenomena.

Adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui sistem pengendalian internal, kualitas sumber daya manusia, dan kualitas laporan keuangan pemerintah daerah di Pemerintah Kota Cimahi, serta untuk mengetahui apakah variabel sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia memiliki pengaruh terhadap variabel kualitas laporan keuangan pemerintah daerah pada Pemerintah Kota Cimahi baik secara parsial maupun simultan.

2. Metodologi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer, dimana data primer tersebut peneliti kumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah pegawai Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) dan pegawai Inspektorat Kota Cimahi yang berukuran 71 orang. Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Yamane dengan tingkat presisi 0,05 sehingga diperoleh ukuran sampel sebanyak 60 orang. Teknik penarikan sampel menggunakan *Stratified Random Sampling*. Akan tetapi yang terjadi di lapangan, 12 orang responden tidak dapat mengisi kuesioner sehingga sampel akhir dalam penelitian ini menjadi berukuran 48 orang. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner yang dibuat oleh peneliti adalah kuesioner tertutup. Untuk merubah jawaban kualitatif menjadi kuantitatif, peneliti menggunakan teknik penskalaan *Likert*. Sehingga pilihan jawaban responden Sangat Memadai/Sangat Baik = 5, Memadai/Baik = 4, Cukup Memadai/Cukup Baik = 3, Tidak Memadai/Tidak Baik = 2, dan Sangat Tidak Memadai/Sangat Tidak Baik = 1.

Analisis deskriptif terhadap tanggapan responden menggunakan analisis skor aktual yang didapatkan dari hasil jawaban responden berdasarkan kuesioner yang diberikan. Pada penelitian ini masing-masing variabel datanya merupakan ordinal, sehingga untuk mencari nilai standar interval dapat dilakukan dengan mencari panjang rentang interval kelima klasifikasi. Klasifikasi standar interval yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Nilai Standar Interval

Interval	Kategori
252 – 300	Sangat Memadai (SM) / Sangat Baik (SB)
204 – 251	Memadai (M) / Baik (B)
156 – 203	Cukup Memadai (CM) / Cukup Baik (CB)
108 – 155	Tidak Memadai (TM) / Tidak Baik (TB)
60 – 107	Sangat Tidak Memadai (STM) / Sangat Tidak Baik (STB)

Dalam penelitian ini menggunakan metode SEM yaitu *Partial Least Squares SEM* (PLS-SEM). Analisis PLS-SEM biasanya terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau *inner model* (Ghozali & Latan, 2015). Pengujian yang dilakukan dalam analisis model pengukuran untuk indikator yang bersifat reflektif adalah sebagai berikut:

1. Validitas *Convergent*. Uji validitas *convergent* untuk indikator reflektif dengan program SmartPLS 3 dapat dilihat dari:

- a. Nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk
 - b. Nilai AVE (*Average Variance Extracted*)
2. Validitas *Discriminant*. Uji validitas *discriminant* untuk indikator reflektif dengan program *SmartPLS 3* dapat dilihat dari:
- a. Nilai *cross loadings* untuk setiap variabel
 - b. Validitas *discriminant* yang diukur menggunakan kriteria Fornell dan Larcker
3. *Composite Reliability*
4. *Cronbach's Alpha*

Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen (dependen) sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Selanjutnya uji yang kedua adalah melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi *t* statistik melalui prosedur *bootstrapping*.

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian dilakukan menggunakan uji *t* (uji parsial) dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$ atau $P \text{ Value} < 0,05$ maka nilai probabilitas adalah signifikan dan hipotesis nol (H_0) dinyatakan ditolak (Hussein, 2015). Selanjutnya pengujian dilakukan menggunakan uji *F* (uji simultan) dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka koefisien determinasi adalah signifikan dan hipotesis nol (H_0) dinyatakan ditolak (Sugiyono, 2016).

3. Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap SPI

Dimensi dan Indikator	Frekuensi dan Skor Jawaban Responden										Skor Aktual	
	SM (5)		M (4)		CM (3)		TM (2)		STM (1)			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
Lingkungan Pengendalian	Integritas	20	100	21	84	7	21	0	0	0	0	205
	Nilai etika	25	125	16	64	7	21	0	0	0	0	210
	Kepemimpinan	24	120	16	64	8	24	0	0	0	0	208
	Struktur organisasi	19	95	20	80	9	27	0	0	0	0	202
	Hubungan kerja	19	95	18	72	11	33	0	0	0	0	200
Penilaian Risiko	Rata-rata Skor Aktual Dimensi Lingkungan Pengendalian										205	
	Mencegah risiko	15	75	20	80	11	33	2	4	0	0	192
	Analisis risiko	17	85	19	76	11	33	1	2	0	0	196
Kegiatan Pengendalian	Rata-rata Skor Aktual Dimensi Penilaian Risiko										194	
	Prosedur akuntansi	19	95	20	80	9	27	0	0	0	0	202
	Pemisahan fungsi	16	80	22	88	10	30	0	0	0	0	198
	Otorisasi	16	80	24	96	7	21	1	2	0	0	199
	Rata-rata Skor Aktual Dimensi Kegiatan Pengendalian										199,7	
	Keakuratan informasi	18	90	17	68	12	36	1	0	0	0	194

Informasi dan Komunikasi	Keandalan informasi	18	90	17	68	13	39	0	0	0	0	197
	Rata-rata Skor Aktual Dimensi Informasi dan Komunikasi											195,5
Pemantauan	Penilaian kualitas kinerja	15	75	19	76	11	33	3	0	0	0	184
	Rekomendasi hasil audit	17	85	19	76	12	36	0	0	0	0	197
	Rata-rata Skor Aktual Dimensi Pemantauan											190,5
	Rata-rata Skor Aktual Variabel Sistem Pengendalian Internal											196,9
Keterangan: SM = Sangat Memadai, M = Memadai, CM = Cukup Memadai, TM = Tidak Memadai, STM = Sangat Tidak Memadai, F = Frekuensi, S = Skor												

Sumber: Diolah peneliti dari hasil *output* Microsoft Excel, 2020

Berdasarkan pada tabel 2 di atas, dari 5 dimensi variabel SPI hanya satu dimensi yang dinilai oleh responden masuk kriteria memadai yaitu dimensi lingkungan pengendalian dengan rata-rata skor aktual 205. Sedangkan empat dimensi lagi dinilai responden masuk kriteria cukup memadai yaitu dimensi penilaian resiko dengan rata-rata skor aktual 194, dimensi kegiatan pengendalian dengan rata-rata skor aktual 199,7, dimensi informasi dan komunikasi dengan rata-rata skor aktual 195,5 serta dimensi pemantauan dengan rata-rata skor aktual 190,5. Secara keseluruhan variabel SPI ini dinilai oleh responden masuk kriteria cukup memadai dengan rata-rata skor aktual variabel 196,9 (lihat tabel 1).

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Kualitas SDM

Kemampuan Intelektual	Dimensi dan Indikator	Frekuensi dan Skor Jawaban Responden										Skor Aktual	
		SB (5)		B (4)		CB (3)		TB (2)		STB (1)			
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
	Kecerdasan angka	13	65	24	96	11	33	0	0	0	0	194	
	Menganalisis transaksi	12	60	24	96	12	36	0	0	0	0	192	
	Teknis Menjurnal	11	55	27	108	10	30	0	0	0	0	193	
	Teknis memposting	11	55	27	108	10	30	0	0	0	0	193	
	Menyusun laporan keuangan	13	65	27	108	8	24	0	0	0	0	197	
	Menemukan kesalahan	11	55	24	96	10	30	3	6	0	0	187	
	Membuat ayat jurnal penyesuaian	13	65	23	92	11	33	1	2	0	0	192	
	Ingatan	11	55	23	92	10	30	1	2	3	3	179	
	Rata-rata Skor Aktual Dimensi Kemampuan Intelektual											190,9	

Kemampuan Fisik	Dimensi dan Indikator	Frekuensi dan Skor Jawaban Responden										Skor Aktual	
		SB (5)		B (4)		CB (3)		TB (2)		STB (1)			
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
	Stamina	10	50	23	92	14	42	1	2	0	0	186	
	Kecepatan	12	60	21	84	9	27	3	6	3	3	180	
	Kehandalan	12	60	21	84	14	42	1	2	0	0	188	
	Rata-rata Skor Aktual Dimensi Kemampuan Fisik											184,7	
	Rata-rata Skor Aktual Variabel Kualitas Sumber Daya Manusia											187,8	

Keterangan: SB = Sangat Baik, B = Baik, CB = Cukup Baik, TB = Tidak Baik, STB = Sangat Tidak Baik, F = Frekuensi, S = Skor

Sumber: Diolah peneliti dari hasil *output* Microsoft Excel, 2020

Tabel 3 merupakan jawaban responden untuk variabel kualitas SDM. Variabel kualitas SDM ini memiliki 2 dimensi yaitu kemampuan intelektual dan kemampuan fisik. Kedua dimensi tersebut dinilai oleh responden masuk kriteria cukup baik dengan rata-rata skor aktual

masing-masing sebesar 190,9 dan 184,7. Secara keseluruhan variabel kualitas SDM dinilai oleh responden masuk kriteria cukup baik dengan rata-rata skor aktual variabel 187,8 (lihat tabel 1).

Tabel 4 Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Kualitas LKPD

Dimensi dan Indikator	Frekuensi dan Skor Jawaban Responden										Skor Aktual	
	SB (5)		B (4)		CB (3)		TB (2)		STB (1)			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
Relevan	Lengkap	16	80	25	100	6	18	1	2	0	0	200
	Tepat waktu	13	65	29	116	6	18	0	0	0	0	199
Rata-rata Skor Aktual Dimensi Relevan											199,5	
Andal	Dapat diverifikasi	14	70	25	100	9	27	0	0	0	0	197
	Penyajian jujur	14	70	24	96	10	30	0	0	0	0	196
Rata-rata Skor Aktual Dimensi Andal											196,5	
Dapat dibandingkan	Perbandingan internal	16	80	25	100	6	18	1	2	0	0	200
	Perbandingan eksternal	16	80	27	108	5	15	0	0	0	0	203
Rata-rata Skor Aktual Dimensi Dapat dibandingkan											201,5	
Dapat dipahami	Sistematis	16	80	25	100	7	21	0	0	0	0	201
	Kesesuaian istilah	18	90	23	92	7	21	0	0	0	0	203
Rata-rata Skor Aktual Dimensi Dapat dipahami											202	
Rata-rata Skor Aktual Variabel Kualitas LKPD											199,9	

Keterangan: SB = Sangat Baik, B = Baik, CB = Cukup Baik, TB = Tidak Baik,

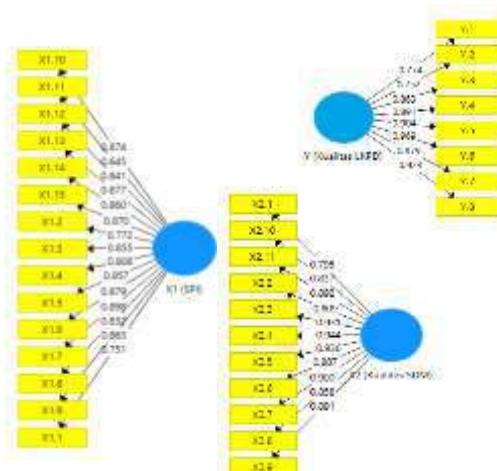
STB = Sangat Tidak Baik, F = Frekuensi, S = Skor

Sumber: Diolah peneliti dari hasil *output* Microsoft Excel, 2020

Tabel 4 menggambarkan jawaban responden atas variabel kualitas LKPD. Variabel kualitas LKPD ini memiliki 4 dimensi yaitu: dimensi relevan dengan rata-rata skor aktual 199,5, dimensi andal dengan rata-rata skor aktual 196,5, dimensi dapat dibandingkan dengan rata-rata skor aktual 201,5 dan dimensi dapat dipahami dengan rata-rata skor aktual 202. Keempat dimensi ini dinilai oleh responden masuk kriteria cukup baik. Secara keseluruhan variabel kualitas LKPD ini dinilai oleh responden masuk kriteria cukup baik dengan rata-rata skor aktual 199,9 (lihat tabel 1).

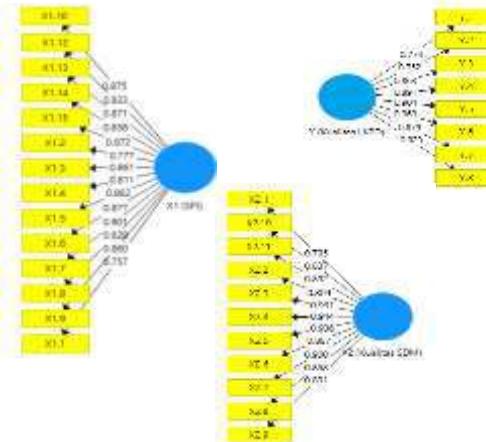
Hasil Uji Validitas *Convergent*

Untuk melihat validitas *convergent* yaitu nilai *loading factor* harus lebih dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2015). Berikut ini hasil pengolahan data untuk validitas *convergent* berdasarkan *loading factor*:



Gambar 1 Model Pengukuran Variabel Sistem Pengendalian Internal, Kualitas Sumber Daya Manusia, Dan Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah

Berdasarkan pada gambar 1 di atas, dapat dinyatakan bahwa nilai *outer loadings* indikator X_{1.11} dari variabel sistem pengendalian internal berada di bawah nilai yang dapat diterima dan perlu dihilangkan dari model pengukuran agar memenuhi syarat pengujian validitas *convergent* sehingga model pengukuran menjadi sebagai berikut:



Gambar 2. Revisi Model Pengukuran Variabel Sistem Pengendalian Internal, Kualitas Sumber Daya Manusia, Dan Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah

Berdasarkan gambar 2 di atas, maka nilai *outer loadings* seluruh indikator dari variabel sistem pengendalian internal, kualitas sumber daya manusia, dan kualitas laporan keuangan pemerintah daerah berada di atas persyaratan nilai yang dapat diterima. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian validitas *convergent* yang diukur berdasarkan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) harus lebih besar dari 0,5 (Ghozali & Latan, 2015). Berikut hasil pengolahan data dari program *SmartPLS* 3:

Tabel 5 Nilai AVE

Variabel	AVE
Sistem Pengendalian Internal (X ₁)	0,717
Kualitas Sumber Daya Manusia ((X ₂)	0,777
Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Y)	0,761

Sumber: Diolah peneliti dari hasil *output SmartPLS* 3, 2020

Berdasarkan pada tabel 5 di atas menunjukkan nilai AVE untuk seluruh variabel > 0,5 sehingga memenuhi syarat pengujian validitas *convergent*.

Hasil Uji Validitas *Discriminant*

Selanjutnya cara untuk menguji validitas *discriminant* dengan indikator reflektif yaitu dengan melihat nilai *cross loadings* untuk setiap variabel harus > 0,7 (Ghozali & Latan, 2015). Dalam penelitian ini, hasil uji validitas *discriminant* menunjukkan nilai *cross loadings* untuk seluruh variabel > 0,7 sehingga memenuhi syarat pengujian validitas *discriminant*. Cara lain yang dapat digunakan untuk menguji validitas *discriminant* adalah validitas *discriminant* yang diukur menggunakan kriteria Fornell dan Larcker (Ghozali & Latan, 2015). Berikut ini hasil pengolahan data untuk validitas *discriminant* berdasarkan kriteria Fornell dan Larcker:

Tabel 6 Nilai AVE kriteria Fornell dan Larcker

	SPI (X ₁)	Kualitas SDM (X ₂)	Kualitas LKPD (Y)
SPI (X ₁)	0,847	-	-
Kualitas SDM (X ₂)	0,320	0,881	-
Kualitas LKPD (Y)	0,417	0,737	0,872

Sumber: Diolah peneliti dari hasil *output SmartPLS* 3, 2020

Berdasarkan pada tabel 6 di atas, nilai AVE untuk seluruh variabel sesuai dengan kriteria Fornell dan Larcker sehingga memenuhi syarat pengujian validitas *discriminant*.

Hasil Uji *Composite Reliability*

Berikut ini hasil pengolahan data dari program *SmartPLS* 3:

Tabel 7 Nilai *Composite Reliability*

Composite Reliability	
Sistem Pengendalian Internal (X ₁)	0,973
Kualitas Sumber Daya Manusia (X ₂)	0,974
Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Y)	0,962

Sumber: Diolah peneliti dari hasil *output SmartPLS* 3, 2020

Berdasarkan pada tabel 7 di atas menunjukkan nilai *composite reliability* untuk seluruh variabel > 0,7 sehingga memenuhi memenuhi syarat pengujian reliabilitas konstruk.

Hasil Uji *Cronbach's Alpha*

Berikut ini hasil pengolahan data dari program *SmartPLS* 3:

Tabel 8 Nilai *Cronbach's Alpha*

Cronbach's Alpha	
Sistem Pengendalian Internal (X ₁)	0,970
Kualitas Sumber Daya Manusia (X ₂)	0,971
Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Y)	0,954

Sumber: Diolah peneliti dari hasil *output SmartPLS* 3, 2020

Berdasarkan pada tabel 8 di atas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* untuk seluruh variabel > 0,7 sehingga memenuhi memenuhi syarat pengujian reliabilitas konstruk.

Berdasarkan keempat hasil pengujian di atas yaitu validitas *convergent*, validitas *discriminant*, *composite reliability*, dan *cronbach's alpha*, dapat dipastikan bahwa ukuran yang digunakan adalah valid dan reliabel sehingga layak untuk dijadikan pengukuran dan proses analisis bisa diteruskan ke tahap berikutnya yaitu analisis model struktural.

Analisis Model Struktural

Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Berikut ini hasil pengolahan data dari program *SmartPLS* 3:

Tabel 9 Nilai *R-Square*

	R Square	R Square Adjusted
Y (Kualitas LKPD)	0,580	0,562

Sumber: Diolah peneliti dari hasil *output SmartPLS* 3, 2020

Berdasarkan pada Tabel 9 di atas menunjukkan nilai *R²* variabel kualitas laporan keuangan pemerintah daerah sebesar 0,580 artinya 58% variabel kualitas laporan keuangan pemerintah daerah pada Pemerintah Kota Cimahi dipengaruhi oleh sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia, sedangkan sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Tingkat akurasi prediksi model masuk pada kategori sedang.

Selanjutnya uji yang kedua adalah dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi *t* statistik melalui prosedur *bootstrapping*. Pada *Algorithm Bootstrapping report* pilih *Path Coefficients*. Berikut ini hasil pengolahan data dari program *SmartPLS* 3:

Tabel 10 *Path Coefficients*

	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X₁ (SPI) → Y (Kualitas LKPD)	0,202	0,097	2,087	0,037
X₂ (Kualitas SDM) → Y (Kualitas LKPD)	0,673	0,101	6,656	0,000

Sumber: Diolah peneliti dari hasil *output SmartPLS 3, 2020*

Berdasarkan pada tabel 10 di atas menunjukkan koefisien parameter sistem pengendalian internal sebesar 0,202. Artinya terdapat pengaruh positif sistem pengendalian internal terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah pada Pemerintah Kota Cimahi sebesar 20,2% dan koefisien parameter kualitas sumber daya manusia sebesar 0,673. Artinya terdapat pengaruh positif kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah pada Pemerintah Kota Cimahi sebesar 67,3%.

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji *t*)

Uji parsial (Uji *t*) dimaksudkan untuk mengetahui secara parsial variabel-variabel eksogen (independen) yaitu sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia terhadap variabel endogen (dependen) yaitu kualitas laporan keuangan pemerintah daerah.

Pengujian Hipotesis Pertama (H₁) Pengaruh Sistem Pengendalian Internal terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah

Untuk melihat besarnya pengaruh sistem pengendalian internal terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah dilihat dari koefisien parameter pada tabel 10. Berdasarkan *output* tersebut diketahui bahwa koefisien parameter sistem pengendalian internal sebesar 0,202. Artinya terdapat pengaruh sistem pengendalian internal terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah pada Pemerintah Kota Cimahi sebesar 20,2%. Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh sistem pengendalian internal terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah, perlu dilakukan uji *t*. Berdasarkan hasil uji hipotesis statistik diperoleh hasil *t*-statistik sebesar 2,087 sedangkan *t*-tabel diperoleh untuk taraf signifikansi (α) yang ditetapkan yaitu 0,05 sebesar 1,96. Maka dapat dikatakan t -statistik $>$ *t*-tabel yaitu $2,087 > 1,96$. Hasil ini didukung juga dengan hasil *P values* yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,037. Sehingga H₁ diterima dan H₀ ditolak.

Pengujian Hipotesis Kedua (H₂) Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah

Untuk melihat besarnya pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah dilihat dari koefisien parameter pada tabel 10. Berdasarkan *output* tersebut diketahui bahwa koefisien parameter kualitas sumber daya manusia sebesar 0,673. Artinya terdapat pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah pada Pemerintah Kota Cimahi sebesar 67,3%. Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah, perlu dilakukan uji *t*. Berdasarkan hasil uji hipotesis statistik diperoleh hasil *t*-statistik sebesar 6,656 sedangkan *t*-tabel diperoleh untuk taraf signifikansi (α) yang ditetapkan yaitu 0,05 sebesar 1,96. Maka dapat dikatakan t -statistik $>$ *t*-tabel yaitu $6,656 > 1,96$. Hasil ini didukung juga dengan hasil *P values* yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Sehingga H₂ diterima dan H₀ ditolak.

Uji Simultan (Uji *F*)

Uji simultan (Uji *F*) dimaksudkan untuk mengetahui secara simultan atau bersama-sama pengaruh sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah.

Pengujian Hipotesis Ketiga (H_3) Pengaruh Sistem Pengendalian Internal dan Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel eksogen (independen) terhadap variabel endogen (dependen) secara simultan didasarkan pada *output* atau hasil dari *R-Square* yang diperoleh pada tabel 9. Berdasarkan *output* tersebut diketahui bahwa *R-Square* sebesar 0,580 artinya 58% variabel kualitas laporan keuangan pemerintah daerah pada Pemerintah Kota Cimahi dipengaruhi oleh sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia, sedangkan sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Tingkat akurasi prediksi model masuk pada kategori sedang.

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah secara simultan, perlu dilakukan uji *F* berdasarkan nilai *R-Square*. Nilai F_{hitung} untuk sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah adalah 31,071 yang diperoleh dari hasil perhitungan nilai R^2 sebesar 0,580 dengan 2 variabel eksogen ($k = 2$) dan jumlah sampel sebanyak 48 ($n = 48$), sedangkan nilai F_{tabel} adalah 3,19 yang diperoleh berdasarkan asumsi tingkat kepercayaan sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ menunjukkan bahwa koefisien determinasi adalah signifikan sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima.

B. Pembahasan

Sistem Pengendalian Internal di Pemerintah Kota Cimahi

Dari tabel 2 diketahui bahwa variabel sistem pengendalian internal memiliki rata-rata skor aktual sebesar 196,9. Berdasarkan nilai standar interval pada tabel 1, rata-rata skor aktual tersebut masuk pada kategori “Cukup Memadai”. Dari 5 dimensi yang diukur dalam variabel sistem pengendalian internal, terdapat skor aktual dimensi yang masih berada di bawah rata-rata skor aktual variabel sistem pengendalian internal yaitu dimensi penilaian risiko dengan indikator terlemah terdapat pada indikator mencegah risiko, dimensi informasi dan komunikasi dengan indikator terlemah terdapat pada indikator keakuratan informasi, dan dimensi pemantauan dengan indikator terlemah terdapat pada indikator penilaian kualitas kinerja.

Kualitas Sumber Daya Manusia di Pemerintah Kota Cimahi

Dari tabel 3 diketahui bahwa variabel kualitas sumber daya manusia memiliki rata-rata skor aktual sebesar 187,8. Berdasarkan nilai standar interval pada tabel 1, rata-rata skor aktual tersebut masuk pada kategori “Cukup Baik”. Dari 2 dimensi yang diukur dalam variabel kualitas sumber daya manusia, terdapat skor aktual dimensi yang masih berada di bawah rata-rata skor aktual variabel kualitas sumber daya manusia yaitu dimensi kemampuan fisik dengan indikator terlemah terdapat pada indikator kecepatan.

Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah di Pemerintah Kota Cimahi

Dari tabel 4 diketahui bahwa variabel kualitas laporan keuangan pemerintah daerah memiliki rata-rata skor aktual sebesar 199,9. Berdasarkan nilai standar interval pada tabel 1, rata-rata skor aktual tersebut masuk pada kategori “Cukup Baik”. Dari 4 dimensi yang diukur dalam variabel laporan keuangan pemerintah daerah, terdapat skor aktual dimensi yang masih berada di bawah rata-rata skor aktual variabel kualitas laporan keuangan pemerintah daerah yaitu dimensi

relevan dengan indikator terlemah terdapat pada indikator tepat waktu dan dimensi andal dengan indikator terlemah terdapat pada indikator penyajian jujur.

Pengaruh Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Pada Pemerintah Kota Cimahi

Sistem Pengendalian Internal adalah proses yang integral dari tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh manajemen (eksekutif) dan jajarannya untuk memberikan jaminan atau keyakinan yang memadai atas tercapainya tujuan organisasi melalui kegiatan yang efektif dan efisien, keandalan pelaporan keuangan, pengamanan aset negara, dan ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan. Komponen SPI sebagaimana diatur dalam PP No. 60 Tahun 2008 tentang Sistem Pengendalian Internal Pemerintah, terdiri atas lima komponen yaitu Lingkungan Pengendalian, Penilaian Risiko, Kegiatan Pengendalian, Informasi dan Komunikasi, dan Pemantauan (Mahmudi, 2019).

Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh positif signifikan Sistem Pengendalian Internal (X_1) terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Y) pada Pemerintah Kota Cimahi. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Trisnawati & Wiratmaja, 2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Sumber Daya Manusia dan Sistem Pengendalian *Intern* berpengaruh positif signifikan pada Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. Adapun peneliti terdahulu yang meneliti pengaruh secara parsial sistem pengendalian internal berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laporan keuangan telah dilakukan oleh (Faishol, 2016), (Nurhayati et al., 2019), (Herawati, 2014), (Putri et al., 2017), dan (Trisnawati & Wiratmaja, 2018).

Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Pada Pemerintah Kota Cimahi

Kemampuan adalah kapasitas individu saat ini untuk melakukan berbagai tugas dalam sebuah pekerjaan. Kemampuan keseluruhan esensinya dibangun oleh dua set faktor yaitu kemampuan intelektual dan kemampuan fisik (Robbins & Judge, 2017).

Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh positif signifikan Kualitas Sumber Daya Manusia (X_2) terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Y) pada Pemerintah Kota Cimahi. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Trisnawati & Wiratmaja, 2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Sumber Daya Manusia dan Sistem Pengendalian *Intern* berpengaruh positif signifikan pada Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. Adapun peneliti terdahulu yang meneliti pengaruh secara parsial kualitas sumber daya manusia berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laporan keuangan telah dilakukan oleh (Abidin et al., 2018), (Hendri & NR, 2020), dan (Trisnawati & Wiratmaja, 2018).

Pengaruh Sistem Pengendalian Internal dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Pada Pemerintah Kota Cimahi

Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 71 Tahun 2010 Karakteristik kualitatif laporan keuangan adalah ukuran-ukuran normatif yang perlu diwujudkan dalam informasi akuntansi sehingga dapat memenuhi tujuannya. Keempat karakteristik ini merupakan prasyarat normatif yang diperlukan agar laporan keuangan pemerintah dapat memenuhi kualitas yang dikehendaki yaitu Relevan, Andal, Dapat Dibandingkan, dan Dapat Dipahami (Tanjung, 2013).

Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh positif signifikan Sistem Pengendalian Internal (X_1) dan Kualitas Sumber Daya Manusia (X_2) terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Y) secara simultan pada Pemerintah Kota Cimahi. Penelitian ini konsisten dengan

penelitian yang dilakukan oleh (Trisnawati & Wiratmaja, 2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Sumber Daya Manusia dan Sistem Pengendalian *Intern* berpengaruh positif signifikan pada Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. Adapun peneliti-peneliti terdahulu yang meneliti secara simultan pengaruh sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah dilakukan oleh (Maksyur, 2015), (Mutiana dkk., 2017), (Shintia & Erawati, 2017), (Safitri, 2018), dan (Trisnawati & Wiratmaja, 2018).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sistem pengendalian internal di Pemerintah Kota Cimahi masuk pada kategori cukup memadai, kualitas sumber daya manusia di Pemerintah Kota Cimahi masuk pada kategori cukup baik, dan kualitas laporan keuangan pemerintah daerah di Pemerintah Kota Cimahi masuk pada kategori cukup baik. Dalam penelitian ini secara parsial terdapat pengaruh sistem pengendalian internal terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah sebesar 0,202 dan signifikan dan terdapat pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah sebesar 0,673 dan signifikan. Secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh sistem pengendalian internal dan kualitas sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah sebesar 0,580 dan signifikan.

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu untuk sistem pengendalian internal diperlukan perbaikan dalam dimensi penilaian risiko pada indikator mencegah risiko, dimensi informasi dan komunikasi pada indikator keakuratan informasi, dan dimensi pemantauan pada indikator penilaian kualitas kinerja, untuk kualitas sumber daya manusia diperlukan perbaikan dalam dimensi kemampuan fisik pada indikator kecepatan, dan untuk kualitas laporan keuangan pemerintah daerah diperlukan perbaikan dalam dimensi relevan pada indikator tepat waktu dan dimensi andal pada indikator penyajian jujur.

5. Daftar Pustaka

- Abidin, M. K., Afifudin, & Junaidi. (2018). Pengaruh Implementasi Sistem Manajemen Daerah (SIMDA), Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Penerapan Standar Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kota Malang. *E-JRA Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang ISSN : 2302-7061, Vol. 07 No, 130–141.*
- Aditya, O. R., & Surjono, W. (2017). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *SIKAP, p-ISSN: 2541-1691, Vol 2 (No., 49–62.*
- Cimahikota.go.id. (2020). *Pemerintah Kota Cimahi Mendapatkan Opini Wtp Sebanyak Tujuh Kali Berturut-Turut.* Website Pemerintah Kota Cimahi. <https://cimahikota.go.id/news/detail/3969>
- Faishol, A. (2016). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi Kasus Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Pemerintah Kabupaten Lamongan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi , ISSN 2502 – 3764, Volume I N, 205–212.*
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendri, M., & NR, E. (2020). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Implementasi Sistem Informasi Manajemen Daerah Dan Penerapan Standar Akuntansi Pemerintah Terhadap

- Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris Pada OPD Provinsi Sumatera Barat). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, ISSN : 2656-3649 (Online), Vol. 2, No, 2479–2493.
- Herawati, T. (2014). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Survei Pada Organisasi Perangkat Daerah Pemda Cianjur). *STAR – Study & Accounting Research*, ISSN: 1693-4482, Vol XI, No, 1–14.
- Hussein, A. S. (2015). *Modul Ajar Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan SmartPLS 3.0*. Universitas Brawijaya.
- Inilahkoran. (2019). *Pengendalian Internal Pemkot Cimahi Masih Lemah*. Inilahkoran. <https://www.inilahkoran.com/berita/5355/pengendalian-internal-pemkot-cimahi-masih-lemah>
- Irwan, I., & Haryono, D. (2015). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif)*. Bandung: Alfabeta
- Kurniawan, I. S. (2016). Determinan Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, ISSN Print: 1907-3011, ISSN Online: 2528-1127, Volume 13, 47–58.
- Mahmudi. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Maksyur, N. V. (2015). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Komitmen Organisasi, Sistem Pengendalian Intern, Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi Empiris Pada SKPD Kabupaten Indragiri Hulu). *JOM. FEKON*, ISSN : 2355-6854, Vol. 2 No., 1–15.
- Murapi, I. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Informasi Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris pada SKPD di Kabupaten Lombok Tengah). *Jurnal InFestasi*, Vol. 12, N, 131–143.
- Mutiana, L., Diantimala, Y., & Zuraida. (2017). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern, Teknologi Informasi, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Komitmen Organisasi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi Pada SATKER di Lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Aceh Utara). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, ISSN. 2502-6976, Volume 3 N, 151–167.
- Nurhayati, Y., Aprianto, R., & Anggraini, R. (2019). Pengaruh Akuntansi Berbasis Akrual Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Kabupaten Musi Rawas Utara. *Jurnal Akuntanika*, ISSN 2407 - 1072, Vol. 5, No, 54–61.
- pasundanekspres.co. (2018). *Penempatan PNS Cimahi Tak Sesuai Kualifikasi*. Pasundanekspres.Co. <https://www.pasundanekspres.co/jabar/bandung/penempatan-pns-cimahi-tak-sesuai-kualifikasi/>
- Putri, I. D., Rahayu, S., & Nurbaiti, A. (2017). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemahaman Regulasi Standar Akuntansi Berbasis Akrual, Sistem Pengendalian Internal, dan Penerapan Sistem Manajemen Keuangan Daerah Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *E-Proceeding of Management*, ISSN: 2355-9357, Vol.4, No., 1732–1739.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat.
- Safitri, R. (2018). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Sistem Pengendalian Intern, Komitmen Organisasi, Peran Internal Audit Dan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Daerah (Studi Empiris Pada OPD Kota Dumai). *JOM FEB*, ISSN : 2355-6854, Volume 1 E, 1–12.
- Septarini, D. F., & Papilaya, F. (2016). Interaksi Komitmen Organisasi Terhadap Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, p-ISSN: 2085-8779 e-ISSN: 2354-7723, Vol.VII, N, 100–116.
- Shintia, C. I. A. P., & Erawati, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas SDM, Sistem Informasi, Pengendalian Intern dan Komitmen Organisasi Pada Kualitas Laporan Keuangan. *E-*

- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, ISSN : 2302-8556, Vol.21.2., 1186–1205.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Tanjung, A. H. (2013). *Akuntansi Pemerintah Daerah Berbasis Akrual Pendekatan Teknis Sesuai PP No. 71/2010*. Alfabeta.
- Trisnawati, N. N., & Wiratmaja, D. N. (2018). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Sistem Pengendalian Intern Pada Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, ISSN: 2302-8556, Vol.24.1., 768–792.*



Analisis Pembiayaan Arrum Pada Usaha Mikro Kecil Di Pegadaian Syariah Kota Palopo (Studi Kasus Arrum BPKB)

Arini Lestari Aris^{1,*}, Charisma Ekawaty¹

¹ *Program Manajemen, Universitas Andi Djemma*

**Correspondent Email: ariniaris06@gmail.com*

Article History:

Received: 05-01-2021; Received in Revised: 08-01-2021; Accepted: 11-01-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.588>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pelaksanaan pembiayaan Arrum pada Pegadaian Syariah Kota Palopo dan memastikan bahwa benar tidak ada unsur riba dalam pelaksanaannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder yang diambil dengan wawancara langsung dan observasi, serta dokumen-dokumen pendukung yang ada di Pegadaian Syariah Kota Palopo. Teknik pengolahan data yang digunakan yakni, editing, organizing, dan hasil temuan, sementara untuk analisis data menggunakan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum. Hasil temuan yang didapatkan bahwa sistem pelaksanaan yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Kota Palopo telah sesuai dengan syariat islam dan prosedur operasional Pegadaian Syariah dan tidak ada unsur riba di dalamnya.

Kata kunci: *Pembiayaan, Arrahn (Arrum), Pembiayaan Arrum BPKB*

Abstract

This study aims to determine the Arrum financing implementation system at the Palopo City Sharia Pawnshop and ensure that there is really no element of usury in its implementation. This type of research is qualitative research using primary and secondary data sources which are taken by direct interviews and observations, as well as supporting documents in the Palopo Sharia Pawnshop. The data processing techniques used are editing, organizing, and findings, while for data analysis using an inductive mindset, which means a mindset that is based on specific facts and then researched, analyzed and concluded so that the problem solving or solution can apply. generally. The findings show that the implementation system carried out by the Palopo City Sharia Pawnshop is in accordance with Islamic Sharia and Sharia Pawnshop operational procedures and there is no element of usury in it. Abstraks dalam bahasa inggris juga diperlukan sebagaimana yang diuraikan sebelumnya.

Keywords: *Financing, Ar-rah (Ar-rum), Ar-rum Financing of BPKB.*

1. Pendahuluan

Keterbatasan modal selalu dianggap sebagai kendala utama dalam mengembangkan usaha bagi pedagang kecil. Karena keterbatasan modal ini, pedagang kecil mengharapkan

adanya akses serta terjangkaunya kredit finansial dengan jumlah kredit yang terjangkau, syarat yang mudah, dan prosedur cepat dan tepat waktu. Dengan berkembangnya perekonomian masyarakat yang semakin meningkat, maka seseorang dapat memperoleh pinjaman melalui jasa pembiayaan baik melalui lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan nonbank, diantaranya Lembaga Pegadaian yang menawarkan akses lebih mudah dengan proses yang cepat. Ummah (2018) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa Pegadaian Syariah di Sidoarjo memberikan kemudahan bagi para nasabah untuk mendapatkan tambahan modal usaha dalam meningkatkan pendapatan usahanya.

Kenyataannya praktik Lembaga Pegadaian ini tak luput dari sistem pembiayaan yang berbunga, dimana setiap pinjaman akan dibayar dengan bunga pinjaman yang telah ditetapkan sebelum akad. Akan tetapi sistem yang diterapkan oleh lembaga pegadaian ini erat kaitannya dengan riba, dimana mayoritas masyarakat di Indonesia khususnya di Palopo menganut agama islam yang mengharamkan riba. Namun dengan adanya aturan dari Otoritas Jasa Keuangan Indonesia Nomor 31/POJK.05/2016 tentang Penyelenggaraan Usaha yang tidak mengandung praktik riba yang harus diemban oleh Perum Pegadaian Syariah dan dijadikan landasan kegiatan usaha Perum Pegadaian hingga saat ini. Setelah melalui kajian yang panjang, akhirnya disusunlah sebuah konsep Unit Layanan Gadai Syari'ah (ULGS) sebagai awal untuk menangani kegiatan usaha syari'ah pada Perum Pegadaian. Gadai Syari'ah atau rahn pada mulanya merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh Bank Syari'ah, yang merupakan lembaga mandiri berdasarkan prinsip syari'ah yang memberikan keuntungan masyarakat dari produk gadai syari'ah yang cepat dan praktis.

Produk Ar-Rum Hadir sesuai dengan sifat kebutuhan para pedagang kecil yang membutuhkan sumber pembiayaan yang cepat serta mudah. Mudah berarti tanpa persyaratan surat-surat yang menyulitkan, dan cepat diambil bila diperlukan tanpa harus menunggu lebih lama, serta prosedur yang fleksibel, dengan menggunakan prinsip yang berbasis syari'ah yang dianggap menentramkan karena bebas bunga dan riba. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Zainal, 2012) yang menemukan bahwa Pegadaian Syariah bebas riba dengan prosedur pelaksanaan yang mudah. Selanjutnya, dalam penelitian Suhaina (2015) juga disebutkan bahwa akad pada Pegadaian Syariah jauh lebih memudahkan nasabah dibandingkan dengan perjanjian yang diberikan pada lembaga konvensional, dalam hal ini adalah sistem pelunasan utang yang lebih memudahkan nasabah di Pegadaian Syariah dibandingkan dengan Lembaga Pembiayaan Konvensional yang menerapkan sistem bunga. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Novriansyah & Herianingrum (2020) bahwasannya Pegadaian Syariah lebih memberikan kemudahan dalam pemberian modal kerja kepada masyarakat dibandingkan dengan Lembaga Keuangan Konvensional.

Faktanya masih banyak orang diluar sana yang beranggapan bahwa produk dari pegadaian syari'ah ini hanya berlabelkan label syari'ah saja tidak terkecuali di Kota Palopo ini, karena ketidaktahuan warga/masyarakat terhadap metode yang digunakan dalam menghasilkan keuntungan yang kemudian masyarakat beranggapan bahwa dalam praktiknya tidak sesuai dengan prinsip dan kaidah Syari'ah yang diterapkan. Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah sistem pelaksanaan pembiayaan Ar-rum BPKB yang dijalankan oleh Pegadaian Syariah Cabang Kota Palopo telah sesuai dengan standar operasional Pegadaian Syariah dan tidak mengandung unsur riba di dalamnya.

2. Metodologi

Penelitian dilakukan pada Pegadaian Syariah Kota Palopo, dimulai dari bulan April sampai Desember 2019. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan bukan melalui perantara. Data primer dapat juga berupa pendapat orang secara individu maupun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda fisik, kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Data sekunder merupakan sumber data yang sifatnya mendukung sumber data primer yakni dokumen berupa arsip Pegadaian Syari'ah Cabang Kota Palopo yang berkaitan dengan akad Ar-Rum dan buku-buku syari'ah dan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, (Sangadji, 2010). Data didapatkan melalui wawancara dan observasi langsung ketika melakukan penelitian.

Prosedur penelitian yang akan dilaksanakan untuk penelitian ini ada empat tahapan yakni: Tahapan pertama, peneliti akan mengumpulkan data yang dibutuhkan di Pegadaian Syariah Cabang Kota Palopo. Tahapan kedua, peneliti mengumpulkan dan mengolah data dengan Teknik onservasi, wawancara, dokumentasi, dan penelitian kepustakaan. Setelah data dikumpulkan peneliti melakukan pengolahan data dengan teknik pengolahan data yakni (Zakariah et al., 2020) : (1) *editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian; (2) *organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapatkan dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis; (3) Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Narbuko & Achmadi, 2013).

Tahapan ketiga, setelah data terkumpul, peneliti kemudian menganalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum. Pemecahan persoalan yang bersifat umum diperoleh peneliti melalui catatan lapangan dari hasil observasi, hasil wawancara, dan dokumentasi yang telah dilakukan peneliti (Purhantara, 2010). Tahapan keempat, tahapan untuk menentukan simpulan dan saran atau rekomendasi untuk pemanfaatan penelitian ini oleh pengambil kebijakan.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Ketentuan Pelaksanaan Arrum

Muftifiandi (2015) mengemukakan bahwa ketentuan pelaksanaan Arrum berbeda dengan rencana skim pembiayaan gadai syariah yang ada, karena prosedur pembiayaan pegadian syariah sangat berhati-hati dalam menngalokasikan pembiayaan guna mengurangi risiko ketika akad berjalan. Hal ini dapat dilihat dari ketentuan berikut:

- Objek jaminan barang gadai

Syarat objek jaminan barang gadai untuk Arrum BPKB pada pegadaian Syariah Kota Palopo adalah (Sumber: Wawancara Penaksir CPS Luwu, 2020)

1. BPKB dan STNK harus sama dengan yang ada di KTP, untuk menandakan kendaraan bermotor tersebut adalah kendaraan milik sendiri.
2. Jika kendaraan bukan milik pribadi, maka wajib untuk menyertakan surat kesepakatan untuk menjaminkan kendaraan tersebut.
3. Merk dan jenis kendaraan adalah yang umum digunakan dan pemasarannya tidak sulit.
4. Prosedur dan sistem penaksiran sesuai dengan yang diberlakukan oleh Pegadaian Syariah.
5. Kendaraan bermotor roda empat atau lebih dengan plat kuning, wajib untuk melengkapi persyaratan serta izin trayek dan buku kir dari dinas lalu lintas dan angkutan lainnya.



Gambar 1. Wawancara dengan Penaksir (Ibu Dian) di Pegadaian Syariah Kota Palopo

b. Kedudukan barang gadai

Selama berada di tangan pemegang gadai, status harta yang dijaminkan hanyalah amanah yang dipercayakan oleh pihak penggadainya, rahin masih diperbolehkan menggunakan marhun dengan ketentuan rahin harus tetap menjaga marhun tersebut hingga pinjaman dilunasi (Wahdah, 2017). Ini sesuai dengan pernyataan pimpinan CPS Luwu, yakni:

“Barang gadai nasabah tetap boleh digunakan oleh nasabah, namun nasabah tetap harus menjaga barang gadai tersebut. Jika ingin barangnya disimpan boleh saja, tapi CPS Luwu belum memiliki gudang untuk menyimpan kendaraan, dan kebanyakan nasabah justru menggunakan barang gadainya untuk kegiatan usahanya.” (Sumber: Wawancara Pimpinan, 2020)

c. Risiko atas kerusakan barang gadai

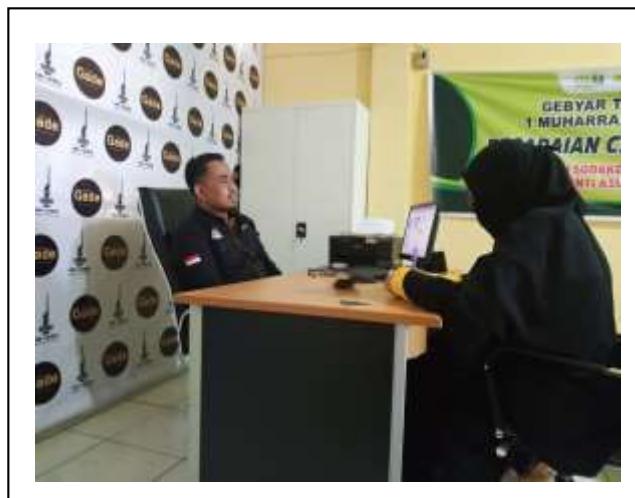
Jika Murtahin selaku pemegang amanat telah memenuhi jaminan dengan menjaga barang gadai sesuai dengan kondisi barang, dan barang tiba-tiba rusak atau tidak sengaja hilang, maka ulama dalam hal ini memiliki pendapat yang berbeda tentang siapa yang harus menanggung resikonya. Berbeda halnya jika barang yang digadaikan rusak atau hilang akibat kelalaian Murtahin. Dalam hal ini tidak ada

perselisihan, dan semua ulama sepakat bahwa Murtahin menanggung resiko, memperbaiki kerusakan atau mengganti kerugian. Sebaliknya, jika Rahin menyebabkan kerusakan saat dalam pemanfaatan barang gadai, yang mengakibatkan turunnya harga barang atau barang gadai tersebut hilang, maka tanggung jawab Rahin adalah mengganti kerugian akibat kelalaianya sesuai dengan akad yang disepakati di awal (Sumber: Akad Perjanjian Arrum BPKB CPS Luwu, 2020).

d. Pemeliharaan barang gadai

Biaya pemeliharaan harta yang digadaikan ditanggung oleh pihak peggadai, dengan alasan barang tersebut berasal dari hak tanggungan penggadai dan tetap menjadi milik mereka. Hal ini sesuai dengan isi akad pinjaman Pegadaian dan sesuai dengan pernyataan Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Kota Palopo, yakni:

“Kita sebutnya mu’nah, biaya pemeliharaan. Sekalipun nasabah masih tetap menggunakan marhun yang digadaikan, biaya pemeliharaan atas barang gadainya tetap menjadi tanggung jawab nasabah, ini untuk menjaga marhun tersebut tetap dalam kondisi yang baik.” (Sumber: Wawancara, 2020)



Gambar 2. Wawancara dengan Pimpinan Pegadaian Syariah Kota Palopo

2. Kaidah Fikih Gadai Syariah Dalam Perspektif Pegadaian Syariah

Gadai secara hukum dibolehkan asal tidak mengandung unsur-unsur ribawi. Perbedaan utama antara gadai syari’ah dengan gadai yang haram adalah dalam hal pengenaan bunga. Pegadaian syari’ah bebas dari bunga, yang ada adalah biaya pemeliharaan barang (akad rahn). Hasil wawancara dengan ibu Dian selaku penaksir di Pegadaian Syariah Kota Palopo mengatakan kontrak akan dimulai setelah akad perjanjian dibuat dengan kelengkapan berkas yang telah disetujui oleh pimpinan cabang termasuk perhitungan mu’nah (biaya pemeliharaan kendaraan). Pelaksanaan perjanjian gadai bergantung pada banyak faktor, diantaranya subjek dan objek perjanjian gadai. Subjek perjanjian gadai adalah Rahin (nasabah) dan Murtahin (yang menahan barang gadai/pihak pegadaian). Objeknya adalah Marhun (barang gadai), ini tertuang dalam rukun gadai yang ditulis oleh (Al Arif, 2012).



Gambar 3. Wawancara dengan Pimpinan Pegadaian Syariah Kota Palopo

3. Dasar Hukum Gadai Syariah yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah

a. Al-Quran dan Hadits

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti dalam pedoman perusahaan (SOP) standar operasional perusahaan, landasan hukum yang digunakan oleh Pegadaian Syariah juga berpedoman pada prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh Al-quran dan Hadits, yaitu:

1. Dalil Al-Qur'an dalam QS. Al-Baqarah: 282, 283.
2. Dasar hadist, diantaranya hadist yang bersumber dari Aisyah r.a : "Bhwa Rasulullah SAW membeli makanan dari seorang yahudi dan beliau mengadaikan baju besi kepadanya." (HR. Bukhari-Muslim). Dan dari Abu Huraira r.a : "Nabi SAW bersabda : "Tidak terlepas kepemilikan barang gadai dari pemilik yang menggadaikannya. Ia memperoleh manfaat dan menanggung risikonya." (HR. Daruquthni-Hakim).
3. Dasar Ijma adalah bahwa umat Islam setuju untuk mengizinkan Rahn secara hukum saat bepergian dan di rumah.

b. Fatwa DSN dan MUI

Di Indonesia, MUI (Majelis Ulama Indonesia) merupakan lembaga swadaya masyarakat yang bertujuan untuk mewadahi para cendekiawan, zu'ama dan cendekiawan Muslim Indonesia untuk memajukan, membimbing, melindungi dan menjaga kestabilan kehidupan sesama muslim, selain itu juga mengeluarkan fatwa tentang gadai Nomor: 25/DSN.MUI/III/2002 (Arispen et al., 2016). Fatwa yang dikeluarkan MUI berisi undang-undang, ketentuan umum tentang akad, dan ketentuan tentang penutupan perkara. Selain itu Pegadaian Syariah juga berlandaskan pada fatwa No.68/DSN.MUI/III/2008 tentang Rahn Tasjily, serta Fatwa No.92/DSN/MUI/IV/2014 tentang pembiayaan yang disertai Rahn (Sumber: Wawancara Pimpinan CPS Kota Palopo)

4. Hak dan Kewajiban Rahin dan Murtahin (Fatwa DSN Syariah No.25/DSN-MUI/III/2014)

a. Hak dan Kewajiban Murtahin (Nortamami & Diana, 2018)

1. Penerima gadai berhak menjual marhun (barang jaminan) apabila rahin tidak

- memenuhi kewajiban pada saat jatuh tempo, hasil penjualan tersebut akan digunakan untuk melunasi pinjaman dan jika tersisa akan dikembalikan ke rahin.
2. Penerima gadai memiliki hak untuk mendapatkan penggantian biaya atas perawatan marhun. Tanggung jawab murtahin yakni, murtahin wajib memberikan informasi kepada rahin sebelum diadakan pelelangan marhun.
 3. Jika pinjaman belum lunas maka murtahin memiliki hak untuk menahan barang gadai yang diserahkan rahin.
- b. Hak dan Kewajiban Rahin (Nortamami & Diana, 2018)
1. Rahin berhak mendapatkan kembali marhun miliknya jika pinjaman telah dilunasi. Rahin bertanggung jawab melunasi tunggakannya sesuai dengan tenggat waktu sebelum jatuh tempo dengan biaya-biaya yang telah disepakati di awal akad.
 2. Rahin wajib merelakan marhun yang diserahkan untuk dilelang oleh murtahin apabila rahin tidak mampu melunasi pinjamannya.
 3. Rahin berhak menerima hasil sisa dari pendapatan pelelangan marhun setelah dikurangi biaya pinjaman dan biaya lainnya.

5. Ganti Rugi Keterlambatan

Untuk mengetahui tingkat keterlambatan angsuran dan jumlah Ta'widh (denda) sesuai dengan tarif yang ditetapkan dalam surat edaran (4% dari angsuran), maka pegadaian syari'ah membagi tingkat kelancaran angsuran menjadi 5 bagian (Sumber: Wawancara Pimpinan CPS Kota Palopo):

- a. Angsuran lancar
- b. Dalam perhatian khusus
- c. Kurang lancar
- d. Diragukan
- e. Macet

Apabila surat somasi telah diberikan sebanyak 3 kali dan rahin masih tidak mampu melunasi tunggakannya, maka pegadaian syariah berhak melakukan sita pada barang gadai yang diberikan oleh rahin. Pembayaran keterlambatan dibayar bersamaan dengan angsuran bulan sebelumnya dan dibayarkan pada angsuran bulan berikutnya.

Adapun simulasi perhitungan untuk keterlambatan pembayaran angsuran dengan menggunakan formulasi berikut ini:

$$\text{Keterlambatan} = (4\% \times \text{Angsuran}) + \text{Angsuran}$$

$$\text{Keterlambatan} = (4\% \times \text{Rp}784.000) + \text{Rp}784.000 = \text{Rp}815.360$$

6. Pelelangan Marhun Bih

Sebelum marhun dijual, pihak pemberi gadai akan memberitahukan kepada rahin terlebih dahulu. Pemberitahuan disampaikan kepada rahin paling lambat 5 hari sebelum tanggal penjualan, melalui surat pemberitahuan ke masing-masing alamat, pemberitahuan melalui telepon, papan pengumuman yang ada di kantor cabang, dan informasi di kantor kelurahan/kecamatan (Sumber: Wawancara Pimpinan CPS Kota Palopo).



Gambar 4. Wawancara Kasir Pegadaian Syariah Kota Palopo

B. Pembahasan

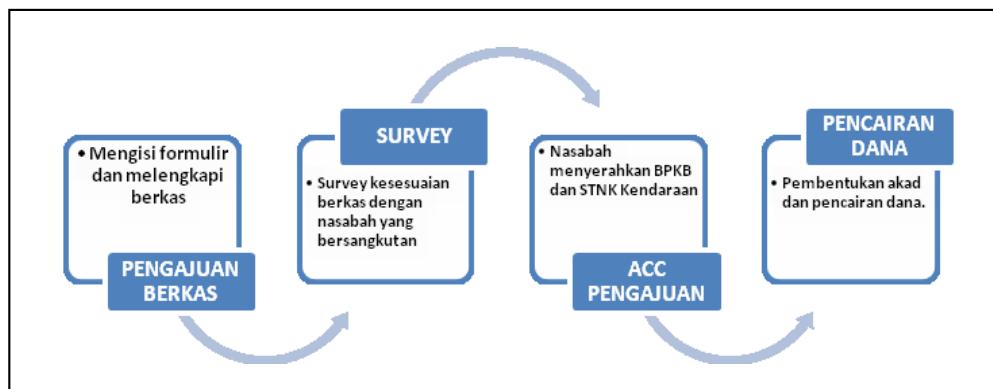
1) Implementasi Pelaksanaan Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Kota Palopo

Menurut (Soemitra, 2014), “*Arrum singkatan dari Ar-rahm untuk Usaha Mikro Kecil yang merupakan pembiayaan bagi para pengusaha mikro kecil, untuk mengembangkan usaha dengan berprinsip syariah*”. Produk Arrum BPKB yang ditawarkan oleh pegadaian syariah ini membantu pengusaha mikro kecil dalam mengembangkan usaha mereka, selain itu Arrum BPKB ini juga menjadi tambahan modal bagi pengusaha kecil agar usaha mereka tetap bertahan. Pembiayaan Arrum BPKB dimulai dari Rp. 3.000.000 sampai Rp. 200.000.000 tergantung dari jenis kendaraan yang digadai berdasarkan harga pasar kendaraan tersebut. Hal ini berdasarkan dengan hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pegadaian kota Palopo, Bapak Baso Sutrisno, SE., MM: “*Untuk pembiayaan yang diberikan kepada nasabah melalui Arrum BPKB itu tergantung dari harga pasar kendaraan, misalkan harga pasar kendaraan tersebut jika dijual Rp100.000.000 maka 70% dari harga pasar tersebut yang akan diberikan kepada nasabah.*”

Selain itu, proses pencairan Arrum BPKB ini juga terbilang cukup cepat yakni satu minggu setelah pengajuan, sesuai dengan penyataan Pimpinan Cabang, “*Kalau proses pencairan biasanya paling cepat 1 minggu setelah pengajuan, karena penaksir harus betul-betul memastikan kondisi nasabah yang mengajukan Arrum BPKB ini. Jika tidak ada kendala sama sekali setelah 3 hari pun dana bisa diterima oleh nasabah.*” (Sumber: Wawancara Pimpinan, 2020).

Untuk persyaratan pembiayaan Arrum sama seperti syarat di pegadaian syariah lainnya, seperti yang disampaikan Pimpinan Cabang Pegdaian Syariah Kota Palopo, “*Untuk syarat pengajuan nasabah harus melampirkan fotokopi KTP (suami dan istri), FC rekening listrik dan air 3 bulan terakhir, FC BPKB dan STNK kendaraan, serta surat keterangan usaha dari kelurahan setempat. Kendaraan yang digadai harus*

dengan nama sendiri, jika bukan maka harus ada surat kuasa dari pemilik kendaraan.” (Sumber: Wawancara Pimpinan, 2020).



Gambar 5. Tahapan pemberian Arrum Pegadaian Syariah Cabang Kota Palopo

Arrum BPKB Pegadaian Syariah Cabang Kota Palopo menggunakan akad rahn. Akad *rahn* yaitu akad yang digunakan untuk menahan Bukti Kepemilikan Kendaraan atau BPKB nasabah sebagai jaminan. Di dalam akad pinjaman Arrum BPKB tarif mu’nah telah ditentukan sehingga memudahkan nasabah untuk tetap mengingat jumlah yang harus dibayarkan.

Simulasi perhitungan tarif mu’nah:

$$Mu'nah = 0.65\% \times taksiran \times jangka\ waktu$$

Untuk pembayaran mu’nah dilakukan setiap bulan bersamaan dengan angsuran pokok. Mu’nah adalah jasa pemeliharaan/penjagaan atas marhun (barang jaminan) milik nasabah yang disimpan oleh pihak Pegadaian sebagai jaminan pinjaman Arrum (Sumber: Akad Pinjaman Arrum BPKB, Pasal 1).

Simulasi pembayaran mu’nah. Misalkan, taksiran senilai Rp8.000.000 dengan jangka waktu pemberian 12 bulan, maka pembayaran mu’nah yakni:

Simulasi perhitungan pinjaman:

$$Pinjaman = Rp8.000.000 \times 70\% = Rp5.600.000$$

$$Pinjaman yang disetujui Rp5.000.000$$

Total pinjaman yang biasanya dikeluarkan oleh pihak Pegadaian tidak selalu sesuai dengan perhitungan rumus diatas, ini dikarenakan pihak Pegadaian juga mempertimbangkan kemampuan nasabah untuk membayar. Ini sesuai dengan pernyataan Penaksir di Pegadaian Syariah Kota Palopo:

“Untuk besaran pinjaman memang dasar perhitungannya adalah 70% dari taksiran kendaraan nasabah, namun kami tetap melihat kemampuan nasabah tersebut. Jadi misalkan saja, nilai taksiran kendaraan nasabah adalah Rp8.000.000 dikalikan dengan 70%, maka kisarannya adalah Rp5.000.000.” (Sumber, Ibu Dian, penaksir CPS Kota Palopo).

Simulasi perhitungan mu’nah:

$$Mu'nah = 0.65\% \times Rp8.000.000 = Rp52.000$$

Maka, pembayaran angsuran per bulan:

$$\text{Angsuran Per Bulan} = \frac{\text{Rp}5.000.000}{12} + \text{Rp}52.000 = \text{Rp}468.667$$

Mu'nah dibayarkan selama masa pinjaman, namun tetap bisa dibayarkan sekaligus dengan mengalikan nilai mu'nah dengan jangka waktu pinjaman. Akan tetapi, jika nasabah melunasi pinjaman sebelum jangka waktu pinjaman habis maka pihak pegadaian akan memberikan diskon kepada nasabah tersebut. Penyataan ini sesuai dengan yang disampaikan staf pegadaian pada saat wawancara, yakni:

“Mu'nah dibayarkan bersamaan dengan angsuran, namun bisa dibayarkan sekaligus, caranya tinggal mengalikan nilai mu'nah dengan jangka waktu pinjaman. Tetapi, jika nasabah melunasi pinjaman sebelum jangka waktu habis akan ada diskon diberikan kepada nasabah, untuk perhitungannya biasanya sudah di sistem, mbak.” (Sumber: Ibu Dian, Penaksir CPS Luwu).

Tabel 1. Daftar Pinjaman dan Angsuran

PINJAMAN	JANGKA WAKTU KREDIT			
	12 BULAN	18 BULAN	24 BULAN	28 BULAN
Rp 3,000,000	Rp 302,000	Rp 218,667	Rp 177,000	Rp 159,143
Rp 5,000,000	Rp 468,667	Rp 329,778	Rp 260,333	Rp 230,571
Rp 6,000,000	Rp 552,000	Rp 385,333	Rp 302,000	Rp 266,286
Rp 7,000,000	Rp 635,333	Rp 440,889	Rp 343,667	Rp 302,000
Rp 8,000,000	Rp 718,667	Rp 496,444	Rp 385,333	Rp 337,714
Rp 10,000,000	Rp 885,333	Rp 607,556	Rp 468,667	Rp 409,143
Rp 15,000,000	Rp1,302,000	Rp 885,333	Rp 677,000	Rp 587,714
Rp 20,000,000	Rp1,718,667	Rp 1,163,111	Rp 885,333	Rp 766,286
Rp 30,000,000	Rp2,552,000	Rp 1,718,667	Rp1,302,000	Rp 1,123,429
Rp 50,000,000	Rp4,218,667	Rp 2,829,778	Rp2,135,333	Rp 1,837,714

Sumber: Penaksir, CPS Kota Palopo

2) Analisis Kesesuaian Kaidah Fiqih Syariah Dengan Praktik Rahn Pada Produk Arrum BPKB Pegadaian Syariah Cabang Kota Palopo

Sejak zaman Nabi Muhammad SAW Praktik rahn sudah ada, ini di buktikan dengan turunnya ayat dalam Al-Qur'an yang berisi tentang ketentuan gadai, dan diberlakukannya sistem gadai pada zaman itu dengan peninggalan hadist Muhammad SAW yang berisikan tentang kegiatan *rahn*. Ini menandakan bahwa sesungguhnya islam dalam melakukan segala kegiatan, baik itu bermuamalah atau rahn harus didasarkan atas kaidah yang telah ditetapkan oleh agama dengan berlandaskan Al-Qur'an dan Al-Hadist. Fatwa-fatwa yang berhubungan tentang *rahn*, yaitu fatwa MUI tentang gadai No.25/DSN-MUI/III/2002 yang mengatur segala ketentuan yang berhubungan dengan *rahn*. Pernyataan ini juga sesuai dengan hasil wawancara Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Kota palopo yakni:

“Landasan syariah Arrum selain bersumber dari Al-Quran dan Hadits, ada juga yang bersumber dari Fatwa MUI tentang pemberian yang disertai rahn, sementara untuk landasan operasionalnya itu dari Perdir no.10 tahun 2015.” (Sumber: Wawancara, 2020)

Dari data yang ada, peneliti menemukan beberapa kesesuaian kaidah yang diterapkan oleh pegadaian syari'ah dalam melakukan transaksi gadai Ar-Rum ini antara lain :

a. Rahn berdasarkan tinjauan Al-Quran

Pegadaian Syariah menetapkan pondasi berdasarkan pedoman Al-Quran, yaitu:

QS. 2 : 283

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhanmu; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Temuan ini telah sesuai dengan yang peneliti dapatkan selama mengumpulkan data dengan wawancara dan observasi. Sama halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ummah (2018) bahwa benar Peagadai Syariah dalam menjalankan akad gadai, pondasi utamanya dalam pembuatan akad Arrum adalah Al-Quran.

b. Operasional Akad Rahn Berdasarkan Tinjauan Hadist

HR Asy'Syafii, al Daraquthni dan Ibnu Majah yang menjelaskan tentang praktik akad ijarah, Abu Hurairah r.a. “Nabi SAW bersabda: Tidak terlepas kepemilikan barang gadai dari pemilik yang menggadaiannya. Ia memperoleh manfaat dan menanggung risikonya.” Hadist ini telah sesuai dengan karakteristik akad rahn yang digunakan oleh pegadaian syari'ah yaitu “pemindahan hak guna atas barang dan atau jasa dengan membayar mu'nah, tanpa harus mengalihkan kepemilikan barang itu sendiri”.

Dari HR. Jamaah, kecuali Muslim dan An Nasai Nabi Bersabda: “Tunggangan (kendaraan) yang digadaikan boleh dinaiki dengan menanggung biayanya dan binatang ternak yang digadaikan dapat diperah susunya dengan menanggung biayanya.” HR Jemaah kecuali Muslim dan Nasai-Bukhari Dari Abi Hurairah r.a. Rasulullah bersabda: “Apabila ada ternak digadaikan, maka punggungnya boleh dinaiki (oleh yang menerima gadai), karena ia telah mengeluarkan biaya (menjaga)nya. Apabila ternak itu digadaikan, maka air susunya yang deras boleh diminum (oleh orang yang menerima gadai) karena ia telah mengeluarkan biaya (menjaga)nya.” Dalam praktiknya hadist ini telah sesuai dengan operasional akad rahn dalam pegadaian syari'ah (Iqbal, 2012)

c. Fatwa DSN-MUI Tentang gadai Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002

Peneliti mengukur kesesuaian fikih antara fatwa DSN-MUI ini dengan praktik yang terjadi pada pegadaian syari'ah, adapun entitas yang dijadikan tolak ukur untuk mengukur kesesuaian fikih antara fatwa ini dengan praktik yang dilakukan oleh pihak pegadaian syari'ah antara lain:

1. Hukum

Bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk Rahn dibolehkan sesuai dengan ketentuan umum, yakni:

- a) Murtahin (penerima barang) mempunyai hak untuk menjual Marhun (barang) jika Rahin (yang menyerahkan barang) tidak melunasi pinjamannya. Penyataan ini juga sesuai dengan hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Kota Palopo, yakni: "*Hitungan keterlambatan itu per hari mbak, akan tetapi jika telah sampai 30 hari nasabah tidak membayarkan tunggakan dan angsuran pinjaman, maka kami akan menahan untuk sementara kendaraan yang digadaikan, jika nasabah mampu melunasi tunggakan tersebut kendaraannya akan dikembalikan, namun jika tidak mampu melunasi sampai batas yang telah ditentukan, maka sesuai perjanjian, pihak Pegadaian bisa melelang barang tersebut.*" (Sumber: Wawancara Penaksir CPS Kota Palopo, 2020)
 - b) Marhun dan manfaatnya tetap menjadi milik Rahin. Pada prinsipnya, Marhun tidak boleh dimanfaatkan oleh Murtahin kecuali seizin Rahin, dengan tidak mengurangi nilai Marhun dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya. Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian Ummah (2018) tentang pemanfaat barang gadai di Pegadaian Syariah Sidoarjo.
 - c) Pemeliharaan Marhun pada dasarnya menjadi kewajiban Rahin, namun dapat dilakukan juga oleh Murtahin, dan biaya pemeliharaan tetap menjadi kewajiban Rahin. Dalam hal ini barang gadai yang dijaminkan masih boleh digunakan oleh rahin, namun biaya pemeliharaan kendaraan tetap ditanggung oleh nasabah tersebut. Murtahin tetap memiliki tanggung jawab dan hak untuk memeriksa kondisi marhun (Sumber: Akad Pinjaman Arrum Pasal 6, diberikan tanggal 19 Agustus 2020).
 - d) Besar biaya pemeliharaan Marhun tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman. Hal ini juga dituliskan dalam akad perjanjian Arrum, disebutkan jumlah mu'nah yang harus ditanggung oleh nasabah (Sumber: Akad Perjanjian Arrum, Pasal 3, diberikan tanggal 19 Agustus 2020).
 - e) Penjualan Marhun. Hasil penjualan barang gadai dapat digunakan untuk melunasi pinjaman dan biaya pemeliharaan, kelebihan hasil penjualan akan menjadi milik rahin sementara kekurangannya menjadi kewajibannya, terakhir jika ada perselisihan maka kedua belah pihak akan menyelesaikannya melalui pengadilan agama (Sumber: Akad Perjanjian Arrum, Pasar 12, diberikan tanggal 19 Agustus 2020).
 - f) Berdasarkan analisis pembiayaan. Langkah untuk menganalisis yakni dengan melakukan wawancara kepada nasabah, kemudian melakukan pemeriksaan atas data yang masuk, lalu menyusun laporan hasil dari pemeriksaan tersebut. Calon nasabah di analisa secara onjektif dengan 5 aspek, yakni *character, capacity, condition, collateral*.
2. Pegadaian Syariah Anti Riba

Dari hasil observasi dan wawancara dengan Pimpinan CPS Palopo, proses operasional Pegadaian Syari'ah Cabang Kota Palopo sebagaimana

diuraikan di atas, mulai dari pemberian dana untuk modal dasar sampai kepada penyalurannya kepada masyarakat, seluruhnya tidak boleh mengandung unsur riba, sebab dalam operasionalnya pegadaian syari'ah tidak mengenakan bunga kepada nasabah, tetapi hanya mengenakan margin/keuntungan berdasarkan tarif akad rahn seperti biaya pemeliharaan (mu'nah) dan biaya administrasi kepada nasabah (dibayarkan pada saat pencairan pinjaman). Perbedaan utama antara bunga gadai dengan biaya gadai adalah sifat bunga bisa berakumulasi dan berlipat ganda sementara biaya gadai hanya sekali dan ditetapkan di muka. Oleh karena sudah jelas bahwa pembiayaan Ar-rum pegadaian syari'ah bebas dari riba yang hukumnya dilarang dalam Hukum Islam. Pernyataan ini juga sama seperti yang disampaikan oleh Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Kota Palopo, yakni:

“Pegadaian itu kan landasan hukumnya selain dari Al-Quran dan Hadits, ada juga Fatwa MUI. Kita sebagai umat muslim pun acuannya adalah para ulama, maka dari itu, jika Fatwa Ulama yang selama ini digunakan telah berpedoman pada Al-Quran dan telah menetapkan hukum bisnis syariah, maka dengan otomatis kita akan beranggapan bahwa riba tidak mungkin diadakan dalam lembaga keuangan syariah. Dan keuntungan dari pembiayaan ini bersumber dari biaya pemeliharaan dan ta'widh, semuanya pun tidak digunakan untuk operasional Pegadaian Syariah saja, namun digunakan untuk DKU (Dana Kemanusian Umat), misalnya pembangunan mesjid, sedekah, seminar syariah dan lainnya.” (Sumber: Wawancara Pimpinan CPS Kota Palopo, 2020). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan dari penelitian Zainal (2012) dan penelitian Suhaina (2015) yang juga menemukan bahwa tidak ada unsur riba yang diterapkan dalam pegadaian Syariah.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana telah diuraikan di atas, maka penulis menarik kesimpulan yaitu (1) Sistem pelaksanaan / praktik rahn pada produk pegadaian syari'ah Ar-Rum BPKB di Kota Palopo telah sesuai dengan standar operasional manajemen yang berlaku umum pada pegadaian menurut hukum Islam. Hal ini sesuai dengan praktik rahn yang berdasarkan landasan Al-Quran dan Hadits, landasan Fatwa DSN MUI, serta Perdiri No. 10/Bisnis/2015. (2) Pembiayaan Ar-rum bebas bunga dan riba, karena keuntungan yang didapatkan oleh pegadaian syari'ah melalui produk Ar-rum BPKB ini berupa biaya pemeliharaan (akad rahn), yang sama sekali berbeda dengan bunga dan riba. Keuntungan lainnya yang diperoleh Pegadaian Syariah adalah keuntungan yang berasal dari ta'widh (denda), namun keuntungan ini tidak sepenuhnya digunakan untuk operasional Pegadaian Syariah melainkan digunakan untuk Dana Kemanusiaan Umat.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Ristekdikti atas dana hibah yang diberikan sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan semestinya. Terima kasih pula kepada seluruh tim yang membantu peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Akad Perjanjian Arrum BPKB CPS Luwu (2020).*
- Al Arif, M. N. R. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoretis Praktis*. Pustaka Setia.
- Arispen, A., HIDAYAT, A. R., & MALIK, Z. A. (2016). *Analisis Fatwa DSN-MUI terhadap Penentuan Biaya Ijarah dalam Sistem Gadai Syariah di Pegadaian Syariah Situsaeur Bandung*.
- Muftifiandi, M. (2015). Peran Pembiayaan Produk Ar-rum Bagi UMKM pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Simpang Patal Palembang. *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 1(1), 101–122.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2013). Metodologi Penelitian. Cetakan Ketiga Belas. *Bumi Aksara: Jakarta*.
- Nortamami, H., & Diana, Z. (2018). *TINJAUAN FATWA DSN-MUI NO. 92/DSN-MUI/IV/2014 TENTANG PEMBIAYAAN DISERTAI RAHN TERHADAP PELAKSANAAN AKAD RAHN PADA PRODUK PEMBIAYAAN ARRUM DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG SOLO BARU*. IAIN SURAKARTA.
- Novriansyah, M., & Herianingrum, S. (2020). PERAN PEMBIAYAAN PRODUK ARRUM BPKB PT PEGADAIAN SYARIAH DALAM MENGELOLA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*. <https://doi.org/10.20473/vol6iss20198pp1718-1732>
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif Untuk Bisnis*. Cet. I. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sangadji, E. M. (2010). Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Soemitra, A. (2014). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, cetakan ke 4. *Kencana*, Jakarta. Sugiyono, 2010, Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta.
- Suhaina, S. (2015). Perbandingan Hukum Gadai Syariah Dengan Gadai Konvensional pada PT. Pegadaian Pekanbaru. Dk.
- Undang-Undang Republik indonesia, Nomor. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.*
- Ummah, F. S. (2018). *Analisis Produk Pembiayaan ARRUM BPKB dalam Meningkatkan Usaha Mikro Nasabah Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Wahdah, L. L. (2017). *PENGARUH MODAL DAN PEMBIAYAAN ARRUM TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA STUDI PADA PEGADAIAN SYARIAH CABANG SOLO BARU*. IAIN Surakarta.
- Wawancara dengan Pimpinan Cabang Bapak Baso Sutrisno, Tanggal 15 Mei, 8 Juni, dan 2 Agustus, di Pegadaian Syariah Kota Palopo.
- Wawancara dengan Penaksir Ibu Dian Ristika, Tanggal Tanggal 15 Mei, 8 Juni, dan 2 Agustus, di Pegadaian Syariah Kota Palopo.
- Zainal, A. M. (2012). Analisis Kaidah Fikih dan Prinsip Pembiayaan Ar-Rum (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro Kecil) Pada Perum Pegadaian Syariah Kantor Cabang Makassar. *Skripsi. FEB–Universitas Hasanuddin Makasar. Atau Gadai. Dalam Pembiayaan Arrum Emas Akad Yang Digunakan Adalah Akad Rahn*.
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. H. M. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka. www.pegadaian.co.id.



Pengaruh Budaya Konsumen Dan Kelompok Referensi Terhadap Kebiasaan Membeli Buah Tangan Di Toko Oleh-Oleh

Muhamad Riyadli Tsani ^{1,*}, Trisuwalo ¹, Ajat Sudrajat ¹

¹*Program Studi Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang*

**Correspondent Email: tsaniadli@gmail.com*

Article History:

Received: 17-01-2021; Received in Revised: 21-01-2021; Accepted: 28-01-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.629>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh budaya konsumen dan kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan ialah para pengunjung toko oleh-oleh di jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Metode kuantitatif deskriptif ialah metode yang dipergunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis antara budaya konsumen terhadap kebiasaan membeli memiliki pengaruh positif dan signifikan, kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, dan budaya konsumen dengan kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan. Untuk mempertahankan kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan sebaiknya toko oleh-oleh tersebut memperhatikan budaya konsumen yang melekat pada diri konsumen dan kelompok referensi yang mempengaruhi konsumennya.

Kata kunci: budaya konsumen, kebiasaan membeli, kelompok referensi

Abstract

The purpose of this study is to analyze the influence of consumer culture and reference groups on the habit of buying souvenirs in the souvenir shop alternative route of Pantura Cikopo-Palimanan. In this study, the population used was the visitors to the gift shop on the alternative route Pantura Cikopo-Palimanan by taking a sample of 100 respondents. The descriptive quantitative method is the method used in this research. Based on the result of the analysis between consumer culture on buying habits has a positive and significant effect, the reference group on buying habits also has a positive and significant effect. And consumer culture with the reference group on buying habits has a positive and significant effect. To maintain the habit of buying souvenirs at the souvenir shop in the alternative route of Pantura Cikopo-Palimanan, the gift shop should pay attention to the consumer culture inherent in consumers and reference groups that influence consumers.

Keywords: consumer culture, buying habits, reference group

1. Pendahuluan

Setiap masyarakat di suatu wilayah pasti memiliki kebudayaan yang dianutnya masing-masing. Kebudayaan yang mereka yakini terkadang sangat melekat pada kehidupan mereka setiap harinya sehingga kebudayaan ini akhirnya menjadi suatu kebiasaan dalam kehidupan bermasyarakat termasuk dalam kebiasaan membeli suatu produk. Hal ini sesuai dengan makna dari teori budaya menurut Sutojo dalam Supriyono (2003) mendefinisikan budaya sebagai “Bagaimana kita biasanya melakukan sesuatu didalam masyarakat” atau “*the way we do*”.

Kebiasaan membeli suatu produk yang didasarkan pada budaya diatas sudah lama dipraktekan oleh masyarakat indonesia salah satunya adalah kebiasaan membeli buah tangan yang dilakukan oleh para pengguna jalan yang sedang menuju suatu tempat yang didasarkan pada budaya “harus memberikan sesuatu kepada orang yang didatangi” walaupun sebenarnya barang yang mereka beli tidak begitu diperlukan oleh diri mereka sendiri. Kebiasaan membeli (*buying habits*) sendiri memiliki pengertian yaitu waktu kapan seseorang suka membelanjakan uangnya (Rahayu, 2018).

Salah satu wilayah yang memiliki banyak toko oleh-oleh adalah jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanahan. Toko oleh-oleh tersebut sering dijadikan sebagai tempat berbelanja buah tangan oleh para pengguna jalan. Adapun data pengunjung pada toko oleh-oleh tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Data Pengunjung Toko Oleh-Oleh Di Jalur Alternatif Pantura Cikopo-Palimanahan

Hari	Jumlah Pengunjung
Senin	10
Selasa	10
Rabu	10
Kamis	10
Jumat	10
Sabtu	15
Minggu	30
Total Pengunjung Dalam 1 minggu	95
Total Pengunjung Dalam 1 Bulan	380

Berdasarkan data hasil pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh peneliti, toko oleh-oleh mengalami kenaikan pengunjung pada hari sabtu, serta puncaknya terjadi pada hari minggu dan libur nasional. Kegiatan diatas menjadi tradisi membeli atau mengonsumsi oleh-oleh yang dilakukan oleh para pengguna jalan yang bisa disebut sebagai konsumen. Konsumen ialah individu yang mengonsumsi atau membeli barang dan atau jasa atau organisasi perusahaan yang mengonsumsi atau membeli barang dan atau jasa (Endah, 2018).

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa budaya yang dianut oleh masyarakat atau pengguna jalan sangat mempengaruhi terhadap kegiatan mengambil keputusan dalam membeli produk, dimana seseorang cenderung akan memilih produk yang sesuai dengan kebudayaan yang mereka yakini dan kehendaki yang bertujuan untuk memuaskan dirinya sendiri agar mendapat pujian dari seseorang yang mereka belikan oleh-oleh tanpa melihat dari segi fungsional. Menurut Baumant dalam Abham (2019)

“Konsumerisme adalah situasi dimana orang akan membeli barang hanya untuk kesenangan bukan karena memerlukan barang tersebut”. Sedangkan Menurut Lury (1996) “Budaya Konsumen berkaitan erat dan mengacu terhadap budaya pop, yakni bersifat massal”.

Selain didasarkan pada budaya yang mereka yakini terkadang para pengguna jalan yang tidak memakai kendaraan pribadi (menggunakan kendaraan umum) akan singgah di toko oleh-oleh jalur alternatif Cikopo-Palimanan walaupun mereka tidak menghendakinya. Hal ini disebabkan oleh supir bus (kendaraan umum) yang mendapatkan upah dari para pemilik toko oleh-oleh agar para supir bus berhenti di toko oleh-olehnya sehingga secara tidak langsung supir bus mengantarkan konsumen kepada toko oleh-oleh sehingga bisa dikatakan supir bus merupakan kelompok referensi. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller dalam Kana (2014) “kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang berpengaruh secara langsung ataupun secara tidak langsung kepada orang lain”. “Kelompok referensi (*reference group*) adalah sekumpulan orang yang mempengaruhi orang lain secara nyata” (Pramudi, 2015). Sedangkan Menurut Peter dan Olson dalam Gunawan & Cholid (n.d.) menyatakan bahwa “Kelompok referensi terdiri dari satu orang atau lebih yang dapat membentuk respon afektif dan kognitif dalam perilaku seseorang”.

Fenomena yang ada bahwa sekarang ini terjadi penurunan dalam kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur Pantura Cikopo-Palimanan yang disebabkan karena adanya perubahan budaya konsumen yang dilakukan oleh para pengguna jalan, dimana sekarang ini para pengguna jalan lebih memilih produk yang memiliki nilai lebih yang didasarkan pada gaya hidup dan perkembangan dunia perdagangan digital. Para pengguna jalan lebih memilih membeli produk di media sosial karena produk-produk di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan yang terkesan produk-produk zaman dahulu yang kurang menimbulkan kesan *hedonic*.

Hilangnya kelompok referensi yang melakukan pengaruh tidak langsung terhadap para pengguna jalan dalam hal ini adalah supir bus. Para supir bus yang dahulu akan berhenti di toko oleh-oleh karena adanya kerjasama antara pemilik toko oleh-oleh dengan para supir bus tidak lagi terjadi. Hal ini dikarenakan semenjak dibukanya jalan tol Cipali (Cikopo-Palimanan) sebagian besar pengguna jalan lebih memilih bus yang menggunakan akses jalan tol yang memiliki waktu tempuh perjalanan sedikit, fasilitas dan kondisi fisik jalan yang baik serta minim akan hambatan dibandingkan dengan bus yang menggunakan jalur alternatif yang memiliki banyak sekali hambatan sehingga menyebabkan kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan tidak lagi terjadi.

Tabel 2. Jumlah Kendaraan Pemudik Yang Menggunakan Jalan Tol Cikopo-Palimanan

Tahun	Jumlah Kendaraan
2016	376.152
2017	467.538
2018	712.268
2019	722.641

Jika dilihat dari Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya volume pengguna jalan tol Cipali (Cikopo-Palimanan) meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa setiap tahunnya para pemudik yang menggunakan jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan berkurang.

Pengurangan tersebut menyebabkan berkurangnya konsumen yang mendatangi toko oleh-oleh yang disebabkan oleh bus yang memilih menggunakan jalan tol Cikopo-Palimanan.

Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran menjadikan toko oleh-oleh yang ada di jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan sulit untuk mengembalikan kebiasaan membeli para pengguna jalan terhadap pembelian buah tangan. Ditambah dengan para pemilik toko oleh-oleh yang tidak melakukan pemasaran atau promosi yang baik seperti dalam konsep bauran pemasaran (*Marketing Mix*), mereka hanya bisa menunggu para konsumen menyambangi toko mereka. Hal ini tentunya tidak baik bagi keberlangsungan hidup toko mereka. *Marketing mix* merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran yang terdiri dari Produk (*product*), promosi (*promotion*), harga (*price*), dan tempat (*place*) (Taha, 2017). Sedangkan menurut Pagiu et al (2019) bauran pemasaran (*Marketing Mix*) terdiri dari 4 unsur yang dikenal dalam 7P, yakni *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik).

Beberapa fenomena diatas telah menjelaskan bahwa berubahnya budaya konsumen yang melekat pada para pengguna jalan menyebabkan pula berubahnya kebiasaan membeli para pengguna jalan tersebut sama halnya seperti kelompok referensi yang hilang dapat mempengaruhi terhadap kebiasaan membeli buah tangan yang dilakukan konsumen (para pengguna jalan).

Berdasarkan pemaparan masalah yang telah diuraikan maka peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh budaya konsumen dengan kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan.

2. Metodologi

Metode kuantitatif deskriptif ialah metode yang dipergunakan dalam penelitian ini karena penulis ingin mengetahui atau mengukur keterkaitan antara budaya konsumen dan kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan ialah para pengunjung toko oleh-oleh di jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan. Dimana jumlah toko oleh-oleh yang diteliti sebanyak ± 10 toko oleh-oleh. Pemilihan toko oleh-oleh didasarkan pada toko yang memiliki pengunjung paling banyak. Pengguna jalan yang berkunjung ke toko oleh-oleh mencapai ± 380 orang dalam 1 bulan, Peneliti menggunakan 100 responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Dimana sampel tersebut didasarkan pada pengambilan 10 responden dari ± 10 toko oleh-oleh yang ada di jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan. pengambilan sampel tersebut disesuaikan dengan batasan atau kriteria yang dikemukakan oleh (Budianto, 2013).

Jenis data dalam penelitian ini ialah data primer yang berkaitan dengan konsumen serta pengunjung toko oleh-oleh disekitar jalur pantura. Peneliti melakukan wawancara dengan pihak toko oleh-oleh disekitar jalan cikopo-palimanan untuk memperoleh data tersebut. Peneliti juga memperoleh data dari para konsumen ataupun pengguna jalan Pantura Cikopo-Palimanan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online yang telah dibuat oleh peneliti dengan menggunakan skala likert.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini variabel Budaya Konsumen (X1) menggunakan 11 indikator pernyataan, Kelompok Referensi (X2) menggunakan 9 indikator pernyataan, dan Kebiasaan Membeli (Y) menggunakan 9 indikator pernyataan. Pernyataan-pernyataan tersebut dijadikan kuesioner kemudian diberikan kepada 100 responden. Frekuensi jawaban dalam kuesioner tersebut akan diuji sehingga menghasilkan penjelasan deskriptif dari setiap pernyataan kuesioner tersebut.

Tabel 3. Rekapitulasi Indikator Variabel Budaya Konsumen(X1)

No	Sub Variabel	Indikator	Total Skor	Kriteria
1	Faktor Lingkungan	Budaya dan kelas sosial,	337	Cukup Setuju
		Pengaruh sub-budaya	380	Setuju
		Pengaruh global dan lintas budaya	395	Setuju
		Pengaruh kelompok rujukan	328	Cukup Setuju
		Pengaruh komunikasi dalam kelompok	395	Setuju
		Pengaruh keluarga	401	Setuju
2	Gaya Hidup	Pengaruh komunikasi antar kelompok	364	Setuju
		pengaruh situasional	393	Setuju
		Aktivitas (kegiatan)	408	Setuju
		Interest (minat)	368	Setuju
		Opinion (opini)	366	Setuju
		Total	4135	
		Rata-rata	375,91	Setuju

Menurut rekapitulasi indikator Budaya Konsumen (X1) diatas, diperoleh skor total sebesar 4135 dengan rata-rata skor sebesar 375,91. Jika dibandingkan dengan rentang kriteria dalam rentang skala berdasarkan sampel responden Budaya Konsumen (X1) secara umum berada pada kriteria setuju.

Tabel 4. Rekapitulasi indikator variabel kelompok referensi(X2)

No	Sub Variabel	Indikator	Total Skor	Kriteria
1	Individu	Pengaruh nilai(ekspresif)	411	Setuju
		Pengaruh kebutuhan	370	Setuju
		Pengaruh teman	350	Setuju
2	Kelompok	Pengaruh utilitarian(normatif)	353	Setuju
		Pengaruh informasi	357	Setuju
		Pencarian informasi	375	Setuju
		Pengaruh keluarga	376	Setuju
		Rekan kerja	348	Setuju
		Kelompok pergaulan	337	Cukup Setuju
		Total	3277	
		Rata-rata	364,11	Setuju

Menurut rekapitulasi indikator Kelompok Referensi (X2) diatas, diperoleh skor total sebesar 3277 dengan rata-rata skor sebesar 364,11. Jika dibandingkan dengan rentang kriteria dalam rentang skala berdasarkan sampel responden Kelompok Referensi (X2) secara umum berada pada kriteria setuju.

Tabel 5. Rekapitulasi Indikator Variabel Kebiasaan Membeli(Y)

No	Sub Variabel	Indikator	Total Skor	Kriteria
1	Tempat	Keterjangkuan	385	Setuju
		Kelancaran	390	Setuju
		Kedekatan dengan kediamannya	380	Setuju
		Kenyamanan	366	Setuju
2	Waktu	Parkir memadai	371	Setuju
		Keterkinian	344	Setuju
		Ketepatan Waktu	368	Setuju
		Frekuensi	366	Setuju
		Proses cepat	376	Setuju
		Total	3346	
		Rata-rata	371,78	Setuju

Menurut rekapitulasi indikator Kebiasaan Membeli (Y) diatas, diperoleh skor total sebesar 3346 dengan rata-rata skor sebesar 371,78. Jika dibandingkan dengan rentang kriteria dalam rentang skala berdasarkan sampel responden Kebiasaan Membeli (Y) secara umum berada pada kriteria setuju.

Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dilakukan untuk mengetahui pengaruh budaya konsumen dan kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan. Dalam analisis ini dapat diketahui berapa besarnya dampak variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

Tabel 6. Tabel *Correlations*

		Correlations	
		Budaya Konsumen	Kelompok Referensi
Budaya Konsumen	Pearson Correlation	1	,841**
	Sig. (2-tailed)		0
	N	100	100
Kelompok Referensi	Pearson Correlation	,841**	1
	Sig. (2-tailed)	0	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil tabel diatas diperoleh nilai koefisien korelasi antara variabel bebas Budaya Konsumen (X1) dengan Kelompok Referensi (X2) sebesar 0,841.

Tabel 7. Pengaruh Budaya Konsumen (X1) dan Kelompok Referensi (X2) terhadap Kebiasaan Membeli (Y)

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung		Subtotal Pengaruh
			X1	X2	
Budaya Konsumen	0,466	0,217	0,182	0,399
Kelompok Referensi	0,464	0,215	0,182	0,397
Total Pengaruh					0,796
Pengaruh Variabel lain					0,204

Berdasarkan tabel diatas, besarnya pengaruh yang disebabkan variabel Budaya Konsumen (X1) dan Kelompok Referensi (X2) terhadap Kebiasaan Membeli (Y) sebesar 0,796 atau 79,6%. Adapun pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini adalah sebesar 0,204 atau 20,4%.

Tabel 8. Pengaruh Parsial Budaya Konsumen (X1) terhadap Kebiasaan Membeli (Y)

Structural	Sig.	α	Thitung	Ttabel	Kesimpulan
pyx1	0	0,05	5,481	1,66	H0 ditolak

Keterangan, pyx1 = Parameter struktur X1 berpengaruh terhadap Y

Berdasarkan data diatas dihasilkan Nilai Sig lebih kecil dari nilai α , Yakni (0,000) < α (0,05) sedangkan thitung yang dihasilkan lebih besar dari ttabel, yaitu (5,481) > (1,660) dan hasil H0 ialah ditolak.

Tabel 9. Pengaruh Parsial Kelompok Referensi (X2) terhadap Kebiasaan Membeli (Y)

Structural	Sig.	α	Thitung	Ttabel	Kesimpulan
pyx2	0	0,05	5,463	1,66	H0 ditolak

Keterangan, pyx2 = Parameter struktur X2 berpengaruh terhadap Y

Data diatas menghasilkan Nilai Sig lebih kecil dari nilai α , yakni (0,000) < α (0,05) sedangkan thitung yang dihasilkan lebih besar dari ttabel, yakni (5,463) > (1,660) dan hasil H0 ialah ditolak.

Tabel 10. Pengaruh Simultan Budaya Konsumen (X1) dan Kelompok Referensi (X2) terhadap Kebiasaan Membeli (Y)

Structural	Sig.	α	Thitung	Ttabel	Kesimpulan
pyx1x2	0	0,05	188,629	3,94	H0 ditolak

Keterangan, pyx1x2 = Parameter struktur X1 dan X2 berpengaruh secara bersama-sama terhadap Y.

Nilai sig pada data diatas menunjukkan lebih besar dari nilai α , yaitu (0,000) < α (0,05) sedangkan thitung menunjukkan lebih besar dari ttabel, yakni (188,629) > (3,94) dan hasil H0

ialah ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa budaya konsumen dengan kelompok referensi secara simultan berpengaruh terhadap kebiasaan membeli.

B. Pembahasan

Adapun pembahasan analisis deskriptif mengenai masing-masing variabel penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa budaya konsumen pada pembelian buah tangan di toko oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan dengan menggunakan 11 indikator pernyataan didapat total skor sebesar 4135 dan rata-rata skor sebesar 375,91 dan berada pada rentang skala 340-420 dengan kriteria setuju. Artinya, budaya konsumen menjadi pertimbangan yang baik bagi konsumen dalam memilih atau membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan sehingga konsumen selalu membeli buah tangan di toko oleh-oleh tersebut.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kelompok referensi pada pembelian buah tangan di toko oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan dengan menggunakan 9 indikator pernyataan didapat total skor sebesar 3277 dan rata-rata skor sebesar 364,11 dan berada pada rentang skala 340-420 dengan kriteria setuju. Artinya, kelompok referensi menjadi pertimbangan yang baik bagi konsumen dalam memilih atau membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan sehingga konsumen selalu membeli buah tangan di toko oleh-oleh tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kebiasaan membeli pada pembelian buah tangan di toko oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan dengan menggunakan 9 indikator pernyataan didapat total skor sebesar 3346 dan rata-rata skor sebesar 371,78 dan berada pada rentang skala 340-420 dengan kriteria setuju. Artinya, kebiasaan membeli menjadi pertimbangan yang baik bagi konsumen dalam memilih atau membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan sehingga konsumen selalu membeli buah tangan di toko oleh-oleh tersebut.

Adapun pembahasan dari analisis verifikatif mengenai masing-masing variabel penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara budaya konsumen dan kelompok referensi toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan yang memiliki nilai koefisien sebesar 0,841 atau 84,1% dan mempunyai tingkat huungan yang sangat kuat dengan interval koefisien berada pada 0,80 – 1,000 dengan kategori sangat kuat dan memiliki nilai positif maka disebut satu arah karena jika variabel yang satu berubah maka variabel yang lain akan ikut berubah. Sehingga budaya konsumen dan kelompok referensi saling berhubungan.

Nilai pengaruh parsial budaya konsumen terhadap kebiasaan membeli yang diperoleh sebesar 0,399 atau 39,9% menunjukkan bahwa antara budaya konsumen terhadap kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan berpengaruh positif. Karena budaya konsumen yang dianut oleh para konsumen akan menentukan toko oleh-oleh yang biasa nereka datangi untuk membeli buah tangan sehingga akan meningkatkan keuntungan toko oleh-oleh tersebut. Hal ini membuktikan bahwa budaya konsumen berpengaruh terhadap kebiasaan membeli.

Sedangkan nilai pengaruh parsial kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli yang diperoleh sebesar 0,397 atau 39,7% menunjukkan bahwa antara kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan terdapat pengaruh positif. Karena kelompok referensi akan menentukan toko oleh-oleh yang biasa mereka datangi untuk membeli buah tangan sehingga akan meningkatkan keuntungan toko oleh-oleh tersebut. Hal ini membuktikan bahwa kelompok referensi berpengaruh terhadap kebiasaan membeli. Karena budaya konsumen memiliki nilai persentase lebih besar yaitu sebesar 39,9% dibandingkan nilai persentase kelompok referensi yaitu sebesar 39,7% sehingga budaya konsumen dapat dikatakan berpengaruh lebih besar terhadap kebiasaan membeli dibandingkan dengan kelompok referensi.

Nilai total pengaruh budaya konsumen dengan kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli diperoleh sebesar 0,796 atau 79,6% yang menunjukkan budaya konsumen dengan kelompok referensi berpengaruh terhadap kebiasaan membeli. Dengan demikian nilai dari variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini ialah sebesar 20,4%. Sehingga dapat dikatakan bahwa budaya konsumen dengan kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli saling berpengaruh secara simultan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah didapat dalam penelitian ini tentang pengaruh budaya konsumen dan kelompok referensi terhadap kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan. Peneliti mengambil kesimpulan yaitu (a) Budaya konsumen berpengaruh positif terhadap kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi yang memiliki nilai sebesar 0,399. Nilai thitung lebih besar nilai ttabel ($5,481 > 1,660$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari (a) 0,05 Sig. ($0,000 < 0,05$). (b) Kelompok referensi berpengaruh positif terhadap kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan. Hal ini bisa dilihat dengan koefisien regresi yang memiliki nilai sebesar 0,397 nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel ($5,463 > 1,660$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari (a) 0,05 Sig ($0,000 < \alpha 0,05$). (c) Budaya konsumen dan kelompok referensi berpengaruh positif terhadap kebiasaan membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan. Hal ini dibuktikan dengan nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel ($188,629 > 3,94$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari (a) 0,05 Sig ($0,000 < \alpha 0,05$).

Berdasarkan hasil yang telah diketahui bahwa variabel budaya konsumen memiliki pengaruh lebih besar terhadap kebiasaan membeli dibandingkan dengan variabel kelompok referensi. Maka dari itu toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan lebih memperhatikan tentang budaya konsumen yang melekat pada konsumen sehingga para konsumen selalu membeli buah tangan di toko oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan disamping itu tidak melupakan variabel kelompok referensi yang mempunyai nilai besar agar toko -oleh-oleh jalur alternatif Pantura Cikopo-Palimanan lebih berkembang dan dapat dikenal luas oleh masyarakat.

5. Daftar Pustaka

- Abham, A. J. (2019). *[opini] Paham Konsumerisme, Baik Atau Buruk?* Profesi-unm.com.
- Budianto, D. (2013). *Hubungan Antara Kecerdasan Emosional Dengan Prestasi Belajar Pada Siswa Kelas II Madrasah Aliyah Negeri (Man) Pamekasan*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Endah, S. R. (2018). *Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor N-Max Di Kabupaten Ponorogo*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Gunawan, T., & Cholid, I. (n.d.). *Pengaruh Harga, Gaya Hidup, Variasi Produk Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Kota Palembang*.
- Kana, T. (2014). Pengaruh kelompok referensi, keluarga dan komunikasi pemasaran terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi universitas musamus merauke. *Jurnal ilmu ekonomi & sosial*, 5(2), 534–543.
- Lury, C. (1996). *Consumer culture*. Rutgers university press.
- Pagi, C., Pundissing, R., & Tahirs, J. P. (2019). Strategi pemasaran pt. Pengadaian cabang tallunglipu toraja utara. *Jemma| journal of economic, management and accounting*, 2(2), 68–74.
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh gaya hidup konsumtif dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kosmetik lokal. *Jurnal riset ekonomi dan manajemen*, 15(2), 280–301.
- Rahayu, D. W. S. (2018). Analisis faktor pendorong perilaku pembeli yang mempengaruhi konsumen dalam keputuan pembelian (studi pada swalayan di kota blitar). *Akuntabilitas: jurnal ilmiah ilmu-ilmu ekonomi*, 11(1), 49–57.
- Supriyono, F. X. (2003). Pentingnya pemahaman aspek budaya konsumen dalam mengimplementasikan program pemasaran. *Bina ekonomi*, 7(2), 39–51.
- Taha, N. S. (2017). *Pengaruh inovasi produk dan sales promotion terhadap keputusan pembelian di the centrum restaurant (survey terhadap konsumen the centrum restaurant)*. Fakultas ekonomi dan bisnis unpas bandung.



Membangun *Purchase Intention* Melalui *Trust* Pada Aplikasi *Bukalapak.Com* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)

Hanifia Rahma Wulandari^{1,*}, Ida Bagus Nyoman Udayana¹, Lusia Tria Hatmannti Hutami¹

¹ *Program Studi Manajemen, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*

**Correspondent Email: hanifiarahma29@gmail.com*

Article History:

Received: 26-01-2021; Received in Revised: 31-01-2021; Accepted: 05-02-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.632>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh reputation terhadap trust, (2) pengaruh risk terhadap trust, (3) pengaruh perceived ease of use terhadap trust, (4) pengaruh trust terhadap purchase intention. Sampel dalam penelitian ini adalah 120 mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta pengguna aplikasi Bukalapak.com. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner melalui google form dan dibagikan menggunakan teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini digunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas), analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputation berpengaruh positif terhadap trust; risk berpengaruh positif terhadap trust; perceived ease of use berpengaruh positif terhadap trust; dan trust berpengaruh positif terhadap purchase intention.

Kata kunci: *Bukalapak.com, reputation, risk, perceived ease of use, trust, purchase intention.*

Abstract

This study aims to determine (1) the effect of reputation on trust, (2) the effect of risk on trust, (3) the effect of perceived ease of use on trust, (4) the effect of trust on purchase intention. The sample in this study were 120 students of the Faculty of Economics, University of Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta who used Bukalapak.com application. The data collection method used a questionnaire method via google form and distributed using purposive sampling technique. This research used data quality test, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of this study indicate that reputation has a positive effect on trust; risk has a positive effect on trust; perceived ease of use has a positive effect on trust; and trust has a positive effect on purchase intention.

Keywords: *Bukalapak.com, reputation, risk, perceived ease of use, trust, purchase intention.*

1. Pendahuluan

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia masih terus berkembang. Salah satu situs jual beli *online* di Indonesia yang sedang berkembang adalah Bukalapak.com. Bukalapak.com dimiliki dan dikelola oleh PT. Bukalapak. Bukalapak.com sama seperti dengan situs jual beli online lainnya yang berbasis *Consumer-to-Consumer* (C2C), Bukalapak.com menyediakan sarana penjualan dari konsumen ke konsumen dimanapun dan siapapun dapat membuka toko *online* untuk melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia.

Tabel 1. 10 e-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Orang Indonesia

Toko Online	Jumlah Kunjungan
1. Tokopedia	805,5 juta
2. Bukalapak	585,3 juta
3. Shopee	476,5 juta
4. Lazada	289,5 juta
5. Blibli.com	210,4 juta
6. Orami	52,4 juta
7. JD.ID	50,7 juta
8. Bhineka	32 ,8 juta
9. Sociolla	28,6 juta
10. Amazone	27,9 juta

Sumber: Arifiani (2019) Inilah 10 e-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Orang Indonesia (Kompas.com, diakses pada tanggal 15 Oktober 2019 pukul 15.05 WIB)

Tabel 1 merupakan survei dari Portal diskon CupoNation tentang toko daring yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia selama 6 bulan terakhir. Periode riset dilakukan mulai Januari-Juni 2019. Survei menunjukkan bahwa Bukalapak ada di peringkat kedua setelah Tokopedia. Sebenarnya tidak ada yang dominan menjadi toko paling dirujuk. Apalagi umumnya setiap toko biasanya menjajakan produk yang serupa. Hal ini membuat konsumen lalu membandingkan antara satu toko dengan toko lain. Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa minat beli masyarakat di situs Bukalapak masih kalah dengan di situs Tokopedia.

Purchase Intention (minat beli) muncul karena beberapa faktor, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya *purchase intention* adalah *reputation* (reputasi). *Reputation* memberikan kepercayaan kepada pihak lain mengenai kemampuan dan integritas (Dharma, 2006). *Reputation* sangat penting bagi perusahaan karena reputasi yang terbentuk di masyarakat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam hal penjualan produk dan jasa mereka. *Reputation* merupakan asset perusahaan yang tidak Nampak, namun merupakan sebuah asset yang penting bagi perusahaan (Pratiwi, 2013).

Selain *reputation*, yang dapat mempengaruhi *purchase intention* secara *online* adalah risiko (*risk*). Menurut Fidayanti (2012) persepsi *risk* merupakan cara konsumen menaksir kemungkinan mengalami kerugian dari keputusan yang telah diambil akan ketidakpastian dari hal yang sedang dihadapi. *Risk* didefinisikan sebagai kepercayaan konsumen akan ketidakpastian terkait dengan hasil potensial yang mungkin terjadi dalam transaksi *online*. Jika kepercayaan yang dimiliki konsumen terhadap situs belanja *online* tinggi dan melebihi faktor

risk yang dirasakan oleh konsumen, maka konsumen akan tetap menjalin hubungan dan melakukan transaksi secara *online* melalui situs belanja *online* tersebut walaupun masih terdapat *risk* yang dirasakan (Kim dkk., 2008).

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi *purchase intention* pada toko *online* adalah *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan untuk penggunaan. Penggunaan ini dimaksudkan dalam aplikasi *online* dari *marketplace*. Menurut Davis (1989) dalam (Priambodo & Prabawani, 2016) *Perceived ease of use* merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu teknologi dapat mudah dipahami dan digunakan. Definisi oleh Wahyuningtyas dkk. (2015) menyatakan bahwa *perceived ease of use* akan berdampak kepada perilaku, yaitu semakin tinggi *perceived ease of use* dalam menggunakan suatu sistem, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi tersebut. *Perceived ease of use* menurut (Prihartini & Udayana, 2018) merupakan berbagai kemudahan yang dirasakan konsumen sehubungan dengan penggunaan internet untuk berbagai tujuan yang ingin dicapai,

Trust (kepercayaan) *Trust* dalam sebuah bisnis tidak dapat muncul secara instan, melainkan harus dibangun sejak awal sebuah bisnis berdiri (Hendrata dkk., 2013). *Trust* adalah kepercayaan konsumen terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Oleh karena itu, kepercayaan terhadap tenaga penjual, produk maupun perusahaan sangat penting untuk menjaga hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen (Adji, 2014).

Purchase intention (minat beli) menurut Ajzen dan Fishbein (2001) digambarkan sebagai suatu situasi seseorang sebelum melakukan suatu tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Niat adalah suatu bentuk pikiran yang nyata dari refleksi rencana konsumen untuk membeli beberapa unit dalam jumlah tertentu dari beberapa merek yang tersedia dalam periode waktu tertentu. Dalam proses pembelian, *purchase intention* dalam konsumen ini berkaitan erat dengan motif yang dimilikinya untuk memaknai ataupun membeli produk tertentu (Adji, 2014).

Dari latar belakang uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Membangun *Purchase Intention* Melalui *Trust* Pada Aplikasi Bukalapak.com (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa).

2. Metodologi

Penelitian ini bersifat penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Populasi dalam penelitian ini merupakan populasi yang tak terhitung, sehingga sulit unruk mengetahui ukurannya. Oleh karena itu, pada penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan jenis purposive sampling yaitu dengan mengambil sampel secara acak dari populasi penelitian. Sampel yang digunakan dengan kriteria wanita atau pria yang berusia minimal 17 tahun dan mengetahui maupun pernah melakukan transaksi di situs belanja online Bukalapak.com.

Menurut Hair dkk. (2010), penentuan banyaknya sampel dapat diambil dari jumlah indikator yang digunakan untuk kuesioner. Dimana diasumsikan $n \times 5$ observasi sampai dengan $n \times 10$ observasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan $n \times 6$ observasi dengan jumlah indikator 16. Maka dapat ditentukan bahwa jumlah sampel minimum yang akan diambil pada

penelitian ini yaitu 16 indikator x 6 observasi = 96 responden. Jadi, total responden dalam penelitian kali ini adalah 120 responden.

Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yang dikumpulkan adalah dari kuesioner yang berasal dari obyek penelitian yaitu tindakan mahasiswa. Penelitian ini dilakukan kepada responden mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta sekedar mengetahui maupun menggunakan situs belanja *online* Bukalapak.com. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2020.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa yang mengetahui maupun menggunakan situs belanja *online* Bukalapak.com. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 120 mahasiswa.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Profil		Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	67	55,8%
	Perempuan	53	44,2%
	Total	120	100%
Program Studi	Manajemen	113	94,2%
	Akuntansi	7	5,8%
	Total	120	100%
Tahun Angkatan	2017	84	70,0%
	2018	28	23,3%
	2019	6	5,0%
	2020	2	1,7%
	Total	120	100%

Rata-rata penilaian responden pada variabel *Reputation* sebesar 3,94. Sedangkan penilaian tertinggi responden terjadi pada pernyataan nama Bukalapak.com mempermudah saya mengingat nama tersebut dengan nilai mean 4,18. Dan selanjutnya penilaian terendah terjadi pada pernyataan saya tidak pernah mendapatkan berita buruk tentang Bukalapak.com dengan nilai mean 3,70.

Rata-rata penilaian responden pada variabel *risk* sebesar 3,52. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada pernyataan saya merasa akan mengalami kerugian jika melakukan aktifitas online shopping di situs Bukalapak.com, hal ini dibuktikan dengan nilai mean 3,81. Dan selanjutnya penilaian terendah terjadi pada pernyataan saya merasa khawatir jika nantinya produk yang saya beli tidak sesuai keinginan dengan nilai mean 3,24.

Rata-rata penilaian responden pada variabel *perceived ease of use* sebesar 4,10 (baik). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada pernyataan semakin sering saya mengakses akan semakin mahir saya menggunakan situs Bukalapak.com dengan nilai mean 4,23. Selanjutnya penilaian terendah terjadi pada saya lebih mudah memperoleh informasi produk di situs Bukalapak.com daripada *marketplace* lain dengan nilai mean 3,59.

Rata-rata penilaian responden pada variabel *trust* sebesar 3,99. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada pernyataan saya merasa Bukalapak.com memiliki itikad baik untuk

memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan nilai mean 4,13. Selanjutnya penilaian terendah terjadi pada pernyataan saya merasa Bukalapak.com dapat memenuhi janji-janjinya kepada pelanggan dengan nilai mean 3,83.

Rata-rata penilaian responden pada variabel *purchase intention* sebesar 3,89. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada pernyataan saya akan mencari tahu tentang harga produk yang dijual di Bukalapak.com dan pernyataan saya akan mencari tahu tentang pengalaman pengguna Bukalapak.com melalui testimonial di media social dengan nilai mean yang sama yaitu 4,08. Selanjutnya penilaian terendah terjadi pada pernyataan saya akan selalu memilih Bukalapak.com sebagai tempat belanja *online* dengan nilai mean 3,54.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Corrected Total Correlation	Item- r-tabel	Keterangan
Reputation	1	0,741	0,1793	Valid
	2	0,702	0,1793	Valid
	3	0,737	0,1793	Valid
	4	0,699	0,1793	Valid
	5	0,824	0,1793	Valid
	6	0,810	0,1793	Valid
	7	0,729	0,1793	Valid
	8	0,761	0,1793	Valid
	9	0,792	0,1793	Valid
Risk	1	0,776	0,1793	Valid
	2	0,706	0,1793	Valid
	3	0,709	0,1793	Valid
	4	0,674	0,1793	Valid
	5	0,776	0,1793	Valid
	6	0,811	0,1793	Valid
	7	0,850	0,1793	Valid
	8	0,814	0,1793	Valid
	9	0,685	0,1793	Valid
Perceived Ease of Use	1	0,595	0,1793	Valid
	2	0,761	0,1793	Valid
	3	0,848	0,1793	Valid
	4	0,798	0,1793	Valid
	5	0,885	0,1793	Valid
	6	0,786	0,1793	Valid
	7	0,765	0,1793	Valid
	8	0,889	0,1793	Valid
	9	0,823	0,1793	Valid
Trust	1	0,773	0,1793	Valid
	2	0,803	0,1793	Valid
	3	0,815	0,1793	Valid
	4	0,823	0,1793	Valid

	5	0,856	0,1793	Valid
	6	0,834	0,1793	Valid
	7	0,829	0,1793	Valid
	8	0,842	0,1793	Valid
<i>Purchase Intention</i>	1	0,736	0,1793	Valid
	2	0,789	0,1793	Valid
	3	0,716	0,1793	Valid
	4	0,729	0,1793	Valid
	5	0,665	0,1793	Valid
	6	0,699	0,1793	Valid
	7	0,701	0,1793	Valid
	8	0,682	0,1793	Valid
	9	0,635	0,1793	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha Based on Standardized Item</i>	Keterangan
<i>Reputation</i>	0,906	Reliabel
<i>Risk</i>	0,906	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,948	Reliabel
<i>Trust</i>	0,931	Reliabel
<i>Purchase Intention</i>	0,875	Reliabel

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan variabel *reputation*, *risk*, *perceived ease of use*, *trust* dan *purchase intention* memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* > r-tabel (0,1793) maka butir pernyataan tersebut adalah valid, sehingga layak digunakan sebagai instrument untuk mengukur data penelitian. Hasil uji reliabilitas variabel *Reputation* menunjukkan bahwa semua pernyataan tersebut reliabel karena memiliki nilai koefisien *Alpha Cronbach* lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Reputation* dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan-pernyataan yang mengukur variabel *Risk*, *Perceived Ease of Use*, *Trust* dan *Purchase Intention* adalah reliabel. Data telah berdistribusi normal, nilai *Asymp. Sig (2tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$ dan $0,061 > 0,05$. Nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satupun variabel independent yaitu *reputation* dengan nilai VIF 2,998; *risk* dengan nilai VIF sebesar 1,038 dan variabel *perceived ease of use* dengan nilai VIF 2,947 yang berarti bahwa ketiga variabel tersebut memiliki nilai VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independent dalam model regresi tersebut.

Persamaan II perhitungan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) juga menunjukkan hal sama tidak ada variabel independent yaitu variabel *trust* dengan nilai VIF sebesar 1,000 yang berarti bahwa variabel tersebut memiliki VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independent dalam model regresi. Persamaan I nilai signifikansi variabel *reputation* sebesar 0,535; variabel *risk* sebesar 0,757, variabel *perceived*

ease of use 0,095. Pada persamaan II nilai signifikansi variabel *trust* sebesar 0,073. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear
Persamaan I

Variabel	Koefisien	t	Signifikansi	Hipotesis
Konstanta	2,517	1,199	0,233	
Reputation	0,375	4,570	0,000	H ₁ Diterima
Risk	0,158	3,605	0,000	H ₂ Ditolak
Perceived Ease of Use	0,225	3,770	0,000	H ₃ Diterima
Koefisien Determinasi (R ²)	0,654			

Tabel 6. Hasil Uji Linear
Persamaan II

Variabel	Koefisien	t	Signifikansi	Hipotesis
Konstanta	22,075	7,809	0,000	
Reputation	0,407	4,639	0,000	H ₄ Diterima
Koefisien Determinasi (R ²)	0,147			

Hipotesis 1 menyatakan bahwa *reputation* berpengaruh positif terhadap *trust*. Pada tabel 5 dapat dilihat nilai t hitung variabel *reputation* sebesar 4,570 sedangkan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% dan df = 118 (120-2) sebesar 1,793 yang berarti t hitung > t tabel (4,570 > 1,793). Sementara itu untuk nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *reputation* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel *trust*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hal tersebut membuktikan bahwa H₀ ditolak yang berarti bahwa *reputation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*.

Hipotesis 2 menyatakan bahwa *risk* berpengaruh negatif terhadap *trust*. Pada tabel 5 dapat dilihat nilai t hitung variabel *risk* sebesar 3,605 sedangkan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% dan df = 118 (120-2) sebesar 1,793 yang berarti t hitung > t tabel (3,605 > 1,793). Sementara itu untuk nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *risk* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel *trust*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H₂) ditolak.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *trust*. Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai t hitung variabel *perceived ease of use* sebesar 3,770 sedangkan nilai t tabel pada signifikansi 5% dan df = 118 (120-2) sebesar 1,793 yang berarti t hitung > t tabel (3,770 > 1,793). Sementara itu untuk nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (0,000 > 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel *trust*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dapat membuktikan bahwa H₀ ditolak yang berarti bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *trust*.

Hipotesis 4 menyatakan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*. Pada tabel 6 dapat dilihat nilai t hitung variabel *trust* sebesar 4,639 sedangkan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% dan df = 118 (120-2) sebesar 1,793 yang berarti t hitung $>$ t tabel (4,639 $>$ 1,793). Sementara itu untuk nilai signifikansinya yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (0,000 $>$ 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *trust* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* yang berarti bahwa H0 ditolak.

Dari hasil uji ANOVA atau F test menghasilkan nilai F hitung sebesar 72,966 dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *reputation*, *risk* dan *perceived ease of use* secara simultan berpengaruh terhadap *trust*.

Nilai koefisien determinasi (R^2) persamaan I sebesar 0,645 hal ini menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel *trust* 64,5% dan sisanya 35,5% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini. Pada persamaan II besarnya koefisien determinasi sebesar 0,147 yang artinya variabel bebas mempengaruhi variabel *purchase intention* sebesar 14,7% dan sisanya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan uji parsial (t hitung) *reputation* menghasilkan t hitung sebesar 4,570 sedangkan nilai t tabel pada signifikansi 5% dan df = 118 (120-2) sebesar 1,793 yang berarti t hitung $>$ t tabel (4,570 $>$ 1,793). Sementara itu untuk nilai signifikansinya yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (0,000 $<$ 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *reputation* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel *trust*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dapat membuktikan bahwa H0 ditolak yang berarti bahwa *reputation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* "terbukti". Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan bahwa penilaian tertinggi pada variabel *reputation* terjadi pada pernyataan nama Bukalapak.com mempermudah saya mengingat nama tersebut. Dengan memiliki nama yang dapat mempermudah dalam mengingat nama Bukalapak.com tersebut sehingga hal itu membuat pengguna percaya bahwa Bukalapak.com merupakan *e-commerce* yang memiliki reputasi yang baik. *Reputation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang sudah dilakukan oleh (Kusuma dkk., 2020) yang menyatakan bahwa *reputation system* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *trust*. Hal ini menunjukkan bahwa *reputation system* itu adalah salah satu faktor yang diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan ke penjual. Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa *reputation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*.

Berdasarkan dari uji parsial (t hitung) variabel *risk* menghasilkan t hitung sebesar 3,605 sedangkan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% dan df = 118 (120-2 sebesar 1,793 yang berarti t hitung $>$ t tabel (3,605 $>$ 1,793). Sementara itu untuk nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (0,000 $<$ 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *trust*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dapat membuktikan bahwa H0 diterima dan H2 ditolak. Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan bahwa penilaian tertinggi pada variabel *risk* terjadi pada pernyataan saya merasa akan mengalami kerugian jika melakukan aktifitas online shopping di situs Bukalapak.com. Dengan adanya risiko penggunaan aplikasi Bukalapak.com yang dapat membuat pengguna merasa akan mengalami kerugian, maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepercayaan pengguna. Dalam penelitian ini *Risk* berpengaruh positif terhadap *trust*. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang sudah dilakukan

oleh (Ashur, 2016) yang menyatakan bahwa persepsi risiko secara langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen *s-commerce* di Indonesia. Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa *risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*.

Berdasarkan dari uji parsial (t hitung) *perceived ease of use* menghasilkan t hitung sebesar 3,770 sedangkan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% dan df = 118 (120-2) sebesar 1,793 yang berarti t hitung $>$ t tabel ($3,770 > 1,793$). Sementara itu untuk nilai signifikansinya yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel *trust*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dapat membuktikan bahwa H0 ditolak yang berarti bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* “terbukti”. Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan bahwa penilaian tertinggi pada variabel *perceived ease of use* terjadi pada pernyataan semakin sering saya mengakses akan semakin mahir saya menggunakan situs Bukalapak.com. Dengan adanya kemudahan sistem akses situs Bukalapak.com yang semakin sering menggunakan akan semakin mahir membuat pengguna dapat mempercayai situs tersebut. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang sudah dilakukan oleh (Daud dkk., 2018) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use gives positive impact on trust*. Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*.

Berdasarkan dari uji parsial (t hitung) variabel *trust* menghasilkan t hitung sebesar 4,639 sedangkan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% dan df = 118 (120-2) sebesar 1,793 yang berarti t hitung $>$ t tabel ($4,639 > 1,793$). Sementara itu untuk nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *trust* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel *purchase intention*, sehingga dapat disimpulkan bahwa hal tersebut membuktikan bahwa H0 ditolak dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* “terbukti”. Berdasarkan hasil uji diatas menunjukkan bahwa penilaian tertinggi pada variabel *trust* terjadi pada pernyataan saya merasa Bukalapak.com memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya, dengan adanya kepercayaan yang dibangun dalam penggunaan situs Bukalapak.com, hal tersebut dapat membuat pengguna berniat untuk membeli pada situs atau aplikasi Bukalapak.com. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang sudah dilakukan oleh (Tümer dkk., 2019) yang menyatakan bahwa niat pelanggan untuk membeli tiket dari sebuah maskapai penerbangan dapat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan mereka terhadap merek tersebut. Berdasarkan penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan hasil temuan bahwa *reputation* berpengaruh positif terhadap *trust* sehingga hipotesis bahwa *reputation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *trust* diterima. *Risk* berpengaruh positif terhadap variabel *trust* sehingga hipotesis yang berbunyi *risk* berpengaruh secara negatif terhadap variabel *trust* ditolak. *Perceived ease of use* berpengaruh positif

terhadap *trust* sehingga hipotesis *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *trust* diterima. *Trust* berpengaruh positif terhadap variabel *purchase intention* sehingga hipotesis bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *purchase intention* diterima.

5. Daftar Pustaka

- Adji, J. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Pembelian di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-10.
- Ajzen, & Fishbein. (2001). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Engkewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ashur, M. (2016). Pengaruh Dukungan Sosial, Persepsi Risiko Dan Interaksi Sosialterhadap Kepercayaan Dan Niat Pembelian Konsumen Pada Media S-commerce (Studi Pada Konsumen S-commerce Di Indonesia). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1).
- Daud, A., Farida, N., Andriyansah, & Razak, M. (2018). Impact of customer trust toward loyalty: the mediating role of perceived usefulness and satisfaction *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, Vol. 13 Issue 2.
- Dharma, F. (2006). Pengaruh Structural Assurance Dan Situational Normality Terhadap Trust Bertransaksi Di Sistem E-Commerce. *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, Vol. 6 No. 2.
- Fidayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, Vol. 2 No. 4.
- Hair, F., J., Black, W.C., Babin, & B.J. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Harlow. England: Pearson Education Limited.
- Hendrata, Y. K., Purbandari, T., & Mujilan. (2013). Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation terhadap Trust Pengguna Internet di Sistem E-commerce. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A Trust-based Consumer Decisionmaking Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems*.
- Kompas.com. (diakses pada tanggal 15 Oktober 2019 pukul 15.05 WIB, 24 Oktober 2016). 2016, Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta. <https://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta..>
- Kusuma, L., Rejeki, S., Robiyanto, R., & Irviana, L. (2020). Reputation System Of C2C E-Commerce, Buying Interest And Trust. *Business: Theory and Practice*, 21(1:314-321).
- Pratiwi, H. D. (2013). Pengaruh reputasi perusahaan dan kualitas website terhadap tingkat kepercayaan konsumen dalam bertransaksi secara online (studi pada konsumen OngisnadeStore. com). *Fakultas Psikologi Universitas Brawijaya: Malang*.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.

- Prihartini, T., & Udayana, I. N. (2018). Pengaruh Altruism, Perceived Ease of Use, Dan Reputation Terhadap Online Repurchasing Intention Pada Transportasi Go-Jek. *Jurnal Manajemen Dewantara, Vol 2 No 2.*
- Tümer, M., Aghaei, I., Öney, E., & Eddine, Y. N. (2019). The impact of traditional and social media marketing on customers' brand trust and purchase intentions in the Turkish airline market. *Journal of Research in Emerging Markets, Vol. 1 No. 4.*
- Wahyuningtyas, Fitri, Y., & Widiastuti, D. A. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion di Facebook). *Jurnal Kajian Bisnis, Vol.23 No.2.*



E-Monitoring Tri Dharma Dosen Program Studi S1 Manajemen Universitas Bumigora Menggunakan Trello

Mohammad Najib Rodhi ^{1*}, Rifqi Hammad ², Kurniadin Abd. Latif ², Hany Pebrianti¹

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Bumigora

² Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, Universitas Bumigora

*Correspondent Email: m.najib@universitasbumigora.ac.id

Article History:

Received: 29-01-2021; Received in Revised: 08-02-2021; Accepted: 15-02-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.633>

Abstrak

Work From Home (WFH) merupakan teleworking suatu tipe pekerjaan yang dilakukan dari rumah secara regular tanpa harus datang ke tempat kerja. Di masa pandemi covid-19, pemerintah menerapkan peraturan WFH bertujuan untuk mengurangi penyebaran covid-19. Proses monitoring tridharma dosen sebelumnya dilakukan secara langsung oleh Prodi S1 Manajemen harus dilakukan dengan cara daring. E-Monitoring merupakan pengawasan dan pemantauan proses kerja melalui pemanfaatan teknologi informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah penerapan Trello dalam membantu Prodi S1 Manajemen memantau kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi dosen pada masa pandemi covid-19. Trello merupakan suatu aplikasi visual dengan gaya kanban (kartu catatan atau note) yang digunakan untuk mengorganisasi pekerjaan. Penerapan Trello sebagai tools dalam melakukan e-monitoring tridharma Perguruan Tinggi dosen Prodi Manajemen sangat bermanfaat. Melalui trello, Kaprodi dapat mengetahui sejauh mana progress yang dilakukan dosen pada kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Kata kunci: E-Monitoring, Trello, Work From Home

Abstract

Work From Home (WFH) is teleworking, a type of work that is done from home regularly without having to come to work. During the Covid-19 pandemic, the government implemented WFH regulations aimed at reducing the spread of Covid-19. Previously, the lecturers' Tridharma monitoring process was carried out directly by the S1 Management Study Program and must be done online. E-Monitoring is the supervision and monitoring of work processes through the use of information technology. The purpose of this research is the application of Trello in helping the Undergraduate Management Study Program to monitor the activities of the Tri Dharma of Higher Education lecturers during the Covid-19 pandemic. Trello is a visual application in the style of a Kanban (note card or note) used to organize work. The application of Trello as a tool in conducting e-monitoring of the Tridharma of Higher Education for Management Study Program lecturers is very useful. Through Trello, the Head of Study Program can find out the extent of the progress made by lecturers in the Tri Dharma of Higher Education activity.

Keywords: E-Monitoring, Trello, Work From Home

1. Pendahuluan

Indonesia dengan jumlah populasi terbesar ke-4 di dunia tidak luput dari penyebaran virus corona (COVID-19) yang tersebar di belahan bumi sampai saat ini. Hingga tanggal 7 Juni 2020 tercatat bahwa sebanyak 31.186 kasus yang tersebar di kepulauan Maritim ini, sebanyak 18.837 orang pasien masih dalam perawatan, 1.851 pasien meninggal akibat corona dan 10.498 orang yang terpapar virus corona dinyatakan sembuh (Covid-19, 2020). Jumlah kasus corona yang meningkat begitu cepat, menyebar dan menginfeksi siapapun tanpa pandang usia. Hal tersebut diperparuh dengan belum ditemukannya obat spesifik dalam menangani penyakit ini (Mona, 2020). Bentuk respon dari pemerintah adalah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) atau karantina sebagaimana maksudnya tertuang dalam UU Republik Indonesia No. 6 tahun 2018; Karantina merupakan pembatasan kegiatan dan pemisahan seseorang yang terpapar penyakit menular sebagaimana ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan meskipun belum menunjukkan gejala apapun untuk mencegah kemungkinan penyebaran ke orang di sekitarnya (UU No.6 tahun 2018). Sejalan dengan kebijakan PSBB tersebut, terkait dengan dunia kerja, pemerintah memberlakukan *Work From Home (WFH)* untuk melaksanakan tugas kerjanya di rumah atau tempat tinggalnya masing-masing untuk mencegah dan meminimalisir penyebaran virus corona di tengah masyarakat (Tariyah, 2020).

WFH merupakan bagian dari konsep teleworking atau bekerja dari jauh (Mungkasa, 2020) yang dapat diartikan juga sebagai tipe pekerjaan yang dilakukan dari rumah secara regular tanpa harus datang langsung ke tempat kerja. WFH ini memanfaatkan penggunaan teknologi informasi seperti komputer, smartphone, tablet dan lain-lain, serta layanan internet untuk mendukung pekerjaan dari jarak jauh (Tavares & Isabel, 2016). Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan adanya WFH antara lain seperti faktor individu, pekerjaan, keluarga, organisasi dan lingkungan. Faktor lingkungan meliputi keamanan (keselamatan) dan hukum (Belzunegui-Eraso & Erro-Garcés, 2020). Dengan adanya pandemik saat ini dan juga adanya kebijakan untuk WFH, maka WFH saat ini diterapkan berdasarkan faktor lingkungan.

Sejalan dengan kebijakan pemerintah di atas, mulai tanggal 16 Maret 2020 hampir seluruh instansi di Indonesia memberhentikan aktivitas tatap muka langsung di kantor, sekolah, maupun kampus untuk menggantinya dengan sistem daring atau *online*. Di lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi, sistem daring sebenarnya bukan sesuatu yang asing lagi, apalagi di era serba digital seperti sekarang ini. Banyak lembaga yang telah menerapkan sistem daring ini sebelum pandemik, *platform* yang dapat digunakan untuk perkuliahan daring cukup beragam, seperti: *google classroom*, *edmodo*, *moodle*, *e-learning*, atau menggunakan media sosial seperti *whatsapp group*, *facebook*, *instagram live*, *youtube*, dan lain sebagainya (Redaksi, 2020).

Terkait dengan penetapan sistem daring untuk kegiatan pendidikan, Universitas Bumigora memberlakukan semua kegiatan kampus secara daring. Perguruan Tinggi ini, mengoptimalkan *platform e-learning* yang dikelola secara mandiri dalam mendukung proses belajar mengajar. Semua dosen termasuk dosen Program Studi Manajemen harus tetap menjalankan kewajibannya sesuai dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Selain kegiatan

belajar mengajar, kewajiban dosen lainnya berdasarkan tridharma adalah penelitian dan pengabdian yang harus diselesaikan juga (Lian, 2019).

Kendala yang dihadapi oleh pimpinan Program Studi S1 Manajemen (Kaprodi) adalah terkait masalah pengawasan. Pengawasan yang biasanya dilakukan secara manual dan “*direct*”, kini tidak dapat diberlakukan karena mesti mengikuti *physical distancing* dan protokol kesehatan yang lainnya. *E-Monitoring* adalah suatu bentuk pengawasan yang dilakukan terhadap karyawan dengan memanfaatkan teknologi informasi (Chinyere & Chiemela, 2014). *E-Monitoring* dapat dilakukan dengan memanfaatkan beberapa aplikasi yang memiliki fitur *monitoring* salah satunya adalah *Trello*. *Trello* merupakan contoh aplikasi yang dapat digunakan oleh manajer atau pimpinan untuk mengelola alur kerja mereka (Johnson, 2017).

Trello merupakan salah satu aplikasi yang dapat digunakan sebagai wadah untuk bekerja secara tim. *Trello* memiliki beberapa fitur salah satunya adalah fitur untuk melihat sejauh mana suatu pekerjaan telah diselesaikan oleh sebuah tim. Hal tersebut telah ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Tohirin dan Septian Rheno Widianto yang berjudul “Peran *Trello* dalam Adopsi Agile Scrum pada Pengembangan Sistem Informasi Kesehatan”. Pada penelitian tersebut ditunjukkan bahwa *Trello* dapat digunakan untuk sebagai sarana untuk berkerja secara kolaboratif dan juga menunjukkan bahwa pada *Trello* terdapat fitur yang dapat digunakan untuk memonitoring pekerjaan timnya dalam mengembangkan sistem informasi kesehatan (Tohirin & Widianto, 2020). Oleh karena itu, untuk membantu Kaprodi dalam mengawasi kinerja dosen pada masa WFH, penelitian ini dimaksudkan untuk menerapkan sistem *e-monitoring* dengan menggunakan *Trello*.

2. Metodologi

Penelitian ini merupakan penerapan serta pemanfaatan *Trello* dalam melakukan *monitoring* secara daring atau online. Penerapan ini bertujuan untuk membantu Kaprodi S1 Manajemen Universitas Bumigora dalam memonitoring kegiatan Tri Dharma para dosennya yang mengikuti WFH di tengah masa pandemi virus corona. *Monitoring* adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui apakah suatu program yang dibuat berjalan sesuai dengan yang telah direncakan (Usman et al., 2016). *E-Monitoring* adalah pemanfaatan ICT dalam melakukan kegiatan *monitoring*. *E monitoring* dilakukan dengan melihat banyaknya pemanfaatan fasilitas ICT dibidang kerja. Sifat dinamis dari suatu pekerjaan dan adanya tren pekerjaan yang baru membuat *monitoring* secara manual tidak dapat berjalan maksimal. Jumlah pekerja yang bekerja dari rumah juga terus meningkat sehingga penerapan *monitoring* secara manual cukup sulit untuk dilakukan. Dengan adanya bantuan dari ICT, pihak manajemen dapat memantau pekerjaan tim dengan lebih efektif (Kehinde & Okafor, 2019).

Trello

Trello merupakan suatu aplikasi yang dapat digunakan sebagai wadah untuk kerja tim yang bersifat kolaboratif. Aplikasi ini merupakan bagian dari portofolio perusahaan Atlassian, yang dirilis pada tahun 2011 bulan September dalam sesi aplikasi di TechCrunch Disrupt (Mansur et al., 2019). Konsep aplikasi ini terinspirasi oleh metode kanban yang mana semua kegiatan terkait suatu project ditampilkan dalam suatu lanskap yang dapat dilihat oleh

anggota tim proyek tersebut (Johnson, 2017). Dengan *Trello*, Pengguna dapat secara visual mengatur proyek menjadi papan, kemudian membagi proyek tersebut menjadi kelompok dan membagi kelompok menjadi tugas. Antarmuka yang ramah membuat *Trello* dapat digunakan oleh berbagai jenis pengguna dari pengguna yang mengelola proyek kecil hingga proyek besar. Saat ini *Trello* dapat diakses melalui web browser pada desktop dan juga perangkat seluler baik secara *online* maupun *offline*. Namun untuk mendapatkan notifikasi dan lainnya harus tetap dalam keadaan *online* (Johnson, 2017).

Trello memiliki beberapa fitur antara lain seperti *board*, *list* dan *card* yang mana dapat digunakan oleh pengguna untuk memprioritaskan proyek dengan cara yang menarik dan fleksibel (Tohirin & Widianto, 2020). *Trello* memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya dalam suatu proyek dengan menggunakan fitur komentar. Selain fitur disebutkan sebelumnya terdapat juga fitur lain seperti adanya dukungan SSL Encryption, kemudahan dalam mengunggah file (foto, dokumen dan lampiran lainnya), notifikasi pembaruan, fitur voting dan pencarian, pengingat dan tenggat waktu dan lain sebagainya. Dengan memanfaatkan beberapa fitur pada *Trello*, ketua tim dapat juga melakukan *monitoring* terhadap kinerja bawahannya. Ketua tim dapat melihat kinerjanya melalui tugas apa saja yang akan dikerjakan, yang sedang dikerjakan dan yang sudah dikerjakan.

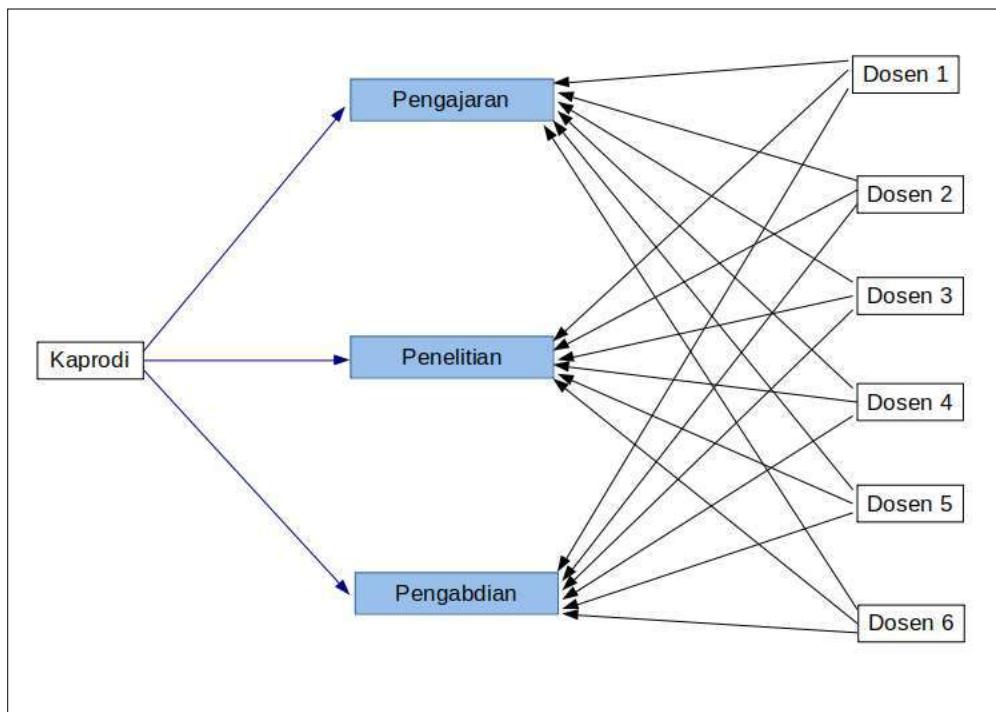
Metode Pengumpulan Data

Monitoring ini lebih ditekankan kepada pemantauan poses pelaksanaan tugas dan kegiatan dosen dalam menjalankan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi pada Prodi S1 Manajemen Universitas Bumigora. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini meliputi wawancara, studi pustaka dan observasi. Wawancara dilakukan dengan kepala prodi manajemen dan dosen manajemen terkait dengan kegiatan pelaksanaan dan *monitoring* tri dharma perguruan tinggi. Studi pustaka dilakukan untuk pengumpulan informasi dengan mencari referensi referensi terkait dengan e-*monitoring* dan tri dharma perguruan tinggi. Dan Observasi dilakukan untuk mengamati kegiatan *monitoring* tri dharma perguruan tinggi. Data data yang dikumpulkan berupa data dosen, data kegiatan tri dharma perguruan tinggi meliputi data pengajaran dosen, penelitian dan pengabdian.

Data pengajaran adalah data kegiatan pengajaran seperti pengajaran, pembuatan materi perkuliahan, pembuatan soal uts dan uas serta nilai. Data penelitian meliputi data terkait kegiatan penelitian dosen (proses penelitian, publikasi dan lain-lain). Penelitian minimal dilakukan satu kali oleh setiap dosen setiap semester. Dan untuk data pengabdian meliputi kegiatan pengabdian dosen dari penyusunan proposal, pelaksanaan, pembuatan laporan dan publikasi jurnal pengabdian.

Proses *Monitoring*

Monitoring merupakan kegiatan pemantauan atau pengawasan proses kerja. *Monitoring* bertujuan untuk memastikan kegiatan atau kerja berjalan sesuai yang direncanakan. Adapun proses *monitoring* dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Proses *monitoring*

Pada gambar 1 diatas merupakan proses *monitoring*. Kaprodi melakukan *monitoring* Tri Dharma Perguruan Tinggi Dosen yang terdiri dari Pengajaran, Penelitian, dan Pengabdian. Pada pengajaran, Kaprodi menyediakan tugas untuk dosen berupa pengajaran sesuai dengan bidang ilmunya masing-masing. Kemudian dari pihak dosen masing-masing mengumpulkan silabus beserta materi sesuai dengan matakuliah yang diampu persemester. Pada penelitian, Kaprodi memberi tugas kepada dosen untuk melakukan penelitian dengan target tertentu. Kemudian masing-masing dosen melaporkan hasil penelitiannya ke Kaprodi. Pada pengabdian, Kaprodi memberikan tugas dan target kepada dosen dalam melakukan pengabdian dengan capaian dan target tertentu. Kemudian masing-masing dosen atau kelompok melaporkan hasil penelitiannya. Sehingga dari proses tersebut Kaprodi dapat melakukan pengawasan, koordinasi serta manajemen dosen dengan tujuan meningkatkan kualitas dosen, Prodi manajemen serta perguruan tinggi.

3. Hasil dan Pembahasan

E-Monitoring dilakukan dengan memanfaatkan Aplikasi *Trello*. Data kegiatan Tri Dharma dosen Prodi S1 Manajemen dimasukkan ke dalam aplikasi *Trello* oleh Kepala Prodi. Pada Aplikasi *Trello*, KaProdi membuat 3 buah *board* yang digunakan untuk Tri dharma perguruan tinggi. Adapun *board* tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Halaman board kaprodi

Pada Gambar 2 ditunjukkan *board* dari Group Manajemen yang terdiri dari Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Pada *board* tersebut ditunjukkan jumlah member atau anggota dari prodi manajemen yang berjumlah 6 orang. Masing masing *board* memiliki masing-masing *list*nya tersendiri yang mana berisikan data dosen beserta kegiatannya.

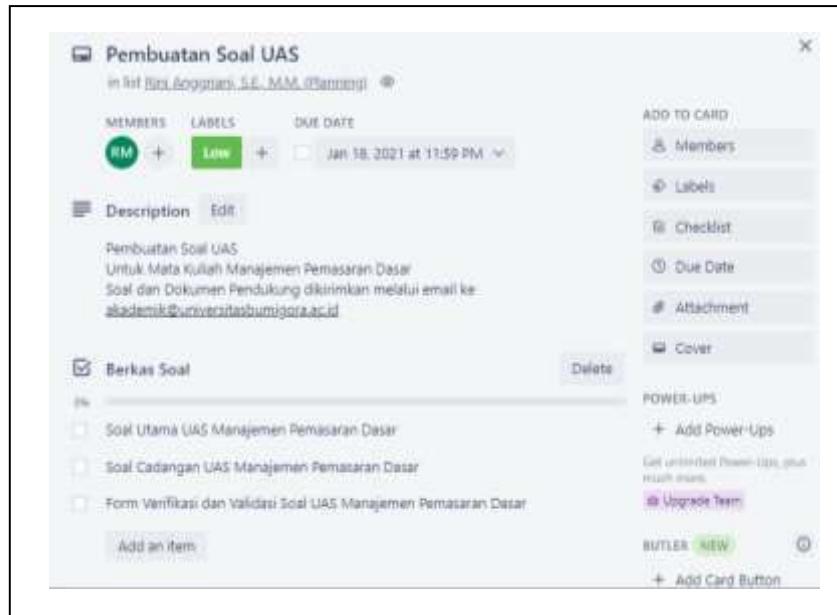
3.1 Pengajaran

Pada *board* pengajaran terdapat 3 kelompok *list* yaitu *planning*, *On Going* dan *Done*. Planning itu berisikan kegiatan dosen dibidang pengajaran yang akan di lakukan. Adapun *Board Planning* dapat dilihat pada gambar 3.

A screenshot of a Trello board titled 'Pengajaran 2020/2021'. The board has 3 columns: 'Rini Anggriani, S.E., M.M. (Planning)', 'Irwan Cahyadi, S.E., M.M. (Planning)', and 'Mohammad Najib Rodhi, S.E., M.M. (Planning)'. Each column has two cards: 'Pembuatan Soal UAS' and 'Pengumpulan Nilai'. Each card shows a due date (Jan 18, 2021 or Feb 1, 2021), a progress bar (0/3 or 0/6), and a member assigned (RM, IM, or MN).

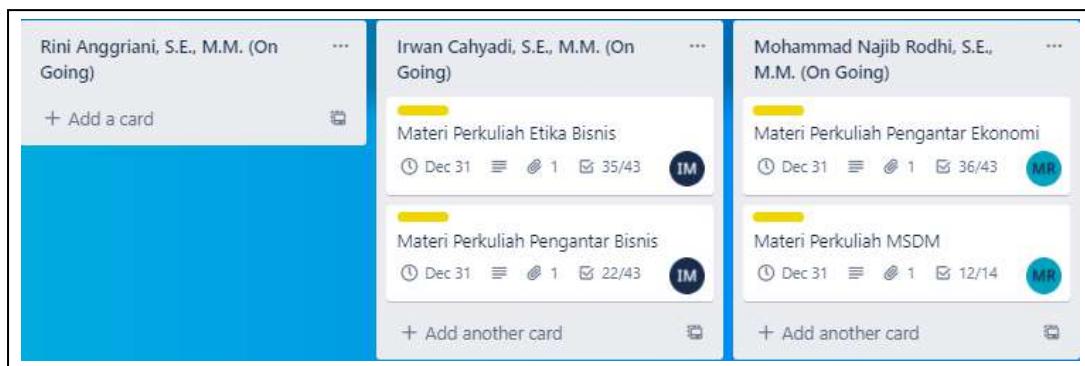
Gambar 3. Halaman *board* pengajaran.

Pada Gambar 3 ditampilkan Planning dari *board* 3 dosen manajemen yaitu pembuatan soal dan pengumpulan nilai. Pada masing-masing *card* dapat diketahui siapa yang bertanggung jawab atas masing-masing kegiatan tersebut. Pada *card* tersebut juga ditunjukkan jumlah kegiatan yang belum dan sudah terselesaikan dan juga batas waktu kegiatan tersebut. Sebagai contoh pada *list* Rini Anggriani *card* pembuatan soal dintujukkan batas waktu kegiatannya adalah 18 Januari 2021 dan jumlah kegiatannya ada 3 yang mana sudah terlaksana masih 0. Adapun isi dari *card* Pembuatan soal dapat dilihat pada gambar 3.



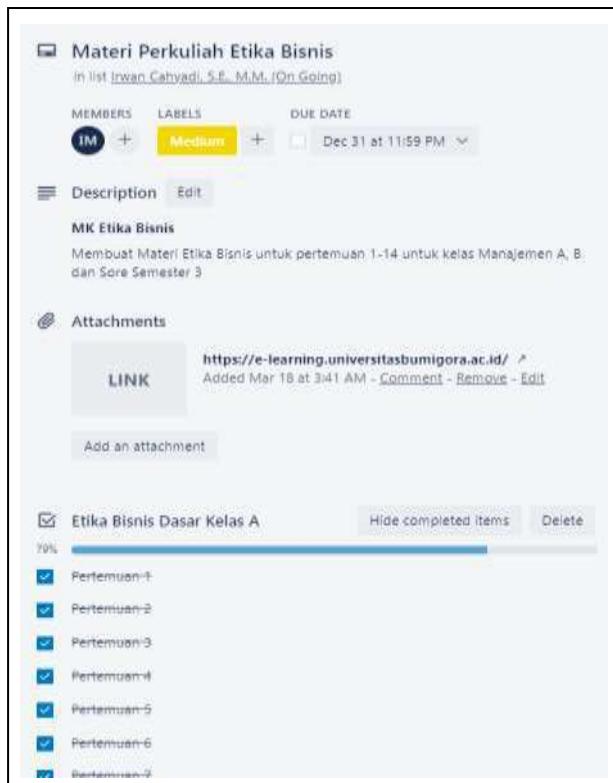
Gambar 4. Halaman *card* tugas anggota

Pada Gambar 4 ditunjukkan isi dari *card* pembuatan soal UTS yang mana menjadi tanggung jawab dari Rini Anggriani. Pada Bagian description dijelaskan tentang deskripsi dari kegiatan pembuatan soal uas tersebut. Pada bagian *Checklist* Berkas soal terdapat rincian kegiatan yang harus diselesaikan sehingga apabila sudah selesai maka rincian dari berkas soal harus di check untuk menandakan bahwa rincian kegiatan itu telah dilaksanakan. Selain dari *list* planning terdapat juga *list* on going yang menunjukkan bahwa kegiatan itu sedang dilaksanakan *list* on going ditampilkan pada gambar 5.



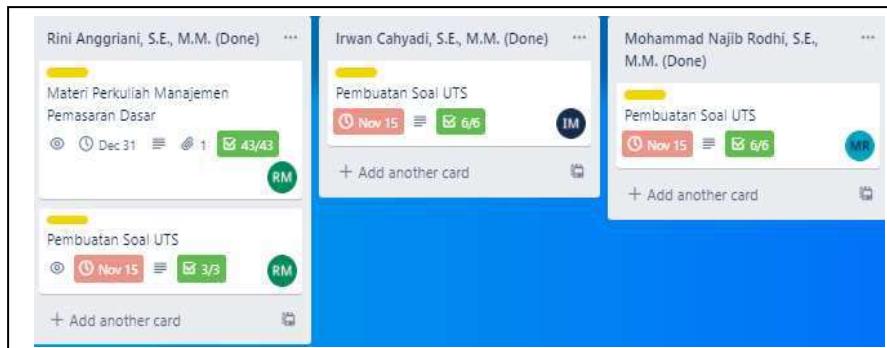
Gambar 5. Halaman *list on-going*

Pada gambar *list on going* ditunjukkan kegiatan yang sedang berjalan seperti contoh pada *list* Irwan Cahyadi *card* materi perkuliahan etika bisnis. pada *card* tersebut ditunjukkan 35/43 yang memiliki arti bahwa kegiatan yang telah diselesaikan sejumlah 35 dari 43 yang harus dikerjakan. Adapun *card* tersebut dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Halaman *card* tugas anggota

Pada Gambar 5 tersebut ditunjukkan bahwa kegiatan pembuatan materi untuk mata kuliah etika bisnis sudah selesai 79%. Rincian Kegiatan yang sudah selesai akan memiliki checklist biru dan sudah tercoret seperti yang ditunjukkan pada gambar tersebut. Kelompok *list* yang terakhir adalah done. *List* ini berisikan kegiatan-kegiatan telah selesai dilakukan oleh masing-masing dosen. Kelompok *list* done dapat dilihat pada Gambar 7.

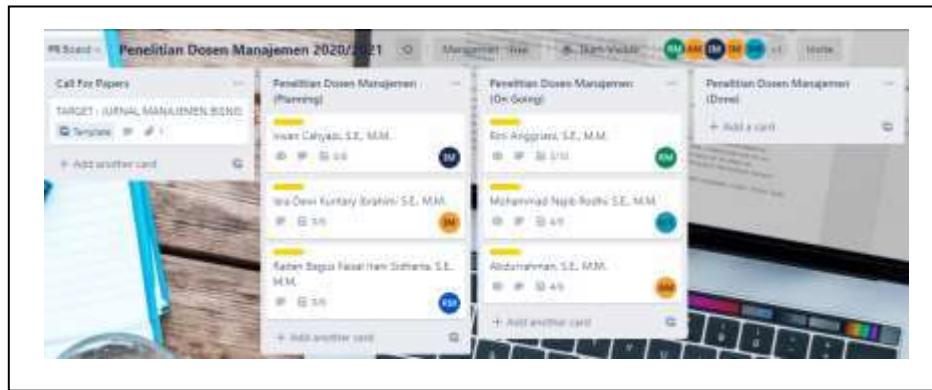


Gambar 7. Halaman *list done*

Pada Gambar 7 ditunjukkan kegiatan masing-masing dosen yang telah selesai. Pada gambar dengan keterangan 43/43 menunjukkan bahwa jumlah kegiatan yang telah selesai sama dengan jumlah kegiatan yang harus diselesaikan.

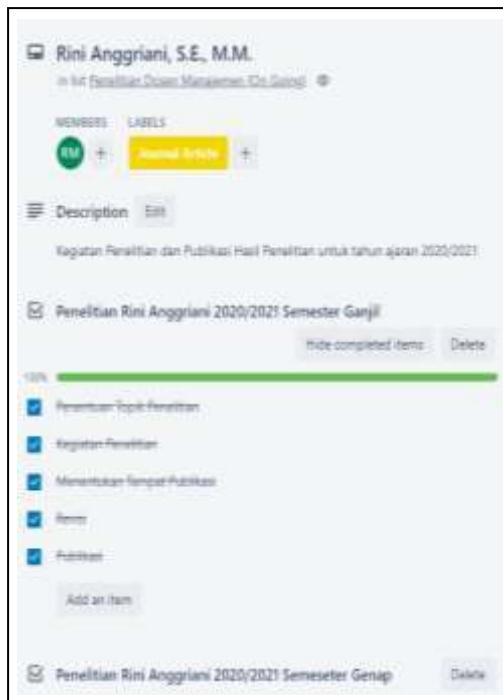
3.2 Penelitian

Pada *board* penelitian terdapat beberapa *list* yaitu informasi mengenai publikasi jurnal, planning, on goin dan done. Yang membedakan kelompok *listnya* dengan pengajaran adalah informasi mengenai publikasi jurnal. Isi dari *board* penelitian dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Halaman *board* penelitian

Pada Gambar 8 ditunjukkan *list* yang terdapat pada penelitian. Secara umum kelompok *list*-nya sama dengan pengajaran namun ada tambahan *list* Call for papers yang digunakan untuk informasi pulikasi jurnal. Kemudian hal lain yang membedakan *board* pengajaran dengan penelitian adalah isi dari *card*-nya. Adapun salah satu contoh dari isi *card* dapat dilihat pada gambar 9.

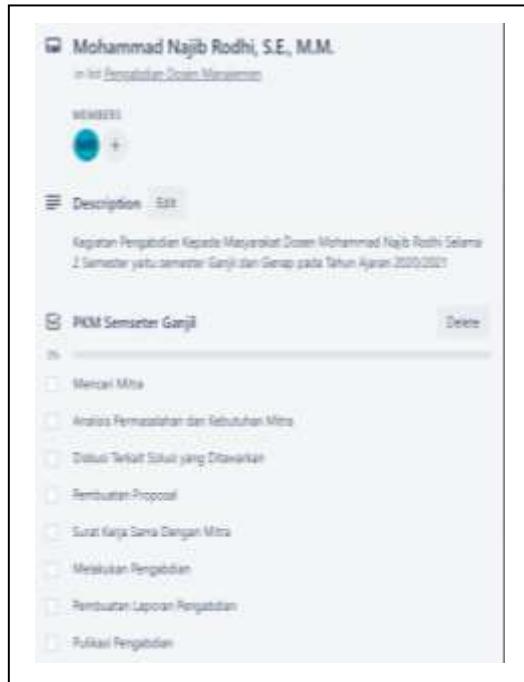


Gambar 9. Halaman *card* penelitian anggota

Pada gambar tersebut ditunjukkan bahwa penelitian dosen dilakukan minimal satu kali setiap semester adapun kegiatan yang dilakukan antara lain seperti penentuan topik penelitian, kegiatan pelenitian, penentuan tempat publikasi, revisi dan publikasi. Pada *card* tersebut terdapat 2 *checklist* yaitu penelitian semester ganjil dan semester genap.

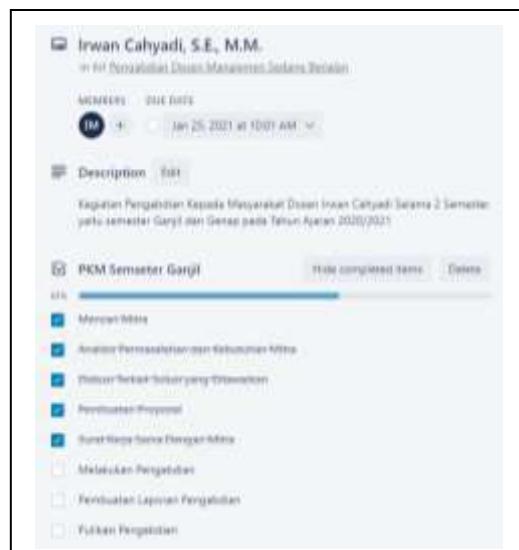
3.3. Pengabdian

Pada *board* pengabdian memiliki *list* yang sama dengan pengajaran yang memembedakan adalah isi dari *card*-nya. Pada pengabdian isi dari *card*-nya berhubungan dengan kegiatn pengabdian kepada masyarakat seperti yang ditunjukkan pada gambar 10.



Gambar 10. Halaman *card* tugas anggota

Pada Gambar 10 dapat dilihat beberapa rincian kegiatan pada pengabdian seperti mencari mitra, analisis permasalahan dan kebutuhan mitra, hingga publikasi pengabdian. Dengan memanfaatkan *Board*, *list* dan *card* yang ada pada *trello*, kaprodi manajemen dapat melakukan *monitoring* terhadap kegiatan tri dharma perguruan tinggi masing-masing dosen manajemen. Hal ini dilakukan dengan melihat pada *card* masing-masing kegiatan tri dharma. Seperti yang dicontohkan pada Gambar 11.



Gambar 11. Halaman *card* tugas anggota

Pada gambar tersebut ditunjukkan bahwa kegiatan dosen Irwan cahyadi sudah berjalan 63% dan saat ini sedang melakukan kegiatan pengabdian. KaProdi dapat memantau sejauh mana progress dari kegiatan tri dharma perguruan tinggi masing-masing dosen. Masing-masing dosen juga mendapatkan hak akses untuk masing-masing *card* yang menjadi tanggung jawabnya.

4. Kesimpulan

Dengan memanfaatkan *trello* KaProdi manajemen dapat melakukan *e-monitoring* terhadap kegiatan tri dharma perguruan tinggi dosen manajemen. Dengan fitur yang ada pada *trello* Kaprodi dapat mengetahui sejauh mana progress yang dilakukan dosen pada kegiatan tri dharma perguruan tingginya. Sehingga Kaprodi juga dapat mengetahui dosen-dosen yang terlambat atau tidak mengerjakan kegiatan tri dharma perguruan tinggi. Adapun saran yang diberikan untuk penelitian berikutnya adalah perlu dilakukannya pengukuran tingkat pemanfaatan dan dampak yang diberikan dari penerapan aplikasi *trello* dalam kegiatan monitoring dan juga dapat dilakukan perbandingan antara aplikasi *trello* dengan aplikasi monitoring lainnya untuk mengetahui aplikasi mana yang lebih baik.

5. Ucapan Terima Kasih

Terimakasih peneliti ucapkan kepada Rektor Universitas Bumigora, Dekan Ekonomi dan Bisnis, Kaprodi Manajemen, serta LPPM Universitas Bumigora yang telah memberikan bantuan dana hibah penelitian dan juga rekan-rekan yang telah membantu dalam dukungan dan do'a.

6. Daftar Pustaka

- Belzunegui-Eraso, A., & Erro-Garcés, A. (2020). Teleworking in the Context of the Covid-19 Crisis. *Journal Sustainability*, 12.
- Chinyere, I., & Chiemela, P. I. (2014). Workplace E-Monitoring and Surveillance of Employees: Indirect Tool of Information Gathering. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 3(10).
- Covid-19, S. T. P. (2020). *Data Sebaran Covid 19*. www.covid19.go.id
- Johnson, H. A. (2017). Trello. *Journal of the Medical Library Association*, 105(2).
- Kehinde, O. J., & Okafor, E. E. (2019). The use of electronic monitoring and work performance of employees in the banking industry in Ibadan, Southwest Nigeria. *African Journal of Business Management*, 13(10).
- Lian, B. (2019). Tanggung Jawab Tridharma Perguruan Tinggi Menjawab Kebutuhan Masyarakat. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*.
- Mansur, A. F. U., Alves, A. C., & Torres, R. B. (2019). Trello as Virtual Learning Environment and Active Learning Organiser for PBL Classes: An analysis under Bloom's Taxonomy. *11th International Symposium on Project Approaches In Engineering Education*.

- Mona, N. (2020). Konsep Isolasi Dalam Jaringan Sosial Untuk Meminimalisasi Efek Contagious (Kasus Penyebaran Virus Corona Di Indonesia). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 2(2).
- Mungkasa, O. (2020). Bekerja dari Rumah (Working From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19. *The Indonesian Journal of Development Planning*, IV(2), 126–150.
- Redaksi. (2020). *Dilema Sistem Pembelajaran Daring di Tengah Penyebaran Pandemi COVID-19*. Radar Sumbawa. <https://radarsumbawa.id/2020/03/30/dilema-sistem-pembelajaran-daring-di-tengah-penyebaran-pandemi-covid-19/>
- Tariyah. (2020). *Kebijakan Bekerja Dari Rumah dan Pelayanan Publik*. Ombudsman Republik Indonesia. <https://www.ombudsman.go.id/artikel/r/artikel--kebijakan-bekerja-dari-rumah-dan-pelayanan-publik>
- Tavares, & Isabel, A. (2016). *Telework And Health Effects Review, Andaa Research Framework Proposal*. MPRA Paper.
- Tohirin, & Widianto, S. R. (2020). Peran Trello dalam Adopsi Agile Scrum pada Pengembangan Sistem Informasi Kesehatan. *Jurnal Multinetics*, 6(1).
- Usman, R. A., Bambang, H., & Maulana, Y. M. (2016). Analisis dan Desain Sistem Monitoring dan Evaluasi Koperasi Pada Dinas Koperasi Kabupaten Sidoarjo. *JSIKA*, 5(6).



Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Golden & Cake Kota Palopo

Nurjannah^{1,*}, Firman Pandu Ramadhan¹

¹*Program Studi Manajemen, Universitas Andi Djemma Palopo*

**Correspondent Email: anna.asaf1973@gmail.com*

Article History:

Received: 02-02-2021; Received in Revised: 10-02-2021; Accepted: 15-02-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.634>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Golden & Cake Kota Palopo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel 35 responden dan sampling acsidental. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Golden & Cake Kota Palopo, artinya bahwa kualitas produk memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen, semakin bagus kualitas produk pada Toko & Cake Kota Palopo maka konsumen akan semakin puas. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana perolehan nilai t hitung = 4,446 > t tabel = 2,034 dengan tingkat signifikan 0,000, dimana tingkat signifikannya lebih rendah dari 0,05.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine how the influence of product quality on consumer satisfaction at the Palopo City Golden & Cake Shop. This research is a quantitative study with a sample of 35 respondents and accidental sampling. The results showed that the variable product quality had a significant effect on consumer satisfaction at the Palopo City Golden & Cake Shop, meaning that the product quality had an impact on customer satisfaction, the better the product quality at Palopo City Shop & Cake, the more satisfied consumers would be. This can be seen from the results of the t test where the value of t count = 4.446 > t table = 2.034 with a significant level of 0.000, where the significance level is lower than 0.05.

Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction.

1. Pendahuluan

Pada era perkembangan globalisasi saat ini sudah banyak terdapat usaha yang berkembang dengan secara masif ditandai serpeti halnya, banyaknya persaingan yang muncul dengan cara kompetitif. Untuk menghadapi persaingan setiap perusahaan atau produsen harus meningkatkan kualitas produk yang dapat mempengaruhi konsumen melakukan pembelian berulang-ulang kali. Pembelian yang berulang-ulang kali dapat diartikan bahwa konsumen mempunyai loyalitas terhadap kualitas produk. Peningkatan persaingan dalam dunia usaha

pada era ini sangatlah masif karena setiap perusahaan antusias dalam meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Seiring dengan perkembangan globalisasi konsep pemasaran mengalami perkembangan yang begitu luas, sehingga kegiatan pemasaran pada era ini juga sudah memfokuskan pada kepuasan konsumen (Hawkins & David, 2016).

Konsumen pada era saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk dalam menentukan keputusan untuk membeli, produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk dan kualitasnya tersebut (Didiharyono dkk, 2018). Tuntutan permintaan akan suatu produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha untuk berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka punya demi mempertahankan *Brand Image* produk yang mereka miliki. Pembisnis di Negara berkembang sangatlah banyak terkhusunya di Indonesia, dapat dilihat dari kota-kota besar yang dimulai dari usaha kreatif dan usaha produk lainnya.

Produk merupakan salah satu unsur penting dari bauran pemasaran. Menurut Farida dkk (2018) menyatakan keunggulan produk sangat dipengaruhi oleh keunikan produk, inovasi produk yang terus menerus, kemampuan produk memenuhi kebutuhan pelanggan, kemampuan produk mereduksi biaya yang dikeluarkan pelanggan, kecanggihan produk dan desain produk itu sendiri. Persaingan yang semakin ketat di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama yang berdampak pada peningkatan pendapat bagi perusahaan (Fisu dkk, 2020).

Menurut Zeithaml dalam Tjiptono (2008) kualitas produk adalah salah satu indikator dalam kepuasan konsumen, sebab dapat mempertahankan, menciptakan loyalitas konsumen. Ada hubungan yang erat terhadap penentuan kualitas dan kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan indikator yang paling utama dalam keberhasilan organisasi (Irwan & Haryono, 2015). Jika kualitas produk yang disediakan oleh perusahaan atau produsen sesuai dengan harapan dan selera konsumen, maka konsumen akan merasa puas terhadap produk yang secara langsung mempengaruhi loyalitas konsumen (Didiharyono, 2016). Dengan demikian, kualitas produk memberikan suatu stimulus kepada konsumen yang secara langsung sangat berkaitan erat dengan perusahaan atau produsen.

Kotler dalam Lupiyoadi (2009) kepuasan merupakan tingkat dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan diharapkan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan (Sarifuddin & Isra, 2019)

Kepuasan konsumen menjadi hal yang paling krusial bagi perusahaan (Isfahila & Fatimah, 2018). Konsumen yang merasakan kepuasan akan menjadi tenaga pemasaran (*marketing force*) terhadap perusahaan atau produsen, sebab kepuasan konsumen dapat berimplikasi positif kepada perusahaan melalui mulut ke mulut (*word of mouth*). Akibat dari kepuasan konsumen kepada loyalitas konsumen serta melakukan pembelian berulang-ulang kali terhadap perusahaan yang berbeda-beda untuk setiap perusahaan. Konsumen yang loyal belum tentu mereka puas, sebaliknya konsumen yang puas akan cenderung menjadi Konsumen yang loyal (Tjiptono, 2008) (Sulaiman, 2018).

Kepuasan konsumen merupakan hal yang krusial bagi perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan dari kepuasan konsumen merupakan hal yang paling elementer dalam kunci keberhasilan perusahaan atau produsen (Nurjannah & Sari, 2018). Loyalitas konsumen sangat penting bagi perusahaan, karena imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif yang berarti semakin lama loyalitas konsumen semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen tersebut (Griffin, 2010). Diluar dari pada itu, kepuasan konsumen juga merepresentasi sikap konsumen melalui elemen-elemen seperti pembelian berulang. Loyalitas merupakan satu kesatuan yang utuh, dalam menciptakan *service* yang dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada konsumen (Asriandi dkk., 2018). Kepuasan konsumen merupakan tanggapan atas pemenuhan pelanggan terhadap sebuah pengalaman konsumsi, atau sebagian kecil dari pengalaman itu. Menurut Buttle (2012), kepuasan pelanggan merupakan tanggapan yang menyenangkan dari pelanggan karena yang diharapkan terpenuhi, sedangkan ketidakpuasan merupakan tanggapan berupa kekecewaan karena yang diharapkan tidak terpenuhi.

Toko Golden & Cake merupakan usaha kuliner yang terdapat di Sulawesi Selatan terkhusus di Kota Palopo, Jl. Andi Djemma yang memproduksi Roti & Cake. Dalam menghadapi Persaingan, Toko Golden & Cake harus memiliki kualitas produk sebagai sesuatu hal yang paling elementer. Produk memiliki makna yang paling penting bagi perusahaan tanpa adanya produk, perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan pemasaran, sehingga tujuan dari perusahaan tidak dapat tercapai. Dengan seperti itu, pembuatan produk harus diorientasikan pada keinginan pasar serta selera konsumen.

Produsen penting untuk mengetahui puas atau tidaknya konsumen yang telah berkunjung di Golden & Cake. Seberapa besar persepsi kualitas produk yang dapat menciptakan rasa puas atau tidak oleh konsumen. Menguji kualitas produk yang berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu, untuk menarik konsumen atau dapat bersaing dengan Toko yang sejenisnya, maka upaya yang dilakukan yaitu memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dengan cara menyediakan kualitas produk yang sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Berdasarkan proyeksi latar belakang yang diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Golden & Cake Kota Palopo.

2. Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilaksanakan di Toko Golden & Cake Kota Palopo. Data yang berhubungan dengan penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik sebagai berikut: (1) Observasi yaitu proses pengembalian data dalam penelitian dimana penelitian atau pengamat dengan mengamati kondisi yang berkaitan dengan objek penelitian. (2) Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara penanya atau pewawancara dengan menjawab atau responden. (3) Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk pada Toko Golden & Cake di Kota Palopo. Dalam pengambilan sampel juga harus

memperhatikan metode analisis yang digunakan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 35 responden. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah sampling *insidental*. Teknik analisis datanya menggunakan analisis regresi sederhana.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada Toko Golden Bakery & Cake Kota Palopo. Data dikumpulkan dengan menyebarkan 35 kuesioner yang disebarluaskan kepada konsumen Toko Golden & Cake Kota Palopo yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Adapun karakteristik responden yang dimaksudkan adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Frekuensi dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	12	34,28
2	Perempuan	23	65,72
	Jumlah	35	100

Pada karakteristik jenis kelamin, konsumen perempuan lebih mendominasi dibanding dengan laki-laki, yaitu sebanyak 23 orang atau **65,72%**, sedangkan laki-laki sebanyak 12 orang sebesar 34,28%. Hal ini menunjukkan bahwa pada dasarnya perempuan memang lebih gemar mengkonsumsi kue roti dan cake seperti yang ada Toko Golden & Cake Kota Palopo.

Tabel 2. Frekuensi dan Persentase Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	<20 Tahun	6	17,14
2	21-29 Tahun	24	68,57
3	30-39 Tahun	4	11,43
4	>40 Tahun	1	2,86
	Jumlah	35	100

Tabel karakteristik responden berdasarkan usia diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia 21-29 tahun lebih dominan yaitu sebanyak 23 orang atau **57%**, kemudian disusul oleh kelompok usia 30-39 tahun sebanyak 6 orang atau 23% dan disusul lagi oleh kelompok usia <20 tahun sebanyak 5 orang atau 14% dan > 40 tahun sebanyak 1 orang atau 6%. Hal ini menunjukkan bahwa pada kategori usia kue seperti roti dan cake lebih disukai kalangan pemuda dan pemudi karena cocok untuk dijadikan cemilan dan disajikan untuk berbagai kegiatan yang dilakukan para pemuda dan pemudi seperti acara ulang tahun, reuni dan kegiatan lainnya.

Tabel 3. Frekuensi dan persentase responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	18	51,43
2	Pegawai Swasta	5	14,28
3	PNS	3	8,57
4	Wirausaha	4	11,43
5	Petani	0	0
6	Lain-Lain	5	14,28
	Jumlah	35	100

Berdasarkan tabel di atas karakteristik responden pada pekerjaan menunjukkan bahwa kelompok pelajar/mahasiswa lebih dominan yaitu sebanyak 18 orang atau **51,43%**.

3.2. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X)

Tabel 4. Kesimpulan Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk

No	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
1	Kinerja	2,52	Setuju
2	Fitur	2,96	Setuju
3	Daya Tahan	2,88	Setuju
4	Estetika	2,75	Setuju
5	Kualitas	2,78	Setuju
6	Keandalan	2,86	Setuju
7	Kesesuaian Spesifikasi	2,75	Setuju
Rata-Rata		2,78	Setuju

Berdasarkan tabel diatas, tanggapan responden secara umum mengenai kualitas produk adalah setuju dengan rata-rata skor sebesar 2,78. Hal ini dapat dilihat berdasarkan jawaban responden yang setuju dengan indikator kinerja, dengan skor rata-rata terendah sebesar **2,52**, indikator fitur dengan skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar **2,96**, indikator daya tahan dengan skor sebesar 2,88, indikator estetika dan kesesuaian spesifikasi masing-masing dengan skor rata-rata sebesar 2,75, indikator kualitas dengan skor rata-rata sebesar 2,78 dan indikator keandalan dengan skor rata-rata sebesar 2,86. Dari ketujuh indikator tersebut memberikan kesimpulan bahwa konsumen telah menganggap kualitas produk yang ditawarkan oleh Toko Golden & Cake Kota Palopo sudah baik jika diukur dengan ketujuh indikator tersebut.

3.3. Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 5. Kesimpulan Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Rata-Rata	Keterangan
1	Kesesuaian Harapan	3,10	Setuju
2	Minat Berkunjung Kembali	2,98	Setuju
3	Kesediaan Merekomendasi	2,81	Setuju
Rata-Rata		2,96	Setuju

Berdasarkan tabel di atas, tanggapan responden secara umum mengenai variabel kepuasan konsumen adalah setuju dengan rata-rata skor sebesar 2,96. Hal ini dapat dilihat berdasarkan jawaban responden yang setuju dengan indikator kesesuaian harapan, dengan skor rata-rata tertinggi sebesar **3,10**, indikator minat berkunjung kembali dengan skor rata-rata yaitu sebesar 2,98, indikator kesediaan merekomendasi dengan skor rata-rata terendah sebesar **2,81**, Artinya bahwa dari ketiga indikator tersebut memberikan kesimpulan bahwa konsumen telah merasa puas dengan produk yang ada di Toko Golden & Cake karena produknya telah sesuai dengan harapan konsumen, sehingga mereka melakukan pembelian secara berulang dan rela merekomendasikan produk Golden & Cake kepada orang lain.

3.4. Uji validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji validitas

Teknik yang digunakan untuk uji validitas ini adalah korelasi produk moment atau *pearson correlation* dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$) dilakukan dengan cara mengoreksi skor masing-masing item dengan skor total. Uji validitas ini menggunakan aplikasi prodram SPSS yaitu dapat dikatakan semua pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid. Rekapitulasi validitas pada tabel berikut:

Tabel 6. Rekapitulasi Uji Validitas Variabel X (Kualitas Produk)

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	X1.1	0,487	0,324	Valid
2.	X1.2	0,379	0,324	Valid
3.	X1.3	0,613	0,324	Valid
4.	X1.4	0,486	0,324	Valid
5.	X1.5	0,614	0,324	Valid
6.	X1.6	0,378	0,324	Valid
7.	X1.7	0,404	0,324	Valid
8.	X1.8	0,592	0,324	Valid
9.	X1.9	0,756	0,324	Valid
10.	X1.10	0,630	0,324	Valid
11.	X1.11	0,634	0,324	Valid
12	X1.12	0,631	0,324	Valid
13	X1.13	0,692	0,324	Valid
14	X1.14	0,649	0,324	Valid
15	X1.15	0,607	0,324	Valid
16	X1.16	0,637	0,324	Valid
17	X1.17	0,332	0,324	Valid
18	X1.18	0,384	0,324	Valid
19	X1.19	0,607	0,324	Valid
20	X1.20	0,588	0,324	Valid
21	X1.21	0,332	0,324	Valid

Berdasarkan rekapitulasi diatas dapat di jelaskan bahwa pernyataan yang disajikan pada kuesioner variabel kualitas produk (X) sesuai hasil uji validitas pada SPSS maka dari dua puluh satu (21) pernyataan/pernyataan ada dua puluh (20) pernyataan dinyatakan valid, hal ini karena nilai r hitung lebih besar r tabel dan ada pernyataan yang tidak valid yaitu pernyataan ke enam (6), karena nilai r hitung lebih kecil dari r tabel. Maka pernyataan yang tidak valid tersebut dibuang atau tidak digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 7. Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

No.	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1.	Y1.1	0,750	0,324	Valid
2.	Y1.2	0,728	0,324	Valid
3.	Y1.3	0,778	0,324	Valid
4.	Y1.4	0,813	0,324	Valid

5.	Y1.5	0,851	0,324	Valid
6.	Y1.6	0,615	0,324	Valid
7.	Y1.7	0,550	0,324	Valid
8.	Y1.8	0,598	0,324	Valid
9.	Y1.9	0,563	0,324	Valid

Berdasarkan rekapitulasi diatas dapat di jelaskan bahwa pernyataan yang disajikan pada kuesioner variabel kepuasan konsumen (Y) sesuai uji validitas pada SPSS maka ada sembilan pernyataan/pernyataan pada variabel ini dinyatakan valid, hal ini karena r hitung lebih besar dari r tabel.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kehandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS.20. memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic yang apabila *cronbach alpha* > 0,60, maka kuesiner pada variable dinyatakan reliable. Adapun hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap instrument pada penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	21

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	9

Dari tabel tersebut dijelaskan bahwa hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa data pada penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

3.5. Hasil Analisis Linear Regresi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Untuk menjawab hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya maka didapat hasil pengelohan data dengan menggunakan pengujian spss versi.20.

a. Uji T

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen) secara parsial.

Tabel 10. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	6.964	4.496		1.549	.131
1 kualitas produk	.337	.076	.612	4.446	.000

a. *Dependent Variable: kepuasan konsumen*

Dari hasil pengujian dengan SPSS menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan perolehan nilai t hitung = 4,446 > t table = 2,034 dengan tingkat signifikansi 0,000, dimana tingkat signifikannya lebih rendah dari 0,05. Hal ini berarti kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Golden & Cake Kota Palopo. Itu berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima atau terbukti. Dari hasil pengolahan data juga dapat dijelaskan persamaan linear sederhana. Maka diperoleh sebuah persamaan regresi linear sederhana, sebagaimana persamaan regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = 6,964 + 0,337X$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut di atas maka dapat diberikan penjelasan bahwa :

- 1) $a = 6,964$ yang merupakan nilai konstanta, artinya dengan tidak adanya kualitas produk, maka nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 6,964.
 - 2) $b = 0,337$ yang menunjukkan koefisien regresi variabel kualitas produk (X), artinya jika kualitas produk meningkat satu unit, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,337.
- b. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut tabel hasil uji determinasi pada penelitian ini yaitu :

Tabel 11. Hasil Pengujian Analisis Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 ^a	.375	.356	4.339

a. *Predictors: (Constant), kualitas produk*

Berdasarkan tabel model summary menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,375 hal ini berarti bahwa variabel bebas (kualitas produk) mempunyai kontribusi atau berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) sebesar 37,5% sedangkan sisanya (100% - 37,5% = 62,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.6. Pembahasan

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Golden & Cake Kota Palopo. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen, tentu akan mampu menumbuhkan perasaan puas dalam diri konsumen sehingga

membuat konsumen untuk kembali mengkonsumsi produk dan bahkan rela merekomendasikan produk pada Toko Golden & Cake Kota Palopo. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kualitas produk merupakan hal yang paling elementer bagi pihak Toko Golden & Cake Kota Palopo untuk menentukan keberhasilannya dalam memberi kepuasan kepada konsumen dan juga kualitas produk merupakan salah satu tolak ukur yang digunakan oleh pihak manajemen dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

Dengan penyediaan kualitas produk yang baik, akan mendorong konsumen yang ada pada Toko Golden & Cake untuk datang dan pada akhirnya merasa terpuaskan dengan kualitas produk yang terjamin. Konsumen adalah orang yang menerima hasil pekerjaan (produk) pelaku bisnis, maka konsumenlah yang menentukan kualitas suatu produk. Kualitas produk dalam usaha toko kue dapat dilihat dari kinerja, fitur, daya tahan, estetika, kualitas, keandalan dan kesesuaian spesifikasi yang terkandung dalam produk. Namun bagi Toko Golden & Cake merasa dalam menumbuhkan perasaan puas didalam diri konsumennya tidaklah mudah, Jika kualitas dari produk berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Jika kualitas dari produk melebihi harapan maka konsumen akan sangat senang atau puas. Harapan-harapan konsumen ini dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat mengkonsumsi produk tersebut, seperti kualitas, omongan-omongan orang lain, dan informasi yang dijanjikan oleh perusahaan yang menghasilkan produk tadi.

Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2011) bahwa kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Begitu pula menurut Assauri (2012), yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Majid (2019) yang berjudul pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Tempe Barokah Di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah dalam perspektif ekonomi Islam. Dimana berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi besarnya tingkat kepuasan konsumen dan oleh Sulistyaningrum (2014) dengan judul pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen di restoran koki tappanyaki express, dimana menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di restoran Koki Tappanyaki Expres.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Golden & Cake Kota Palopo, artinya bahwa kualitas produk memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen, semakin bagus kualitas produk pada Toko & Cake Kota Palopo maka konsumen akan semakin puas. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa indikator kinerja pada variabel kualitas produk yang menjadi inikator terendah maka Manajemen Toko Golden & Cake Kota Palopo harus meningkatkan kualitas produknya terutama pada kinerja produknya yang menjadi indikator terendah pada kualitas produk seperti membuat produk yang baik untuk kesehatan, ukuran yang cocok untuk digunakan di berbagai acara. Agar konsumen dapat merasa puas terhadap kinerja yang dihasilkan oleh produk.

5. Daftar Pustaka

- Asriandi, A., Gani, M. U., & Hasbi, A. M. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan PT. Industri Kapal Indonesia (Persero) Makassar. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 1(2), 1-13.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: (ID) Rajawali Gramedia Pustaka Utama.
- Buttle. (2012). *Customer Relationship Management*. London: (ID) Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Didiharyono, D. (2016). Penerapan Metode Statistical Processing Control Untuk Menganalisis Pengendalian Kualitas Produk pada PT. Asera Tirta Posidonia (No. v4fx6). *Center for Open Science. Jurnal Equilibrium* 2(4), 325-332
- Didiharyono, D., Marsal, M., & Bakhtiar, B. (2018). Analisis Pengendalian Kualitas Produksi Dengan Metode Six-Sigma Pada Industri Air Minum PT Asera Tirta Posidonia, Kota Palopo. *Sainsmat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pengetahuan Alam*, 7(2), 163-176.
- Fisu, A. A., Didiharyono, D., & Bakhtiar, B. (2020). Economic & Financial Analysis of Tarakan Fishery Industrial Estate Masterplan. In *International Conference on Environment and Technology. IOP Conference Series* (Vol. 469), 1-7.
- Griffin, (2010). *Customer Loyalty*. Terjemahan Dwi Kartini Yahya. Jakarta : (ID) Erlanga.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31-40.
- Hawkins, & David. (2016). *Consumer Behaviour*. New York : (ID) McGraw-Hill
- Irwan, I., & Haryono, D. (2015). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif)*. Bandung: PT. Alfabeta
- Isfahila, A., & Fatimah, F. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupioady, R. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori & Praktik*. Jakarta : (ID) Salemba Empat.
- Majid, A. (2019). *Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Tempe Barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah dalam perspektif ekonomi islam* (Skripsi UIN Raden Intan Lampung).
- Nurjannah, N., & Sari, R. I. (2018). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Bahan Bangunan Pada Toko Sri Rejeki Di Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 1(1), 102-111.
- Sarifuddin, T., & Isra, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kentucky Fried Chicken Cabang Palu Grand Mall. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 2(1), 1-2.
- Sulaiman, B. (2018). Teknik Pengendalian Kualitas Produk Untuk Meningkatkan Laba. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 1(2), 67-80.

Sulistyaningrum, U. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Koki Tappanyaki Expres* [Skripsi]. Yogyakarta (ID): Universitas Negeri Yogyakarta.

Tjiptono, (2008). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: (ID) Andi Offset.



Pengaruh Struktur Kepemilikan, Profitabilitas, Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal Dengan Leverage Sebagai Variabel Moderasi

Dodi Suryadi^{1,*}, Ilham Irwandi¹

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

*Correspondent Email : dodisuryadi@upiypkt.ac.id

Article History:

Received: 04-02-2021; Received in Revised: 12-02-2021; Accepted: 18-02-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.641>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan, profitabilitas, dan pertumbuhan aktiva terhadap struktur modal dengan leverage sebagai variabel moderating studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dibursa efek Indonesia 2014-2018. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Hasil penelitian adalah secara parsial variabel struktur kepemilikan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap struktur modal. Secara parsial variabel pertumbuhan aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal. Secara parsial variabel yang struktur kepemilikan, profitabilitas, dan pertumbuhan aktiva terhadap struktur modal yang di moderasi oleh leverage tidak mampu mempengaruhi hubungan variable tersebut. Secara simultan variable struktur kepemilikan profitabilitas dan pertumbuhan aktiva terhadap struktur modal mampu di perkuat oleh variabel leverage.

Kata Kunci: Leverage, Pertumbuhan Aktiva, Profitabilitas, Struktur Kepemilikan, Struktur Modal

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of ownership structure, profitability, and asset growth on capital structure with leverage as a moderating variable of empirical studies on manufacturing companies listed on the Indonesian Stock Exchange in 2014-2018. Analysis of the data in this study used regression to determine the effect of related variables in the study. The results of the research are that partially ownership structure and profitability variables have no effect on capital structure. Partially the asset growth variable has a positive and significant effect on capital structure. Partially, the variables of ownership structure, profitability, and growth of assets to capital structure moderated by leverage are not able to influence the relationship of these variables. Simultaneously the ownership structure, profitability and asset growth variables of the capital structure are able to be strengthened by the leverage variable.

Keywords: Asset Growth, Capital Structure, Leverage, Ownership Structure, Profitability

1. Pendahuluan

Pada era modern saat sekarang ini, pasar modal merupakan bagian dari bentuk perkembangan zaman dalam proses menanamkan modal ke perusahaan. Di Indonesia, pasar modal telah ada dari zaman penjajahan kolonial Belanda dan hingga sekarang masih terus berkembang. Dengan adanya pasar modal, maka akan memudahkan perusahaan dalam mencari dana dari para investor yang akan digunakan baik untuk jangka pendek, menengah maupun jangka panjang. Melalui kegiatan pasar modal, perusahaan dapat memperoleh dana untuk membiayai kegiatan operasional dan perluasan perusahaan. Salah satu jenis perusahaan yang ada dalam pasar modal adalah perusahaan manufaktur. Di Indonesia perusahaan manufaktur dapat berkembang pesat, hal ini terlihat dari jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari periode ke periode paling banyak jika dibandingkan dengan perusahaan lain.

Sebagian besar perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, struktur modalnya lebih banyak menggunakan modal sendiri daripada utang jangka panjang. Semakin kecil hutang akan menyebabkan semakin kecil risiko yang harus dihadapi perusahaan, antara lain kesulitan keuangan, kegagalan membayar bunga dan pokok pinjaman sampai kebangkrutan. Salah satu keputusan penting yang harus dilakukan manajer dalam kaitannya dengan kelangsungan dan ekspansi operasi perusahaan adalah keputusan pendanaan atau keputusan struktur modal. Dalam menjalankan kegiatan perusahaan, diperlukan pengoptimalan modal untuk membiayai aktivitas perusahaan, baik aktivitas operasional maupun investasi. Struktur modal yang optimal dapat diartikan sebagai struktur modal yang dapat meminimalkan biaya penggunaan modal keseluruhan atau biaya modal rata-rata (Amiruddin & Mursida, 2018).

Masalah struktur modal merupakan masalah penting bagi setiap perusahaan, karena baik buruknya struktur modal perusahaan akan mempunyai efek langsung terhadap posisi finansialnya (Suprantiningrum, 2016). Salah satu bentuk struktur modal yang tidak baik adalah, ketika perusahaan memiliki hutang yang besar sehingga memberikan dampak atau beban yang berat kepada perusahaan. Struktur modal merupakan hal yang penting bagi keberlangsungan usaha suatu perusahaan karena aktivitas dan perkembangan perusahaan diawali dengan adanya modal (Wardani & Dewi, 2015). Perusahaan dalam menentukan struktur modalnya akan sangat memperhitungkan laba rugi yang akan didapatkan jika mereka menambah jumlah hutangnya. Struktur modal besar yang diperoleh dari utang menandakan resiko kegagalan perusahaan untuk membayar utang-utangnya. Semakin besar maka investor memandang ini sebagai resiko yang dapat menyebabkan turunnya harga saham. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi struktur modal yaitu, struktur kepemilikan, profitabilitas, pertumbuhan aktiva dan *leverage*.

Untuk mengelola perusahaan, maka perlu adanya struktur kepemilikan yang baik. Tujuannya adalah agar perusahaan mendapatkan pengawasan sehingga tidak keluar dari koridor yang diharapkan. Dengan adanya pengawasan, tentu mampu meningkatkan struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan. Struktur kepemilikan menjadi penting dalam teori keagenan karena sebagian besar argumentasi konflik keagenan disebabkan oleh adanya pemisahan kepemilikan dan pengelolaan (Primadhanny, 2016).

Selain itu, profitabilitas juga mampu meningkatkan struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang memengaruhi struktur modal suatu perusahaan. Profitabilitas adalah tolak ukur sebuah perusahaan dalam mencari keuntungan dari modal atau dana yang mereka investasikan dalam suatu penjualan. Profitabilitas yang tinggi akan menunjukkan keberhasilan perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa laba yang dihasilkan juga tinggi, sehingga mengakibatkan tingginya laba ditahan. Rasio profitabilitas dianggap sebagai alat yang paling valid dalam mengukur hasil pelaksanaan operasi perusahaan, karena rasio profitabilitas merupakan alat pembanding pada berbagai alternatif investasi yang sesuai dengan tingkat resiko (Bakhtiar, 2018). Dengan demikian, hal tersebut mampu mempengaruhi struktur modal dari perusahaan.

Selanjutnya, yang mampu mempengaruhi struktur modal adalah rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2016). Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ROA sebagai variabel profitabilitas. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal karena dana internal tidak cukup untuk menumbuhkan perusahaan dan pembiayaan hutang merupakan salah satu pilihan untuk menumbuhkan perusahaan kedepannya (Saleem et al., 2013). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alzomaia, 2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal.

Pertumbuhan aktiva yang tinggi dapat diartikan bahwa perusahaan cenderung menggunakan utang yang relatif sedikit. Pertumbuhan aktiva dalam *packing order theory* memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pendanaan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan aktiva yang cepat harus lebih banyak mengandalkan pada dana eksternal (Brigham, Eugene F dan Houston, 2006). Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka semakin besar kebutuhan dana untuk pembiayaan ekspansi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Finky et al., 2013) menemukan bahwa pertumbuhan aktiva berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal,

Selain itu, yang mampu mempengaruhi struktur modal adalah *leverage*. Tingkat sampai sejauh mana sekuritas dengan laba tetap (utang dan saham preferen) digunakan dalam struktur modal suatu perusahaan (Brigham, Eugene F dan Houston, 2006). Sedangkan menurut (Fahmi, 2015) *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang. Penelitian ini menggunakan indikator DAR (*debt to asset ratio*). Berdasarkan hasil penelitian (Ludijanto, 2014) DAR memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. (Afrinda, 2013) menyatakan *leverage* yang diukur menggunakan DAR berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dari penjelasan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh struktur kepemilikan, profitabilitas, pertumbuhan aktiva terhadap struktur modal yang di moderasi oleh *leverage* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2014-2018. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah struktur kepemilikan (X1), profitabilitas (X2), dan pertumbuhan aktiva (X3) dimana

struktur modal (Y) dengan *leverage* moderasi. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan sumber data yang digunakan yaitu data sekunder. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 104 perusahaan periode 2014-2018. Penelitian ini menggunakan estimasi regresi data panel, dengan pendekatan yang digunakan untuk estimasi model regresi data panel yaitu *common effect*, *fixed effect* dan *random effect* dengan melakukan 3 uji yaitu, uji *chow*, uji *hausman* dan uji *lagrange multiplier*. Dalam penelitian ini, uji hipotesis yang dilakukan adalah uji t, uji F dan uji R². Adapun indikator yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Indikator Variabel

No	Variabel	Jenis Variabel	Indikator
1	Struktur Modal	Dependent	$DER = \frac{\text{Tot hutang}}{\text{Tot ekuitas}} \times 100\%$
2	Struktur Kepemilikan	Independent	$KI = \frac{\text{Tot saham Inst}}{\text{Tot saham Beredar}} \times 100\%$
3	Profitabilitas	Independent	$ROA = \frac{EBIT}{\text{Total Assets}} \times 100\%$
4	Pertumbuhan Aktiva	Independent	$PA = \frac{\text{Tot asset Pr.t} - \text{Tot asset Pr.t-1}}{\text{Tot asset Pr.t-1}}$
5	Leverage	Moderasi	$DAR = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil Regresi Data Panel

Hasil Regresi Data Panel Dengan Model *Random Effect* Persamaan I ditunjukkan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Regresi Data Panel Model *Random Effect* Persamaan I

Dependent Variable: Y_DER?
 Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 08/30/19 Time: 01:14
 Sample: 1 5
 Included observations: 5
 Cross-sections included: 104
 Total pool (balanced) observations: 520
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.938434	0.225944	4.153399	0.0000
X1_KI?	0.002740	0.002802	0.978031	0.3285
X2_ROA?	0.007515	0.005936	1.266014	0.2061
X3_PA?	0.004876	0.001047	4.656160	0.0000
Random Effects (Cross)				

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		1.149068	0.7524
Idiosyncratic random		0.659217	0.2476
Weighted Statistics			
R-squared	0.046792	Mean dependent var	0.302191
Adjusted R-squared	0.041250	S.D. dependent var	0.673292
S.E. of regression	0.659259	Sum squared resid	224.2652
F-statistic	8.443364	Durbin-Watson stat	1.385112
Prob(F-statistic)	0.000017		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.013614	Mean dependent var	1.215981
Sum squared resid	903.3532	Durbin-Watson stat	0.343866

Sumber :Regresi data panel olahan eviews 10

Dari pengolahan data statistic diatas, maka diperoleh persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$Y=0.938434 + 0.002740(X1) + 0.007515(X2) + 0.004876(X3)$$

Dari persamaan regresi berganda diatas dapat disimpulkan bahwa:

- Dari hasil regresi berganda diatas dapat dilihat bahwa nilai konstanta 0.938434, artinya struktur kepemilikan (X1), *profitabilitas* (X2), dan pertumbuhan aktiva (X3) bernilai nol atau tetap maka struktur modal terhitung nilainya adalah 0.938434 satu satuan bobot.
- Variabel struktur kepemilikan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0.002740, artinya struktur kepemilikan meningkat sebesar satu satuan bobot dengan asumsi *profitabilitas* (X2) dan pertumbuhan aktiva (X3 bernilai nol atau tetap maka struktur modal terhitung akan mengalami peningkatan sebesar 0.002740 satu satuan bobot.
- Variabel *profitabilitas* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0.007525, artinya *profitabilitas* (X2) meningkat sebesar satu satuan bobot dengan asumsi struktur kepemilikan (X1) dan pertumbuhan aktiva (X3 bernilai nol atau tetap maka struktur modal terhitung akan mengalami peningkatan sebesar 0.007525 satu satuan bobot.
- Variabel pertumbuhan aktiva (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0.004876, artinya pertumbuhan aktiva meningkat meningkat sebesar satu satuan bobot dengan asumsi struktur kepemilikan (X1) dan pertumbuhan aktiva (X3 bernilai nol atau tetap maka struktur modal terhitung akan mengalami peningkatan sebesar 0.004876 satu satuan bobot.

Hasil Regresi Data Panel Dengan Model *Random Effect* Persamaan II ditunjukan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Regresi Data Panel Model *Random Effect* Persamaan II

Dependent Variable: Y_DER?
 Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 08/30/19 Time: 23:28
 Sample: 1 5
 Included observations: 5
 Cross-sections included: 104
 Total pool (balanced) observations: 520
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.934248	0.456996	2.044325	0.0414
X1_KI?	0.003594	0.006254	0.574608	0.5658
X2_ROA?	0.009596	0.009870	0.972216	0.3314
X3_PA?	-0.001186	0.004339	-0.273239	0.7848
Z_DAR?	-0.000892	0.790240	-0.001129	0.9991
X1_KI_Z_DAR?	-0.001442	0.011117	-0.129695	0.8969
X2_ROA_Z_DAR?	-0.007147	0.019346	-0.369447	0.7119
X3_PA_Z_DAR?	0.011769	0.008114	1.450415	0.1476
Random Effects (Cross)				
Effects Specification				
		S.D.	Rho	
Cross-section random		1.159266	0.7551	
Idiosyncratic random		0.660187	0.2449	
Weighted Statistics				
R-squared	0.051239	Mean dependent var	0.300109	
Adjusted R-squared	0.038267	S.D. dependent var	0.672411	
S.E. of regression	0.659420	Sum squared resid	222.6356	
F-statistic	3.950135	Durbin-Watson stat	1.402326	
Prob(F-statistic)	0.000325			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.014047	Mean dependent var	1.215981	
Sum squared resid	902.9562	Durbin-Watson stat	0.345762	

Sumber : Regresi data panel olahan eviews 10

Data pengolahan data statistik diatas, maka diperoleh persamaan regresi data panel sebagai berikut :

$$Y = 0.934248 + 0.003594 (\text{KI}) + 0.009598 (\text{ROA}) + -0.001186 (\text{PA}) + -0.000892 (\text{DAR}) + -0.001442 (\text{KI}_\text{DAR}) + -0.007147 (\text{ROA}_\text{DAR}) + -0.011769 (\text{PA}_\text{DAR})$$

Dari pengolahan data statistik diatas maka diperoleh persamaan regresi data panel sebagai berikut:

- Dari hasil analisis regresi berganda terlihat bahwa nilai koefisien 0.934248, Artinya struktur kepemilikan(X1), *profitabilitas* (X2) dan pertumbuhan aktiva(X3), struktur kepemilikan yang dimoderasi *Leverage* (X1_KI_Z_DAR), *profitabilitas* yang dimoderasi *leverage* (X2_ROA_Z_DAR), struktur modal yang dimoderasi *leverage* (X3_PA_Z_TAG) bernilai nol atau tetap maka nilai perusahaan terhitung nilainya adalah sebesar 0.934248 satu satuan bobot.
- Variabel struktur kepemilikan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0.003594. Artinya struktur kepemilikan meningkat sebesar satu satuan bobot dengan asumsi *profitabilitas* (X2), dan pertumbuhan aktiva (X3). Struktur kepemilikan yang dimoderasi *leverage* (X1_KI_Z_DAR), *profitabilitas* yang dimoderasi *leverage* (X2_ROA_Z_DAR), dan pertumbuhan aktiva yang dimoderasi (X3_PA_Z_DAR) bernilai nol atau tetap maka nilai perusahaan tehitung akan mengalami peningkatan sebesar 0.003594 satu satuan bobot.

- c. Variabel *profitabilitas* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0.009596. Artinya jika variabel *profitabilitas* meningkat sebesar satu satuan bobot dengan asumsi struktur kepemilikan (X1) dan pertumbuhan aktiva (X3). Struktur kepemilikan yang dimoderasi *leverage* (X1_KI_Z_DAR), *profitabilitas* yang dimoderasi *leverage* (X2_ROA_Z_DAR), dan pertumbuhan aktiva yang dimoderasi *leverage*(X3_PA_Z_DAR) bernilai nol atau tetap maka nilai perusahaan terhitung akan mengalami peningkatan sebesar 0.009596 satu satuan bobot..
- d. Pertumbuhan aktiva(X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0.001186. Artinya jika variabel pertumbuhan aktiva meningkat sebesar satu satuan bobot dengan asumsi struktur kepemilikan(X1) dan *profitabilitas* (X2). Struktur kepemilikan yang dimoderasi *leverage*(X1_KI_Z_DAR), *profitabilitas* yang dimoderasi oleh *leverage*(X2_ROA_Z_DAR), dan pertumbuhan aktiva yang dimoderasi *leverage*(X3_PA_Z_DAR) bernilai nol atau tetap maka nilai perusahaan terhitung akan mengalami peningkatan sebesar 0.001186 satu satuan bobot.
- e. Struktur kepemilikan yang dimoderasi *leverage*(X1_KI_Z_DAR) memiliki koefisien regresi sebesar -0.001442. Artinya struktur kepemilikan (X1), *profitabilitas* (X2) dan *pertumbuhan aktiva* (X3), *profitabilitas* yang dimoderasi *leverage*(X2_ROA_Z_DAR), dan pertumbuhan aktiva yang dimoderasi *leverage*(X3_PA_Z_DAR) bernilai nol atau tetap maka nilai perusahaan terhitung akan mengalami penurunan sebesar -0.00142 satu satuan bobot.
- f. *Profitabilitas* yang dimoderasi *leverage* (X2_PER_Z_TAG) memiliki koefisien regresi sebesar-0.007147. Artinya struktur kepemilikan (X1), *profitbalitas*(X2), pertumbuhan aktiva(X3), struktur kepemilikan yang dimoderasi *leverage* (X1_KI_Z_DAR) dan pertumbuhan aktiva yang dimoderasi *leverage*(X3_PA_Z_DAR) bernilai nol atau tetap maka nilai perusahaan terhitung akan mengalami penurunan sebesar -0.007147 satu satuan bobot.
- g. Pertumbuhan aktiva yang dimoderasi *leverage*(X3_PA_Z_DAR) memiliki koefisien regresi sebesar -0.011769. Artinya struktur kepemilikan(X1), *profitabilitas* (X2), pertumbuhan aktiva(X3) struktur kepemilikan yang dimoderasi *leverage*(X1_KI_Z_DAR) dan *profitabilitas* yang dimoderasi *leverage*(X2_ROA_Z_DAR) bernilai nol atau tetap maka nilai perusahaan terhitung akan mengalami penurunan sebesar -0.011769 satu satuan bobot.

Uji Hipotesis

Hasil ringkasan regresi dapat dilihat pada Tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4. Interpretasi t, F, dan R²

Keterangan	Persamaan I		Persamaan II	
	Coefficient	Probability	Coefficient	Probability
C	0.938434	0.0000	0.934248	0.0414
X1_KI	0.002740	0.3285	0.003594	0.5658
X2_ROA	0.007515	0.2061	0.009596	0.3314
X3_PA	0.004876	0.0000	-0.001186	0.7848
Z_DAR	-	-	-0.000892	0.9991
X1_KI_Z	-	-	-0.001442	0.8969
X2_ROA_Z	-	-	-0.007147	0.7119
X3_PA_Z	-	-	0.011769	0.1476
Prob. F	-	0.000017	-	0.000325
R ²	-	0.046792	-	0.051239

Sumber : Regresi data panel olahan eviews 10

Uji t

Dari tabel 4 pada kolom persamaan I menyimpulkan bahwa konstanta sebesar 0.938434, X1 dengan nilai probability 0.3285, X2 dengan nilai probability 0.2061 dan nilai X3 probability 0.0000, uji F memiliki nilai 0.000017, nilai R-square sebesar 0.046792 yang artinya 4,67% variabel Independen berkontribusi terhadap variabel dependen.

Pada kolom persamaan II bahwa nilai konstanta sebesar 0.934248 dengan X1 memiliki nilai probability 0.5658, X2 memiliki nilai probability 0.3314, X3 memiliki nilai 0.7848. Hasil uji f memiliki nilai sebesar 0.000325. Z_DAR memiliki nilai probability 0.9991, X1_KI_Z memiliki nilai probability 0.8969, X2_ROA_Z memiliki nilai probability 0.7119, X3_PA_Z memiliki nilai probability 0.1476 dan nilai R-square sebesar 0.051239 yang artinya 5,12% variabel independen berkontribusi terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil olahan data statistik pada tabel 4 maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah Struktur Kepemilikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal. Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel Struktur Kepemilikan memiliki nilai sig $0.3285 > 0.05$ dimana koefisien (β) sebesar 0.002740. Artinya, hal ini menunjukkan bahwa variabel Struktur Kepemilikan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Dengan demikian hipotesis pertama ditolak.
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal. Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel *Profitabilitas* memiliki nilai sig. $0.2061 > 0.05$ dimana (β) sebesar 0.007515. Artinya, hal ini menunjukkan bahwa variabel *Profitabilitas* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Dengan demikian hipotesis kedua ditolak.
3. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah Pertumbuhan Aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal. Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel Pertumbuhan Aktiva memiliki nilai sig. $0.0000 < 0.05$ dimana (β) sebesar 0.004876.

- Artinya, hal ini menunjukkan bahwa variabel Pertumbuhan Aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.
4. Hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah Struktur Kepemilikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal. Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel Struktur Kepemilikan memiliki nilai $0.5658 > 0.05$ dimana koefisien (β) sebesar 0.003594. Artinya, hal ini menunjukkan bahwa variabel Struktur Kepemilikan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Dengan demikian hipotesis kelima ditolak.
 5. Hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal. Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel *Profitabilitas* memiliki nilai $0.3314 > 0.05$ dimana koefisien (β) sebesar 0.009596. Artinya, hal ini menunjukkan bahwa variabel *Profitabilitas* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Dengan demikian hipotesis keenam ditolak.
 6. Hipotesis ketujuh dalam penelitian ini adalah Pertumbuhan Aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal. Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel Pertumbuhan Aktiva memiliki nilai $0.7848 > 0.05$ dimana koefisien (β) sebesar -0.001186. Artinya, hal ini menunjukkan bahwa variabel Pertumbuhan Aktiva berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Dengan demikian hipotesis ketujuh ditolak.

Uji F

Berdasarkan hasil olahan data statistik pada Tabel 4 maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji statistik F Persamaan I, tabel Interpretasi t, f dan R^2 output dari hasil estimasi model *Fixed effect* di atas, output regresi menunjukkan nilai signifikansi $0.000017 < 0,05$ (5%), maka tolak H_0 terima H_4 sehingga dapat disimpulkan Struktur Kepemilikan, Profitabilitas dan Pertumbuhan Aktiva secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal
2. Berdasarkan hasil uji statistik F Persamaan II, table Interpretasi t, f dan R^2 output dari hasil estimasi model *Fixed effect* di atas, output regresi menunjukkan nilai signifikansi $0.000325 < 0,05$ (5%), maka tolak H_0 terima H_8 sehingga dapat disimpulkan Struktur Kepemilikan, Profitabilitas dan Pertumbuhan Aktiva yang dimoderasi oleh *Leverage* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil olahan data statistik pada tabel 4 maka dapat dilihat koefisien determinasinya adalah sebagai berikut :

1. Hasil estimasi dengan menggunakan *Eviews10* pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai R^2 yang diperoleh sebesar 0.046792. Hal ini mengindikasi bahwa kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 4,67% dan sebesar 95,33% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam model pada penelitian ini.
2. Hasil estimasi moderasi dengan menggunakan *Eviews10* pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai R^2 yang diperoleh sebesar 0.051239. Hal ini mengindikasi bahwa kontribusi

variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 5,12% dan sebesar 94,88% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam model pada penelitian ini.

Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Struktur Modal

Dari hasil analisis data statistik pada tabel 4 dapat dilihat bahwa Struktur Kepemilikan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Sehingga hipotesis pertama ditolak. Variabel Struktur Kepemilikan memiliki nilai signifikan $0.3285 > 0,05$ dimana koefisien (β) sebesar 0.002740. Artinya besar atau kecilnya tingkat dari struktur kepemilikan dari institusi tidak akan mempengaruhi tingkat struktur modal perusahaan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Primadhanny, 2016) mengatakan bahwa suatu perusahaan yang memiliki tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic manager*. Semakin besar kepemilikan oleh investor institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen terutama dalam pengambilan keputusan mengenai utang.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Struktur Modal

Dari hasil analisis data statistik pada tabel 4 dapat dilihat bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Sehingga hipotesis pertama ditolak. Variabel Struktur Kepemilikan memiliki nilai signifikan $0.2061 > 0,05$ dimana koefisien (β) sebesar 0.007515. Dapat disimpulkan bahwa, tingkat profitabilitas yang semakin kecil tidak mampu mempengaruhi struktur modal. Sebaliknya, jika profitabilitas semakin besar, maka akan meningkatkan keadaan struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Sudiartha, 2017) Semakin tinggi profitabilitas, maka akan semakin besar laba yang ditahan tetapi akan diimbangi dengan utang yang tinggi karena prospek perusahaan dianggap sangat bagus. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan dapat terjadi karena perusahaan yang melakukan ekspansi yang membutuhkan banyak dana untuk mendorong peningkatan laba di masa yang akan datang.

Pengaruh Pertumbuhan Aktiva terhadap Struktur Modal

Dari hasil analisis data statistik pada tabel 2 dapat dilihat bahwa Pertumbuhan Aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal. Sehingga hipotesis pertama diterima. Variabel Struktur Kepemilikan memiliki nilai signifikan $0.0000 < 0,05$ dimana koefisien (β) sebesar 0.004876. Artinya besar atau kecilnya tingkat dari Pertumbuhan Aktiva dapat berpengaruh terhadap struktur modal. Dengan meningkatnya pertumbuhan aktiva akan menyehatkan keadaan dari modal yang dimiliki perusahaan, sebaliknya jika pertumbuhan aktiva kecil maka akan membebani modal yang dimiliki perusahaan.

Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suprantiningrum, 2016) bahwa pertumbuhan aktiva tidak berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan, hal ini disebabkan karena rata-rata perusahaan yang diteliti memiliki tingkat pertumbuhan aktiva yang rendah dan cenderung mengalami penurunan, sehingga tidak mempengaruhi besar kecilnya struktur modal perusahaan.

Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Struktur Modal dengan *Leverage* Sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan data statistik pada tabel 4 Struktur Kepemilikan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel Struktur Kepemilikan yang dimoderasi oleh *Leverage* memiliki nilai $0.8969 > 0.05$ dimana koefisien (β) sebesar -0.001442 . Hal ini menunjukkan bahwa Struktur Kepemilikan yang dimoderasi *Leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan. Hipotesis keempat ditolak. Artinya, dengan adanya variabel *leverage*, tidak mampu mempengaruhi hubungan antara struktur kepemilikan dengan struktur modal.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Struktur Modal dengan *Leverage* Sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan data statistik pada tabel 4 Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel Profitabilitas yang dimoderasi oleh *Leverage* memiliki nilai $0.7119 > 0.05$ dimana koefisien (β) sebesar -0.007147 . Hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas yang dimoderasi *Leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan. Hipotesis kelima ditolak. Artinya, dengan adanya variabel *leverage*, tidak mampu mempengaruhi hubungan antara struktur kepemilikan dengan struktur modal.

Pengaruh Pertumbuhan Aktiva Terhadap Struktur Modal dengan *Leverage* Sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan data statistik pada tabel 4 Pertumbuhan Aktiva berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel Pertumbuhan Aktiva yang dimoderasi oleh *Leverage* memiliki nilai $0.1476 > 0.05$ dimana koefisien (β) sebesar 0.011769 . Hal ini menunjukkan bahwa Pertumbuhan Aktiva yang dimoderasi *Leverage* berpengaruh positif tidak signifikan. Hipotesis keenam ditolak. Artinya, dengan adanya variabel *leverage*, tidak mampu mempengaruhi hubungan antara struktur kepemilikan dengan struktur modal.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini Struktur Kepemilikan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal dengan tingkat signifikan sebesar $0.5658 > 0.05$. Profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal dengan tingkat signifikan sebesar $0.3314 > 0.05$. Pertumbuhan Aktiva berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal dengan tingkat signifikan $0.7848 > 0.05$. Secara simultan ketiga variabel independen yaitu Struktur Kepemilikan, Profitabilitas dan Pertumbuhan Aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000017 < 0.05$. Sedangkan nilai R-Square (R^2) sebesar 0.046792 atau 4,67 % yang artinya model regresi ini menyimpulkan variabel independen dapat menjelaskan variabel Struktur Modal sebagai variabel dependen terkait perusahaan Manufaktur terdaftar di

BEI sebesar 4,67% sedangkan 95,33 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Struktur Kepemilikan yang dimoderasi *Leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal dengan tingkat signifikan $0.8969 > 0.05$. Profitabilitas yang dimoderasi *Leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal dengan tingkat signifikan $0.7119 > 0.05$. Pertumbuhan Aktiva yang dimoderasi *Leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal dengan tingkat signifikan $0.1476 > 0.05$. Secara simultan ketiga variabel independen yaitu Struktur Kepemilikan, Profitabilitas dan Pertumbuhan Aktiva berpengaruh positif dan signifikan terhadap Struktur Modal dengan *Leverage* sebagai variabel moderasi dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000325 < 0.05$. Sedangkan nilai R-Square (R^2) sebesar 0.051239 atau 5,12 % yang artinya model regresi ini menyimpulkan variabel independen dapat menjelaskan variabel Struktur Modal sebagai variabel dependen terkait perusahaan Manufaktur terdaftar di BEI sebesar 5,12 % sedangkan 94,88 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka saran yang bisa diberikan pada perusahaan yaitu agar lebih mengkaji indikator lain yang dapat menjadi tolak ukur perusahaan untuk mempengaruhi struktur modal perusahaannya sehingga dapat menjaga kelangsungan perusahaan. Sedangkan untuk para investor, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pandangan atau rujukan untuk berinvestasi pada perusahaan, apakah perusahaan tersebut baik atau tidaknya untuk berinvestasi. Disisi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan agar dapat mencari atau menemukan variabel-variabel lain yang mampu memberi pengaruh terhadap struktur modal.

5. Daftar Pustaka

- Afrinda, N. (2013). Analisis Pengaruh Likuiditas dan Solvabilitas terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Palembang. Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya*.
- Alzomaia, T. S. F. (2014). Capital Structure Determinants of Publicly Listed Companies in Saudi Arabia. *The International Journal of Business and Finance Research*, 8(2), 53–67.
- Amiruddin, M., & Mursida, M. (2018). Analisis Struktur Modal Optimal Dalam Meningkatkan Laba Pada Perusahaan Air Minum Tirta Mangkaluku. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 1(2), 14–23.
- Bakhtiar, B. (2018). Analisis Likuiditas, Solvabilitas dan Profitabilitas Keuangan Perusahaan Air Minum PDAM Kabupaten Luwu. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 1(2), 42–49.
- Brigham, Eugene F dan Houston, J. F. (2006). *Manajemen Keuangan* (10 ed.). Salemba Empat.
- Dewi, D. A. I. Y. M., & Sudiartha, G. M. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *E-jurnal Manajemen*, 6(4), 2222–2252.
- Fahmi, I. (2015). *Pengantar Teori Portofolio dan Analisis Investasi : Teori Soal Jawab*.

Alfabeta.

- Finky, U. V., Wijaya, L. I., & Ernawati, E. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Industri Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Periode 2008-2011. *CALYPTRA*, 2(2), 1–13.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- Ludijanto, S. E. (2014). Pengaruh analisis leverage terhadap kinerja keuangan perusahaan (Studi pada perusahaan property dan real estate yang listing di BEI tahun 2010-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Primadhanny, R. (2016). Pengaruh struktur kepemilikan terhadap struktur modal pada perusahaan sektor pertambangan yang tercatat di bei periode 2010-2014. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(3).
- Saleem, F., Rafique, B., Mehmood, Q., Irfan, M., Saleem, R., Tariq, S., & Akram, G. (2013). The Determination of Capital Structure of Oil and Gas Firms Listed on Karachi Stock Exchange in Pakistan. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*, 4(9), 225–235.
- Suprantiningrum, R. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Aktiva Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Perbankan. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 24(2).
- Wardani, A. K., & Dewi, F. R. (2015). Analisis Struktur Modal terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Utama yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 6(2), 134–148.



Pengaruh Perencanaan Pajak dan Beban Pajak Tangguhan terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan IDX BUMN20 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019

Akhsa Gabriella^{1,*}, Valentine Siagian¹

¹ Program Studi Akuntansi, Universitas Advent Indonesia

*Correspondent Email: 1732016@unai.edu

Article History:

Received: 09-02-2021; Received in Revised: 15-02-2021; Accepted: 23-02-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.647>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan mempengaruhi manajemen laba. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan dalam indeks IDX BUMN20 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling dimana jumlah observasi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 80. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, uji-t menunjukkan bahwa kedua variabel yang diteliti, perencanaan pajak maupun beban pajak tangguhan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan BUMN yang terdapat di IDX BUMN20 periode 2016-2019, ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,870 dan 0,402. Secara empiris hasil ini menunjukkan bahwa semakin kecil perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan, maka manajemen laba akan semakin besar, namun tidak menunjukkan signifikansi pada perusahaan IDX BUMN20 di periode 2016-2019. Uji-F yang telah dilakukan juga mendukung hasil ini dengan nilai uji F 0,697.

Kata kunci: Beban Pajak Tangguhan, Manajemen Laba, Perencanaan Pajak

Abstract

The purpose of this study was to determine whether tax planning and deferred tax expense affect earnings management. The population used in this study were companies in the IDX BUMN20 index listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2016-2019. The sampling technique used was purposive sampling technique where the number of observations obtained in this study was 80. Based on the data analysis that has been done, the t-test shows that the two variables studied, tax planning and deferred tax burden have a negative but insignificant effect on earnings management in BUMN companies listed on IDX BUMN20 for the 2016-2019 period, and this is indicated by a significance value of 0.870 and 0.402. Empirically these results indicate that the smaller the tax planning and deferred tax burden, the greater the earnings management, but it does not show any significance for the IDX BUMN20 for the 2016-2019 period. The F-test that has been carried out also supports this result with an F test value of 0.697.

Keywords: Deferred Tax Expenses, Profit Management, Tax Planning.

1. Pendahuluan

Manajemen merupakan seseorang yang dapat mengatur segala sesuatu yang dikerjakan oleh individu atau kelompok. Dilakukannya manajemen ini untuk mencapai target dari individu atau kelompok secara kooperatif menggunakan sumber daya yang ada. Tujuan manajemen untuk mencapai tujuan yang diinginkan adalah mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, karena semakin banyak keuntungan yang diperoleh maka semakin banyak pula bonus yang akan diberikan perusahaan kepada manajemen (Astutik & Mildawati, 2016). Laba adalah kelebihan pendapatan dari jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut (*profit*). Manajemen laba adalah suatu upaya manajer perusahaan yang memengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui sekelompok orang penting di dalam perusahaan yang ingin mengetahui kondisi perusahaan (Sulistyanto, 2008). Konsep tentang manajemen laba bisa dimengerti dengan menggunakan pendekatan teori keagenan (*agency theory*) (Aditama & Purwaningsih, 2014). Teori ini menjelaskan bahwa praktik manajemen laba dapat dipengaruhi oleh konflik manajemen diantara pihak pemegang saham (*principal*). Konflik ini ada saat setiap pihak berusaha untuk mencapai keberhasilan yang diinginkannya.

Manajer perusahaan melakukan manajemen laba melalui laporan laba rugi. Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang paling sering dilihat oleh pihak pengguna. Laporan laba rugi menyajikan informasi yang berkaitan dengan keberhasilan perusahaan yang disampaikan dalam laba atau rugi (Achyani & Lestari, 2019). Laba memperlihatkan bahwa perusahaan telah berhasil mendapatkan dividen melalui kinerja perusahaan. Dividen merupakan laba yang akan dibagi kepada pemegang saham. Maka manajemen perusahaan selalu berupaya untuk menggapai target laba agar memperoleh keuntungan dari apa yang telah mereka lakukan.

Usaha manajemen untuk mencapai keinginannya untuk melakukan manajemen laba dengan membuat beban pajak sekecil mungkin, maka pihak manajemen meminimalkan pembayaran pajak. Upaya untuk meminimalkan beban pajak ini sendiri sering disebut dengan perencanaan pajak (*tax planning*). Perencanaan pajak adalah suatu rencana pengaturan keuangan perusahaan untuk mengurangi kewajiban perpajakan dengan cara mengurangi terutang pajak, pajak penghasilan dan pajak lainnya akan dalam jumlah sekecil mungkin selama tidak melanggar hukum peraturan pajak (Pohan, 2013) (Wahida, 2018). Perencanaan pajak dan manajemen laba bertujuan untuk mencapai laba yang diharapkan dengan mengelola laba dalam laporan keuangan. Berbagai upaya perusahaan untuk menghindari pajak membuktikan bahwa perencanaan pajak merupakan tindakan curang dalam kegiatan operasi perusahaan (*real earnings management*).

Selain perencanaan pajak yang diduga mempengaruhi manajemen laba adalah beban pajak tangguhan. Pajak tangguhan merupakan beban pajak atau *deferred tax expense* yang dapat memberikan pengaruh seperti menambah atau mengurangi beban pajak yang harus dibayar di masa yang akan datang. Menurut Harnanto (2013), beban pajak tangguhan merupakan biaya yang muncul berbeda pada laba dalam laporan keuangan untuk pihak eksternal dengan laba yang digunakan sebagai dasar perhitungan pajak. Perbedaan pada laporan keuangan akuntansi dan fiskal dipicu dalam penyusunan laporan keuangan, standar

akuntansi lebih dikasihkan kelonggaran bagi manajemen dalam menentukan asumsi akuntansi dari pada yang diperbolehkan menurut peraturan pajak. Beban pajak tangguhan itu sendiri bisa membuat perusahaan untuk merekayasa dalam laporan keuangan. Beban pajak tangguhan diatur dalam pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) No. 46 tentang akuntansi pajak penghasilan.

2. Metodologi

Perubahan biaya pajak penghasilan badan tunggal dari tahun 2009 ke tahun 2010 yang berlaku hingga saat ini dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk melaksanakan manajemen laba (Aditama & Purwaningsih 2014) dengan cara mengecilkan laba pajak yang akan mempengaruhi beban pajak perusahaan menjadi kecil. Dengan tujuan pengelola untuk menjadikan beban pajak seminimal mungkin, maka pengelola mengecilkan bayar pajak dengan berbagai usaha. Upaya manajer untuk meminimalkan beban pajak ini sering disebut dengan perencanaan pajak (*tax planning*) (Suandy, 2008). Variabel perencanaan pajak diukur menggunakan rumus *tax retention rate* (tingkat retensi pajak) yang menganalisis suatu ukuran dari efektifitas manajemen pajak pada laporan keuangan perusahaan tahun berjalan. Rumus *tax retention rate* adalah (Sumomba & Hutomo, 2012).

$$TRR_{it} = \frac{Net\ Income_{it}}{Pretax\ Income\ (EBIT)_{it}}$$

Keterangan:

TRR_{it} : *Tax Retention Rate* (tingkat retensi pajak) perusahaan i pada tahun t.
 $Net\ Income_{it}$: laba bersih perusahaan i pada tahun t.
 $Pretax\ Income\ (EBT)_{it}$: Laba sebelum pajak perusahaan i pada tahun t.

H1 : Perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Laba yang diserahkan oleh pihak manajemen tidak hanya untuk tanggung jawab kepada stakeholder saja tetapi untuk kepentingan otoritas pajak juga (Baraja dkk., 2019). Jika laba yang diserahkan dalam laporan oleh pihak manajemen banyak maka akan menjadi berita yang baik untuk pihak otoritas pajak, karena dasar dalam menghitung beban pajak adalah laba yang diperoleh perusahaan. Bila laba yang diperoleh banyak, maka beban pajak pun akan bertambah banyak sehingga dapat mengurangi laba yang akan diperoleh oleh perusahaan. Setiap peningkatan beban pajak tangguhan, maka perusahaan menjalankan manajemen laba agar perusahaan memperoleh peningkatan pada laba. Beban pajak tangguhan berpengaruh dalam melacak rekayasa akrual untuk mengecilkan pajak dalam manajemen laba.

Phillips dkk dalam Sumomba dan Hutomo (2012), menyatakan bahwa rumus besaran *deferred tax expense* (dalam penelitian ini dinyatakan dengan Besaran Beban Pajak Tangguhan) adalah sebagai berikut:

$$DTE_{it} = \frac{BBPT_{it}}{Total\ Asset\ t - 1}$$

Keterangan:

$BBPT_{it}$ = Besaran Beban Pajak Tangguhan perusahaan i pada tahun t.
 $Total\ Asset_{t-1}$ = Total asset perusahaan pada 1 tahun sebelum tahun t

H2 : Beban Pajak Tangguhan berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba

Perusahaan ingin jumlah tarif yang ditanggung tidak besar supaya perusahaan bisa dapat keuntungan laba yang banyak. Laba usaha yang banyak akan menjadikan pemilik perusahaan komersial. Sebagai pihak yang bertanggung jawab mengusahakan laba yang tinggi untuk memperoleh bonus yang akan ditawarkan pemilik perusahaan jika manajer mampu menggapai target yang memuaskan maka manajer pun akan mendapatkan keuntungan nya. Pada saat laba yang di peroleh perusahaan banyak, maka beban pajak tangguhan pun akan bertambah dan perusahaan akan menjalankan manajemen laba. Saat perusahaan menjalankan manajemen laba, maka muncul perbedaan temporer karena ada nya perbedaan beban pajak tangguhan yang berpengaruh dalam perusahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya (Sumomba dan Hutomo, 2012), rumus untuk variable manajemen laba yang diukur dengan pendekatan distribusi laba:

$$\Delta E = \frac{E_{it} - E_{it-1}}{MVE_{it-1}}$$

Keterangan :

ΔE	=Distribusi laba. Jikanilai E adalah negatif, perusahaan akan hindari pelaporan kerugian.Jika nilai E adalah positif, perusahaan akan hindari turunnya angka laba Pada penelitian ini, nilai dari E digunakan untuk informasi dilihat dari hasil statistic deskriptif.
E_{it}	= Laba perusahaan i pada tahun t
E_{it-1}	= Laba perusahaan i pada tahun t-1
MVE_{it-1}	= <i>Market Value of Equity</i> perusahaan i pada tahun t-1 (memakai nilai kapitalisasi pasar). Nilai kapitalisasi akan diukur menggunakan pengalian pada jumlah saham beredar perusahaan i diakhir tahun t-1 dengan harga saham perusahaan i diakhir tahun t-1.

H3 : Perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan terhadap manajemen laba

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2016-2019. Berdasarkan populasi sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu. Adapun kriteria pengambilan sampel yaitu (1) Perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI selama tahun 2016 – 2019 dan (2) Memiliki item-item yang diperlukan untuk pengujian yaitu, *annual report* dan laporan keuangan pertahun.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder yang diambil dari annual report dan laporan keuangan tahunan perusahaan BUMN yang terdaftar di indeks IDX BUMN20 pada Bursa Efek Indonesia untuk periode 2016-2019. Data diperoleh dengan cara mengakses website www.idx.co.id. Untuk annual report dan laporan keuangan yang tidak lagi ditampilkan pada website Bursa Efek Indonesia, diakses melalui website masing-masing perusahaan. Adapun model regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu :

$$ML = \alpha + \beta_1 TRR_{it} + \beta_2 DTE_{it} + e \dots \dots \dots$$

Dimana, ML = Manajemen Laba; α = Kontan; TRR= *Tax Retention Rate*; DTE= *Deffered Taxed Expense*.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, maka dilakukan beberapa uji asumsi klasik. Hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* menyatakan bahwa data model regresi terdistribusi secara normal sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1. Hasil uji multikolonieritas menunjukkan nilai VIF variabel independen kurang dari 10 sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2, artinya menurut Ghazali (2008) yang menyatakan jika nilai VIF < 10 (nilai VIF kurang dari 10), maka akan disimpulkan data tersebut bebas dari gejala multikolinieritas. Hasil uji autokorelasi dengan Durbin Watson menunjukkan tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 1. Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

		X1_Perencanaan Pajak	X2_Beban Pajak Tangguhan	Y_Manajemen Laba
N		80	80	80
Normal	Mean	1,878690131	,015029655	,0003465077
Parameters	Std. Deviation	9,406100566	,0177793382	,0024289367
Most Extreme Differences	Absolute			
	Positive			
	Negative			
Test Statistic				
Asymp. Sig. (2-tailed)				
Monte Carlo Sig. (2-tailed)				
	99% Confidence Interval	Lower Bound	Upper Bound	

Tabel 2. Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity statistics	
	B	Std. Eror	Beta	Tolerance	VIF
1(Constant)	,001	,000			
X1_Perencanaan Pajak	-4,833E-6	,000	-,019	,997	1,003
X2_Beban Pajak Tangguhan	-,013	,016	-,096	,997	1,003

a. Dependent Variabel : Y_Manajemen Laba

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Eror of the Estimate
1	,097	,009	-,016	,0024487704

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,009. Hal ini berarti 0,9% variasi manajemen laba dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan.

Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji Statistik t)

Tabel 4. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Eror	Beta		
1 (Constant)	,001	,000		1,510	,135
Perencanaan Pajak	-4,833	,000	-,019	-,165	,870
Beban Pajak Tangguhan	-,013	,016	-,096	-,843	,402

Berdasarkan Tabel 4, maka persamaan regresinya dibuat sebagai berikut:

$$Y = 0,001 - 0,019X_1 - 0,096X_2$$

Nilai α (alpha) pada persamaan diatas yaitu perencanaan pajak (X_1) dan beban pajak tangguhan (X_2) yang berpengaruh negatif terhadap nilai tetap manajemen laba (Y) maka manajemen laba dengan nilai konstanta sebesar 0,001. Koefisien regresi ini dilakukan untuk perencanaan pajak (X_1) sebesar -0,019 artinya setiap turunnya satuan pada variabel perencanaan pajak sebesar -0,019 poin, maka semakin bertambah manajemen laba. Koefisien regresi beban pajak tangguhan (X_2) sebesar -0,096 artinya setiap turunnya satuan pada beban pajak tangguhan (Y) sebesar -0,096 maka semakin bertambah manajemen laba.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 5.ANOVA

Model	Sum of Squers	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,000	2	,000	,363	,697 ^b
Residual	,000	77	,000		
Total	,000	79			

B. Pembahasan

Uji Hipotesis pertama (H_1)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa variabel independen perencanaan pajak tidak mempengaruhi manajemen laba dan menunjukkan tanda negatif pada perusahaan BUMN yang termasuk dalam indeks IDX BUMN20 pada tahun 2016-2019. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian dari Negara dan Suputra (2017) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba, pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015 yang artinya perusahaan memiliki peluang yang besar untuk melakukan manajemen laba, karena semakin tinggi perencanaan pajaknya, begitu pula sebaliknya. Meskipun pengaruh yang dimiliki lemah, artinya masih ada faktor-faktor lain yang menentukan terjadinya manajemen laba.

Uji Hipotesis Kedua (H₂)

Variabel independen beban pajak tangguhan berpengaruh negatif dan uji signifikansi menunjukkan bahwa beban pajak tangguhan tidak mempengaruhi manajemen laba secara signifikan pada perusahaan BUMN yang termasuk dalam indeks IDX BUMN20 pada tahun 2016-2019. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya pada perusahaan manufaktur periode 2011-2013 (Khotimah, 2014), (Fitriany dkk., 2016) yang menyatakan bahwa pajak tangguhan tidak memiliki nilai relevansi pada manajemen laba karena ketidakpastian hal yang berhubungan dengan arus kas teori ini mendukung teori *equity view*.

Uji Hipotesis Ketiga (H₃)

Dari uji ANOVA didapatkan nilai F sebesar 0,363 dengan sig 0,697 maka perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba BUMN pada tahun 2016-2019. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya pada perusahaan industri barang konsumsi (Lubis & Suryani, 2018) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak, beban pajak tangguhan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan pada manajemen laba.

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial baik perencanaan pajak maupun beban pajak tangguhan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap manajemen laba. Ini menunjukkan bahwa pada perusahaan BUMN yang terdaftar di indeks IDX BUMN20 pada tahun 2016-2019, semakin banyak strategi perencanaan pajak yang dilakukan dan beban pajak tangguhan yang ada, maka akan semakin kecil kegiatan manajemen laba yang dilakukan, begitupun sebaliknya. Namun hal ini tidaklah signifikan berdasarkan studi empiris yang telah dilakukan. Jika dilihat dari uji F maka, perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan IDX BUMN20 pada tahun 2016-2019. Terdapat hasil yang berbeda untuk jenis industri ataupun indeks yang diteliti. Dari kesimpulan ini, makadi sarankan untuk penelitian berikutnya untuk dapat meneliti pada indeks dan industri lainnya dengan periode-periode yang lebih panjang dan menambahkan variabel-variabel lainnya untuk dapat mengetahui lebih banyak variabel yang dapat mempengaruhi manajemen laba.

5. Daftar Pustaka

- Achyani, F., & Lestari, S. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 4(1), 77-88. <http://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/index>
- Aditama, F., & Purwaningsih, A. (2014). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Nonmanufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Modus*, 26(1), 33-50.

- Astutik, R. E. P., & Mildawati, T. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 5, 1-17.
- Baradja, M. L., Basri, Z. Y. & Sasmi, V. (2017). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan, Perencanaan Pajak dan Aktiva Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Trisakti*. 4(2), 191-206. <http://dx.doi.org/10.25105/jat.v4i2.4853>
- Fitriyani, L. C., Nasir, A. & Ilham, E. (2016). Pengaruh Aset Pajak Tangguhan, Beban Pajak Tangguhan dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba. *JOM Fekon*. 3(1), 1150-1163.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 9th ed. Badan Penerbit -UNDIP, Semarang.
- Harnanto. (2013). *Perencanaan Pajak*, Edisi Kedua, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- IAI. 2018. *PSAK 46 (Penyesuaian 2018) Pajak Penghasilan*. Jakarta : IAI.
- Khotimah, H. (2014). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 4(2), 170-177.
- Lubis, I., & Suryani. (2018). Pengaruh Tax Planning, Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 41-48.
- Negara, A. A. G. R. P., & Saputra, I. D. G. D. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi*, 20(3), 2046-2072.
- Pohan, C. A. (2013). *Manajemen Perpajakan - Strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Suandy, E. (2008). *Perencanaan Pajak revisi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sulistyanto, H. S. 2008. *Manajemen Laba: teori dan Model Empiris*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo
- Sumomba, C. C. dan Hutomo, S. Y. B. (2012). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba. *Kinerja*, 16(2), 103-115.
- Wahida, W. (2018). Analisis Kontribusi Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Palopo. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 1(1), 11-22.



Analisis Media Promosi Produk Ritel Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko “Dika” Dusun Krapyak Kulon Kelurahan Panggunharjo Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta

Sumarwanto ^{1*}

¹*Program Studi Managemen Transportasi Laut, Akademi Ketatalaksanaan Pelayaran Niaga (AKPN)
“Bahtera” Yogyakarta*

^a*Email: sumarwanto2603@gmail.com*

Article History:

Received: 10-02-2021; Received in Revised: 16-02-2021; Accepted: 26-02-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.651>

Abstrak

Dalam perdagangan besar produk yang dijual beraneka ragam, membutuhkan modal yang cukup besar serta relasi yang cukup banyak. Pedagang besar biasa disebut dengan perdagangan secara grosir yang tidak menjual barang dagangannya dalam jumlah kecil tetapi pada jumlah yang besar atau tidak diecer. Ketatnya persaingan pedagang besar dan pedagang kecil, pasar tradisional,pada pasar modern menjadi suatu bumerang yang sangat besar pengaruhnya pada kebudayaan ekonomi. Toko “DIKA” adalah toko kelontong yang menjual produk ritel yang dibutuhkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam penelitian ini menggunakan metode komparatif. Penelitian ini dilaksanakan Pada Toko Ritel “Dika” Krapyak Yogyakarta. Waktu Penelitian dilaksanakan pada Bulan Agustus sampai dengan September 2018. Analisis yang digunakan adalah data penjualan selama 5 tahun. Hasil penelitian menunjukan perbandingan pemakaian media promosi selama 5 tahun rata-rata hasil penjualan menggunakan promosi sebesar 24,800,000 lebih besar dibandingkan sebelum menggunakan promosi sebesar 22,483,333. Artinya media promosi dapat meningkatkan hasil penjualan. Media handphone dan Koran merupakan alat promosi yang tepat untuk meningkatkan hasil penjualan.

Kata Kunci: *Analisis, Media Promosi, Toko Dika*

Abstract

In a large trade, various products are sold, requiring a large enough capital and quite a lot of relationships. Wholesalers are usually called wholesale trading which does not sell their merchandise in small quantities but in large quantities or not at retail. The intense competition between wholesalers and small traders, traditional markets, in modern markets has become a boomerang which has a very large impact on economic culture. The “DIKA” shop is a grocery store that sells retail products that are needed by the community to meet their daily needs. In this study using a comparative method. This research was conducted at the Retail Store “Dika” Krapyak Yogyakarta. Research time was conducted from August to September 2018. The analysis used was

sales data for 5 years. The results showed the comparison of the use of promotional media for 5 years, the average sales result using the promotion was 24,800,000 greater than before using the promotion which was 22,483,333. This means that promotional media can increase sales results. Mobile and newspaper media are the right promotional tools to increase sales results.

Keywords: Analysis, Promotional Media, Toko Dika

1. Pendahuluan

Dalam dunia bisnis Perdagangan dibagi menjadi dua tipe yaitu perdagangan kecil dan pedagang besar (malinda, 2016). Pedagang besar merupakan kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa kepada orang-orang yang membelinya untuk dijual kembali atau untuk penggunaan bisnis (Cahyadin dkk, 2017). Adapun contoh perdagangan besar yaitu *Lottemart, Carefour, Mitra grosir, dan toko-toko kelontong* yang menjual secara grosir. Sedangkan pedagang kecil atau eceran (*Retailing*) adalah kegiatan yang tercakup dalam penjualan barang atau jasa langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan non-bisnis (Utami, 2018). Adapun contohnya *Alfamart, Indomart* dan Peritel lain yang langsung pada end user atau konsume akhir.

Dalam perdagangan besar produk yang dijual beraneka ragam, membutuhkan modal yang cukup besar serta relasi yang cukup banyak (Iskandar, 2017). Pedagang besar ini juga biasa disebut dengan perdagangan secara grosir yang tidak menjual barang dagangannya dalam jumlah kecil tapi dihadapkan pada jumlah yang besar atau tidak diecer. Seperti yang kita ketahui barang dagangan yang biasanya dijual oleh pedagang besar dapat berupa makanan, sembako, pakaian, elektronik, obat-obatan, aksesoris, alat-alat rumah tangga, kain, dan masih banyak lagi. Pedagang besar juga dapat memilih kelompok sasaran berdasarkan ukuran pelanggan (hanya pengecer besar), berdasarkan jenis pelanggan (hanya toko makanan sehari-hari), kebutuhan akan layanan (para pelanggan yang membutuhkan kredit) atau faktor-faktor lainnya (Utami, 2018). Dalam berkarir promosi meningkatkan tingkat penjualan barang ritel, Sedangkan dalam pemasaran, promosi merupakan memajukan pertumbuhan animo baik itu produk maup, merek, ataupun perusahaan.

Persaingan dan tantangan bagi para pedagang besar yaitu adanya bisnis waralaba (Inas Fahmiyah, 2019). Supermarket dan minimarket waralaba banyak menjamur diberbagai kota kecil dan kota-kota besar di Indonesia dari yang menjual secara grosir maupun ritel (eceran), Ketatnya persaingan pedagang besar dan pedagang kecil, perbedaan antara pasar modern dan pasar tradisional terbagi menjadi suatu 2 bumerang yang sangat besar pengaruhnya pada kebudayaan ekonomi diberbagai faktor usaha (Pramudiana, 2017). Apalagi sekarang ini pasar pedagang besar/kecil modern hadir dengan penampilan yang lebih baik, bersih, bentuk bangunannya bagus atau menarik, nyaman, pelayanan yang baik, harga terkendali, buka 24 jam non stop, bahkan ada yang mengkombinasikannya dengan hiburan dan pusat pembelanjaan fasionable serta *foodcourt*, dan sederet tawaran menarik lainnya. Hal ini tentu saja menjadi ancaman besar bagi para pedagang besar/kecil tradisional yang penampilannya hanya sebatas bangunan toko yang terbatas ruang gerak usahanya, dan dipasar tradisional yang kita tahu dan kita lihat adalah pasar yang kumuh,becek, bejubel, kotor, harga yang sering dmainkan seenaknya dan lain sebagainya. Adapun penelitian ini dilakukan untuk melihat keefektifan dalam berpromosi dari Handphone, Koran, Radio maupun brosur.

Kebanyakan pedagang besar belum memperhatikan sadar akan pentingnya promosi, tetapi sebagian dari pedagang besar menggunakan strategi promosi yang terdiri dari pemberian *sample* pada suatu produk baru maupun inovasi produk baru (Hedynata & Radiano, 2016). Para pedagang besar menyimpan persediaan barang yang beranekaragam, dikarenakan untuk mengurangi resiko kehabisan barang pada saat dibutuhkan, karena sering kali pembelian yang dilakukan oleh konsumen adalah pembelian yang tidak direncanakan (*impulsive buying*) akibatnya adanya pengaruh bauran pemasaran dari perusahaan (Yusuf & Rangkuty, 2019). Menurut (Amaliati, 2017) pembelian tidak direncanakan terjadi karena impulsif semata, impulsif karena timbul kebutuhan (*suggestion impulse*), dan impulsif yang direncanakan. Keputusan pemembelian produk ditentukan ketika pembeli di toko pada saat melihat-lihat barang/produk yang tersedia. Promosi (promotion) dengan cara: Spanduk, dengan menuliskan penawaran-penawaran yang persuasive dengan huruf yang menonjol serta menampilkan nomor telepon yang dihubungi, spanduk tersebut dipasang pada lokasi yang strategis, Brosur, memberikan headline yang menarik dan memberikan keuntungan bagi pembacanya, Papan penunjuk arah, dijadikan sebagai penunjuk arah dimana unit pelayanan cabang atau cabang induk berada, yang dipasang dilokasi (Pagiu, 2019).

Toko “DIKA” adalah toko kelontong yang menjual produk ritel yang dibutuhkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keberadaan toko “DIKA” mengacu pada kebutuhan hajat hidup masyarakat Banyak yang memerlukan produk ritel untuk dikonsumsi secara langsung baik siang maupun malam. Hal inilah yang menjadikan Toko “DIKA” menggeluti ritel sebagai komoditi bisnis yang menjanjikan baik sekarang maupun dimasa yang akan datang. Bisnis ritel merupakan keseluruhan aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada masyarakat sebagai konsumen untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga. Keberhasilan pasar ritel yang kompetitif, pelaku ritel harus dapat menawarkan produk yang tepat, dengan harga, waktu dan tempat yang tepat pula (Mukaram & Sarah, 2017). Oleh karena itu, pemahaman terhadap pelaku ritel terhadap karakteristik dan target pasar atau konsumen yang akan dilayani merupakan hal yang sangat penting. Dalam operasionalnya toko “DIKA” menjalankan beberapa fungsi antara lain membantu konsumen dalam menyediakan berbagai produk dan jasa serta memecah maupun menambah nilai produk.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui promosi penjualan produk ritel dengan berbagai macam media promosi dari handphone, brosur, koran, radio. Selain itu pada penelitian ini juga menganalisis media promosi yang cocok untuk meningkatkan penjualan produk ritel pada toko Dika.. Dalam penelitian ini diharapkan dapat merumuskan media promosi yang efektif dan tepat dalam penjualan ritel pada Toko Dika yang mengkomunikasikan suatu produk/jasa/ image/ perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih di kenal masyarakat lebih luas.

2. Metodologi

Penelitian ini dilaksanakan Pada Toko Ritel “Dika” beralamat di Jl. K.H. Ali Maksum Dusun Krapyak Kulon Kelurahan Panggungharjo Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun jenis data yang digunakan adalah data primer yang diambil dari toko Dika selama 5 tahun. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus

sampai dengan September 2018. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara yang diperoleh dari pemilik toko dan manager penjual Toko Dika. Jenis penelitian ini menggunakan metode komparatif. Dengan menggunakan metode komparatif penulis bermaksud untuk menarik sebuah kesimpulan berdasarkan Perbandingan, ide-ide dan pendapat Menurut (T Kasim, 2014) Penelitian komparatif adalah penelitian yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab akibat dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya fenomena tertentu. Jenis penelitian komparatif ini digunakan untuk membandingkan dua kelompok atau lebih dari suatu variable tertentu. Penelitian komparatif bersifat *expost facto* artinya data yang dikumpulkan setelah peristiwa yang dipermasahkan terjadi (Falah & Suparmin, 2016).

Expost facto merupakan suatu penelitian empiris yang sistematis dimana peneliti tidak mengendalikan variable bebas secara langsung karena perwujudan variable tersebut telah terjadi atau karena variable tersebut pada dasarnya tidak dapat dimanipulasi (Saputra dkk., 2016). Dalam hal ini, Peneliti tidak melakukan perlakuan dalam membandingkan dan mencari hubungan sebab akibat dari variabelnya, peneliti hanya mencari satu atau lebih akibat-akibat yang ditimbulkan dari mengujinya dan menelusuri kembali masa lalu untuk mencari sebab-sebab kemungkinan hubungan dan maknanya seperti pada uraian pendahuluan. Dalam Penelitian ini, data yang dipergunakan adalah data primer dan data sekunder, yang bersifat kualitatif yaitu penjabaran dari konsep dan landasan teori yang sudah dijabarkan pada bab – bab sebelumnya, maupun kuantitatif yaitu data yang berasal dari jawaban responden yang diolah dan mendapatkan hasil untuk dianalisa misalnya *diagram kartesius*. Pengertian data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung dari sumbernya malainkan melalui sumber kepustakaan.

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu dengan cara Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Adapun observasi dilakukan dengan melihat perilaku dan kinerja pegawai (sumber daya manusia) yang berjumlah 10 orang. Wawancara dilakukan terhadap responden yang berjumlah 8 orang. Responden tersebut tersebut terdiri dari unsur-unsur top manajemen,

Metode analisa data dalam penelitian ini yaitu penentuan masalah penelitian ada tahap perumusan masalah penelitian atau pertanyaan penelitian, peneliti berspekulasi dengan apa yang menjadi penyebab fenomena yang berdasarkan pada hasil penelitian sebelumnya, teori, atau pengamatan langsung. Penentuan kelompok yang mempunyai karakteristik yang akan diteliti. Peneliti harus menentukan kelompok yang seperti apa yang akan diteliti disesuaikan dengan isu atau masalah yang akan diangkat. Pemilihan kelompok pembanding. Setelah memperoleh kelompok yang akan diteliti langkah berikutnya memilih kelompok pembanding dengan mempertimbangkan karakteristik yang membedakan dengan kelompok penelitian. Kelompok ini harus dideskripsikan secara jelas dan didefinisikan secara operasional untuk masing-masing kelompok yang mewakili populasi yang berbeda. Tidak lupa untuk mengontrol variabel ekstra guna membantu menjamin kesamaan kedua kelompok. Dalam tahap pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian yang harus memenuhi persyaratan validitas dan realibilitas. Analisis data Pada tahap terakhir yaitu analisis data, analisis data dimulai dengan analisis *statistik deskriptif* yaitu menghitung rata-rata dan simpangan baku. Kemudian dilakukan analisis yang mendalam dengan *statistik*

inferensial. Teknik yang dapat digunakan sebagai analisis data dalam penelitian menggunakan metodologi komparatif dengan teknik penyajian data kualitatif.

3. Hasil dan Pembahasan

Toko kelontong “DIKA” merupakan toko yang menyediakan produk ritel guna memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai konsumen akhir yang langsung menggunakan produk tersebut. Keberadaan toko kelontong “DIKA” di Jl. KH. Ali Maksum Krabyak Kulon Bantul Yogyakarta berada di lingkungan masyarakat yang majemuk, karena masyarakat di sekitar tempat tersebut adalah masyarakat yang datang dari seluruh pelosok di Indonesia. Aktivitas masyarakat di wilayah Krabyak yang padat dengan berbagai akifitas menjadikan tempat tersebut terjadi aktifitas dalam kurun waktu 24 jam. Inilah yang menjadikan toko kelontong “DIKA” selalu berkomitmen melayani kebutuhan masyarakat.

Media promosi yang selama ini digunakan toko dika meliputi Radio, Brosur, Handphone dan Koran. Radio merupakan salah satu alternative pilihan yang dipergunakan oleh toko dika karena memiliki pendengar dari berbagai kalangan, dalam kondisi apapun, radio menjadi sarana bagi pendengar untuk memperoleh informasi yang terbaru. Hal inilah yang menjadi tujuan dalam mempromosikan produk ritel.

Kedua adalah Brosur dalam mempromosikan produk ritel, toko dika menggunakan brosur untuk menjangkau konsumen secara langsung. Dalam hal ini penggunaan media brosur disertai gambar produk sekaligus harga produk serta desian yang menarik. Hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen agar, pembeli produk ritel yang dijual toko dika.

Ketiga adalah *Handphone* Merupakan alat telekomunikasi elektronik dua arah yang bisa dibawa kemana-mana dan memiliki kemampuan untuk mengirimkan pesan berupa suara. Dalam keseharian kini manusia hampir tidak bisa lepas dari handphone. Apalagi dengan semakin berkembangnya handphone sehingga handphone memiliki berbagai fungsi sekaligus. Bukan hanya sebagai alat komunikasi saja namun telah berkembang menjadi alat dengan fungsi lainnya seperti sebagai media hiburan, media bisnis, dan sebagainya. Peluang inilah yang dimanfaatkan toko dika untuk mempromosikan produk ritel.

Keempat adalah Koran dalam mempromosikan produk ritel, toko dika menggunakan media koran dengan pertimbangan bahwa koran adalah sejenis media massa yang memberitakan kejadian-kejadian sehari-hari dalam kehidupan manusia. Dengan menggunakan media Koran konsumen dapat membaca Tulisan-tulisan yang terdapat didalamnya termasuk produk ritel yang dipromosikan toko Dika. Berikut tabel yang menggambarkan jumlah penggunaan media promosi pada toko dika dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Penggunaan Media Promosi Toko Dika Dalam Kurun Waktu 5 Tahun

Media Promosi	Tahun					Ket
	2013	2014	2015	2016	2017	
Radio	-	-	-	-	V	1 kali
Brosur	-	-	-	V	V	2 kali
Handphone	-	-	V	V	V	3 kali
Koran	-	-	V	V	V	3 kali

Perhitungan Pengambilan Laba Produk Ritel

Daftar kelompok produk ritel yang dijual di Toko Dika JL.KH.Ali Maksum No.11 Krupyak Kulon Yogyakarta dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Kelompok Produk Ritel Yang Dijual di Toko Dika

No.	Kelompok Produk	Produksi
1.	Rentengan	Pabrikan
2.	Rokok	Pabrikan
3.	Snack	Pabrikan
4.	Aneka minuman (Botolan / Kalengan)	Pabrikan
5.	Sembako	Pabrikan
6.	Plastik	Pabrikan
7.	Rupa-rupa	Pabrikan
8.	Unilever	Pabrikan
9.	Obat-obatan generic	Pabrikan
10.	Kerajinan	Rumahan

Tabel 3. Perhitungan Pengambilan Laba Produk Ritel Pada Toko Dika

No.	Jenis produk	Produksi	Laba (%)	Keterangan
1.	Rentengan	Pabrikan	15	Pengambilan nilai
2.	Rokok	Pabrikan	5	laba kotor
3.	Snack	Pabrikan	20	berda
4.	Aneka minuman (Botolan / Kalengan)	Pabrikan	15	sarkan
5.	Sembako	Pabrikan	10	pengamatan
6.	Plastik	Pabrikan	12	harga pasaran
7.	Rupa-rupa	Pabrikan	20	
8.	Unilever	Pabrikan	10	
9.	Obat-obatan generic	Pabrikan	12	
10.	Kerajinan	Rumahan	20	
Laba rata -rata			13,9	

Tabel 4. Peningkatan Hasil Penjualan Produk Ritel pada Toko Dika selama 5 Tahun Setelah Menggunakan Media Promosi

No.	Jenis produk	Sebelum promosi (Rp)	Sesudah Sebelum (Rp)
1.	Rentengan	134.900.000	148.800.000
2.	Rokok	123.400.000	137.300.000
3.	Snack	134.900.000	155.900.000
4.	Aneka minuman (Botolan / Kalengan)	116.100.000	126.100.000
5.	Sembako	165.600.000	225.800.000
6.	Plastik	163.900.000	176.500.000
7.	Rupa-rupa	134.500.000	145.600.000
8.	Unilever	136.100.000	115.800.000
9.	Obat-obatan generic	124.300.000	127.800.000
10.	Kerajinan	115.300.000	128.400.000

Analisa Data

Tabel 5. Data Sebelum Dan Sesudah Pemakaian Media Promosi

Bulan	Penjualan (Dalam 5 tahun) tanpa menggunakan promosi				
	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Januari	18.000.000	19.000.000	20.000.000	19.000.000	21.000.000
Februari	20.000.000	21.000.000	22.000.000	23.000.000	23.500.000
Maret	19.000.000	21.000.000	20.000.000	20.500.000	22.000.000
April	20.500.000	22.500.000	24.500.000	25.500.000	25.500.000
Mei	18.900.000	19.900.000	19.900.000	20.900.000	21.900.000
Juni	19.500.000	20.500.000	22.500.000	23.500.000	24.500.000
Juli	20.000.000	23.000.000	24.000.000	25.000.000	27.000.000
Agustus	21.000.000	22.000.000	24.000.000	25.000.000	26.000.000
September	19.400.000	19.400.000	20.400.000	21.400.000	22.400.000
Oktober	20.100.000	22.100.000	24.100.000	25.100.000	26.100.000
November	21.200.000	23.200.000	25.200.000	26.200.000	28.200.000
Desember	20.000.000	24.000.000	26.000.000	28.000.000	30.000.000
total	237.600.000	257.600.000	272.600.000	283.100.000	298.100.000

Bulan	Penjualan (Dalam 5 tahun) Setelah menggunakan media Promosi				
	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Januari	18.000.000	19.000.000	24.000.000	28.000.000	33.000.000
Februari	20.000.000	21.000.000	24.000.000	27.000.000	29.500.000
Maret	19.000.000	21.000.000	25.000.000	24.500.000	28.000.000
April	20.500.000	22.500.000	26.500.000	29.500.000	29.500.000
Mei	18.900.000	19.900.000	22.900.000	25.900.000	27.900.000
Juni	19.500.000	20.500.000	25.500.000	28.500.000	29.500.000
Juli	20.000.000	23.000.000	24.000.000	25.000.000	33.000.000
Agustus	21.000.000	22.000.000	24.000.000	30.000.000	30.000.000
September	19.400.000	19.400.000	20.400.000	25.400.000	27.400.000
Oktober	20.100.000	22.100.000	24.100.000	30.100.000	30.100.000
November	21.200.000	23.200.000	25.200.000	30.200.000	32.200.000
Desember	20.000.000	24.000.000	26.000.000	32.000.000	35.000.000
Total	237.600.000	257.600.000	291.600.000	336.100.000	365.100.000

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Uji Normalitas Data Penjualan

Tahun	P-Value	Keterangan
2013	0,472	Normal
2014	0,779	Normal
2015	0,076	Normal
2016	0,911	Normal
2017	0,956	Normal

Tabel 6 diperoleh hasil uji normalitas data yang berdistribusi normal baik pada data tahun 2013 dengan nilai signifikansi $0,472 > 0,05$, data tahun 2014 dengan nilai signifikansi $0,779 > 0,05$, data tahun 2015 dengan nilai signifikansi $0,076 > 0,05$, data tahun 2016 dengan nilai signifikansi $0,991 > 0,05$ dan data tahun 2017 dengan nilai signifikansi $0,95$. Berdasarkan hasil uji normalitas diatas maka data dianalisis menggunakan *Paired T-test* karena data terdistribusi normal.

2. Hasil Uji Perbandingan Hasil Penjualan

Dari penelitian yang dilakukan diperoleh perbandingan hasil penjualan yang didapatkan dengan menggunakan media promosi dan tanpa menggunakan media promosi pada tabel di bawah ini:

Tabel 7. Perbandingan hasil penjualan dengan promosi dan tanpa promosi tahun 2013-2017

Variabel	N	Mean	P-value
Hasil Penjualan Sebelum *	60	22483333	0,000
Penjualan Sesudah		24800000	

Tabel 7 didapatkan hasil Paired T-test sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan hasil penjualan sebelum menggunakan promosi dan sesudah menggunakan promosi. Didukung perolehan nilai rata-rata hasil penjualan sebelum menggunakan promosi sebesar 24,800,000 lebih besar dibandingkan sebelum menggunakan promosi sebesar 22,483,333. Hasil tersebut dapat dituliskan bahwa media promosi dapat meningkatkan hasil penjualan. Berdasarkan hasil tersebut dapat digunakan sebagai solusi untuk meningkatkan hasil penjualan dapat mewujudkan media promosi yang ada, seperti media promosi melalui radio, brosur, handphone dan koran. Target media promosi yang paling tepat digunakan adalah handphone dan koran yang setiap saat orang menggunakan media tersebut untuk aktifitas. Perbandingan hasil penjualan dengan promosi dan tanpa promosi pertahun dijabarkan lebih lanjut pada tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Perbandingan Hasil Penjualan dengan Promosi dan Tanpa Promosi Tahun 2013

Variabel	N	Mean	P-value
Hasil Penjualan Tahun 2013 Sebelum *	12	19,800,000	1,000
Penjualan Sesudah		19,800,000	

Tabel 8 diperoleh nilai p value sebesar $1,000 > 0,05$, artinya tidak terdapat perbandingan hasil penjualan pada tahun 2013 baik dengan promosi maupun tanpa promosi. Hal tersebut diperkuat dengan rata-rata perolehan hasil penjualan yang sama yaitu sebesar 19,800000 baik sebelum maupun sesudah menggunakan media promosi.

Tabel 9. Perbandingan Hasil Penjualan dengan Promosi dan Tanpa Promosi Tahun 2014

Variabel		N	Mean	P-value
Hasil Penjualan	Sebelum *	12	21,466,666	1,000
Tahun 2014	Sesudah		21,466,666	

Berdasarkan tabel 9 diperoleh nilai p value sebesar $1,000 > 0,05$, artinya tidak terdapat perbandingan hasil penjualan pada tahun 2014 baik menggunakan promosi maupun tidak menggunakan promosi. Hal tersebut diperkuat dengan rata-rata perolehan hasil penjualan yang sama sebesar 21,466,666 baik sebelum maupun sesudah menggunakan media promosi.

Tabel 10. Perbandingan Hasil Penjualan dengan Promosi dan Tanpa Promosi Tahun 2015

Variabel		N	Mean	P-value
Hasil Penjualan	Sebelum *	12	22,716,666	0,057
Tahun 2015	Sesudah		24,300,000	

Tabel 10 diperoleh nilai p value sebesar $0,057 > 0,05$, artinya tidak terdapat perbandingan hasil penjualan pada tahun 2015 baik dengan promosi maupun tanpa promosi. Hal tersebut diperkuat dengan selisih rata-rata perolehan hasil penjualan yang relative rendah yaitu sebesar 22,716,666 sebelum menggunakan promosi dan 24,300,000 setelah menggunakan promosi.

Tabel 11. Perbandingan Hasil Penjualan dengan Promosi dan Tanpa Promosi Tahun 2016

Variabel		N	Mean	P-value
Hasil Penjualan	Sebelum *	12	23,591,666	0,000
Tahun 2016	Sesudah		28,008,333	

Berdasarkan tabel 11 diperoleh nilai p value sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan adanya perbandingan hasil penjualan yang signifikan pada tahun 2016 sebelum menggunakan promosi dan sesudah menggunakan promosi. Hal tersebut diperkuat dengan rata-rata perolehan hasil penjualan sebelum menggunakan promosi sebesar 23,591,666 meningkat sebesar 28,008,333 setelah menggunakan promosi.

Tabel 12. Perbandingan Hasil Penjualan dengan Promosi dan Tanpa Promosi Tahun 2017

Variabel		N	Mean	P-value
Hasil Penjualan	Sebelum *	12	24,841,666	0,000
Tahun 2017	Sesudah		30,425,000	

Tabel 12 diperoleh nilai p value sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan adanya perbandingan hasil penjualan yang signifikan sebelum menggunakan promosi dan sesudah menggunakan promosi pada tahun 2017. Hal tersebut diperkuat dengan rata-rata perolehan hasil penjualan sebelum menggunakan promosi sebesar 24,841,666 meningkat sebesar 30,425,000 setelah menggunakan promosi.

4. Kesimpulan

Jumlah penjualan tahun 2013 sampai dengan 2017 mengalami peningkatan sesudah memakai media promosi radio. Peningkatan penjualan yang paling tinggi terjadi pada bulan Januari tahun 2017 dari Rp. 21.000.000 menjadi Rp. 33.000.000. Jumlah total peningkatan penjualan ritel selama 5 tahun setelah menggunakan media promosi sebesar Rp. 36.500.000. Hasil penelitian menunjukkan perbandingan pemakaian media promosi selama 5 tahun rata-rata hasil penjualan selama 5 tahun menggunakan promosi sebesar 24,800,000 lebih besar dibandingkan sebelum menggunakan promosi sebesar 22,483,333. Artinya media promosi dapat meningkatkan hasil penjualan. Perubahan pertahuan dari 2013-2017 yang terjadi perbedaan singnifikan sebelum dan seudah menggunakan promosi yaitu tahun 2016 dan 2017 sedangkan tahun 2013- tahun 2015 sebelum dan seudah menggunakan promosi tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Media *handphone* dan media koran merupakan alat promosi yang tepat guna meningkatkan hasil penjualan. Saran penelitian selanjutnya yaitu menambahakan analisis media promosi tidak hanya melalui medi *handphone*, koran, brosur radio sehingga dapat dianalisis lebih lanjut.

5. Daftar Pustaka

- Amaliati, S. D. (2017). Tinjauan Atas Implementasi Siklus Pembelian Dan Pembayaran Barang Import. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 36–58. <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i01.196>
- Cahyadin, M., Sutomo, & Ratwianigsih, L. (2017). Industri Perdagangan Di Indonesia : Perkembangan Dan Kinerja. *Jiep*, 17(2), 78–88.
- Devy, P. I. (2017). Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern. *Asketik*, 1(1), 35–43. <https://doi.org/10.30762/ask.v1i1.409>
- Falah, S., & Suparmin, S. (2016). Hubungan Motivasi Belajar Dan Perilaku Hidup Sehat Dengan Prestasi Belajar Kejuruan Otomotif Kelas Xi Program Keahlian Teknik Otomotif Smk Muhammadiyah Imogiri Bantul Tahun Ajaran 2014/2015. *Taman Vokasi*, 4(2), 236. <https://doi.org/10.30738/jtvok.v4i2.508>
- Hedynata, M. L., & Radiano, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Strategi Promosi*, 1(April), 1–10.
- Inas Fahmiyah, M. I. G. (2019). *Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam Inas Fahmiyah 1*, Moh. Idil Ghufron 2. 3(1), 130–147.
- Iskandar, I. (2017). Pengaruh Kewirausahaan dan Peluang Pasar terhadap Kinerja Usaha Perdagangan Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Peureulak Kota Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 611–618.

<https://doi.org/10.33059/jseb.v8i1.200>

- Malinda, Y. (2016). Analisis Pemasaran Dan Kebijakan Perdagangan Internasional Di Sumatera Barat. *Economica*, 4(2), 277–295. <https://doi.org/10.22202/economica.v4i2.632>
- Mukaram, M., & Sarah, I. S. (2017). Analisis Faktor Lingkungan Bisnis Ritel Berbasis Swalayan Pada Lab. Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 2(3), 85. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v2i3.95>
- Pagi, C., Pundissing, R., & Tahirs, J. P. (2019). Strategi pemasaran PT. Pengadaian cabang Tallunglipu Toraja Utara. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 2(2), 68-74
- Saputra, K. E. A., Suwena, K. R., & Tripalupi, L. E. (2016). Studi komparatif prestasi belajar mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi ditinjau dari jalur penerimaan mahasiswa baru tahun 2011. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 6(1).
- T Kasim, K. (2014). *Analisis Komparatif Selera Konsumen Perkotaan Gendongan Bayi Merk Badawi Traso Warna Merah*. 4(1), 61–70.
- Utami, N. S. (2018). Analisa Kinerja Sektor Ritel Indonesia. *Ecopreneur*, 1(1), 43–48.
- Yusuf, M., & Rangkuty, D. M. (2019). Analisis Neraca Perdagangan Indonesia-India Periode 2013-2018. *Penelitian Medan Agama*, 10(1), 56–68.