

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

JEMMA

**JOURNAL OF
ECONOMIC, MANAGEMENT
AND ACCOUNTING**

Volume 4, Nomor 2, September 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. Dr. Raba Nathaniel, SE., M.Si (Universitas Andi Djemma)
11. Nurjannah, SE., MM (Universitas Andi Djemma)
12. Muh. Syukri (Unanda)

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. Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian**
Putri Nadhilah, Ridwan Indra Jatikusumo, Erwin Permana __128-138
- 2. Strategi Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa Di Desa Bungurasih**
Etha Listiany Supardi, Gideon Setyo Budiwitjaksono __139-148
- 3. Dampak Penerapan PSBB Covid-19 dan Harga Saham LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI)**
Putry Jecuinna, Ariel Zielma __149-157
- 4. Pengujian Quasi Eksperimen Kepatuhan Pajak UMKM: Keadilan Pajak Dan Manfaat Pajak**
Ade Lisa Matasik, Iindarda Sakung Panggalo, Andre Kala'tiku __158-168
- 5. Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan PT Federal International Finance**
Bungaran Saing, Ery Teguh Prasetyo, Muhamad Adnan Solihin __169-182
- 6. Strategi Optimalisasi Media Sosial Melalui Konten Humor dalam Peningkatan Penjualan Produk UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19**
Recha Noorridha Fachmy, Cecep Syafa'atul Barkah, Tetty Herawaty, Lina Aulina __183-194
- 7. Pengaruh Informasi Laba Dan Arus Kas Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**
Muhammad Haekal Yunus, Abdullah __195-203
- 8. Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening**
Mitha Permata Ilmawati Ruswendi Pura, Putu Nina Madiawati __204-216
- 9. The Effect of Work Stress on Staff Productivity During the Pandemic Period in PT Telkom Akses Jakarta Utara**
Allyfia Dhaneswari, Anita Silvianita __217-224
- 10. Perilaku *Premature Sign Off* atas Prosedur Audit Serta Kaitannya dengan *Time Pressure* dan *Audit Risk***
Arzal Syah, Muh. Abdi Imam, Hamida __225-233
- 11. Analisis Struktur Modal dan Laba pada Perusahaan Umum Air Minum Daerah (Perumda) Tirta Mangkaluku Kota Palopo Tahun 2016 - 2020**
Renaldi, Suryati __234-25



Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian

Putri Nadhilah ^{1*}, Ridwan Indra Jatikusumo ¹, Erwin Permana ¹

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Pancasila

*Correspondent Email: putri.nadhilah13@gmail.com

Article History:

Received: 29-03-2021; Received in Revised: 18-04-2021; Accepted: 01-05-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>

Abstrak

Perkembangan teknologi internet semakin hari semakin berkembang pesat. Salah satu dampaknya yaitu timbul kebiasaan baru dalam peralihan bertransaksi tunai menjadi non tunai. Perusahaan Fintech berlomba-lomba menciptakan aplikasi dengan fitur-fitur menarik diantaranya E-Wallet. Saat ini mahasiswa menjadi target baru perusahaan dalam menawarkan fitur tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif penggunaan E-Wallet dalam menentukan keputusan pembelian bagi mahasiswa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan analisis data sekunder yang diperoleh masing-masing website/aplikasi penyedia jasa E-Wallet, yakni: www.ovo.id. dan www.gojek.com/gopay/ serta menggunakan studi kepustakaan dari jurnal-jurnal untuk relevan dengan pokok masalah. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif yaitu mengambil simpulan dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menjadi persoalan yang spesifik dan dibuat simpulan umum sesuai dengan teori-teori yang tersedia. Hasil dari penelitian ini terdapat tiga alasan yang mendasar yaitu penawaran promo dan fitur menarik, kenyamanan dan kemudahan penggunaan E-Wallet itu sendiri yang menjadikan penggunaan E-Wallet cukup efektif dalam proses menentukan keputusan pembelian di kalangan mahasiswa.

Kata kunci: efektifitas, E-Wallet, mahasiswa, pembelian, teknologi

Abstract

The development of internet technology is increasingly growing rapidly. One of the impacts is the new habit of switching from cash to non-cash transactions. Fintech companies are competing to create applications with interesting features, including E-Wallet. Currently, students are the company's new target in offering these features. This study aims to determine the effectiveness of using E-Wallet in determining student purchasing decisions. The data technique in this study used secondary data analysis obtained by each E-Wallet service provider site/application, namely: www.ovo.id. and www.gojek.com/gopay/ and uses literature study from journals relevant to the subject matter. The data analysis technique used is descriptive analysis technique which takes statements or specific facts into specific problems and makes general conclusions according to the available theories. The results of this study are three basic reasons, namely promo offers and attractive features, convenience and the use of E-Wallet itself which uses the use of E-Wallet which is quite effective in the process of determining purchasing decisions among students..

Keywords: efektivity, E-Wallet, student, purchase, technology.

1. Pendahuluan

Pada zaman revolusi industri 4.0 peran teknologi sangat besar bagi kegiatan mahasiswa, mahasiswa dituntut menyesuaikan dengan kondisi zaman yang serba online, khususnya dalam bertransaksi. Berbagai pihak menemukan peluang bisnisnya dan menciptakan sebuah inovasi untuk mempermudah para konsumennya dengan menciptakan *electronic wallet*. Dengan adanya *E-Wallet* segala transaksi konsumen lebih mudah, cepat, efektif, efisien dan penekanan segala biaya yang lebih murah dengan adanya penerapan teknologi diberbagai sektor.

Menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, *Electronic Wallet* atau Dompet Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik yang dapat menampung dana untuk pembayaran (BI, 2018) Pada 14 Agustus 2014, Gubernur BI secara resmi telah meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). GNNT memiliki tujuan untuk menumbuhkan akan kesadaran masyarakat terhadap pemakaian nontunai, sehingga seiring berjalan waktu kesadaran tersebut dapat menjadi adat dan budaya masyarakat dalam transaksi kegiatan ekonominya. Berita ini merupakan sebuah angin segar untuk masyarakat karena kelebihan yang dimilikinya. Dengan kebijakan ini mendorong para pelaku industri untuk membuat sebuah ide dan inovatif untuk menjaga dan meningkatkan penjualanya dengan menciptakan *financial payment* yang menjadi solusi untuk transaksi secara cepat dan aman.

Indonesia telah memulai bertransaksi dengan *E-Wallet* sejak 10 tahun lalu. Provider telekomunikasi Telkomsel menjadi perintis *E-Wallet* yaitu dengan membuat layanan T-cash tahun 2007. Lima tahun setelahnya, provider XL dan Indosat meluncurkan aplikasi Dompetku dan XL Tunai. Salah satu perusahaan indonesia, Gojek, memperkenalkan Gopay sebagai alat pembayaran dari Gojek pada 2016. Dengan segala strategi yang diberikan , Gopay dapat melewati pionir lama seperti T-Cash dan *E-Money* dari Bank Mandiri. Kemampuan Gojek dengan mampu mengikat konsumen dengan layanan dan jasa transportasinya, hal itu yang menjadi Gojek terus meningkat dari waktu ke waktu. Menurut data iPrice dan App Annie, dompet digital teraktif berada di Gopay. Dilihat dari pengguna aktifnya, Gopay selalu berada ditingkat teratas pada Kuartal II-2019 sampai dengan Kuartal II-2020. Kemudian disusul oleh OVO yang menduduki peringkat kedua (Rachmatunnisa, 2020)



Gambar 1. Daftar Aplikasi E-Wallet terbesar di Indonesia berdasarkan pengguna aktif bulanan

Menurut Managing Director Ipsos Indonesia, sebanyak 47% konsumen menggunakan tiga jenis atau lebih *E-Wallet* untuk mereka bertransaksi. Diantara *E-Wallet* yang paling sering digunakan yaitu OVO dan Gopay. Hasil riset DailySocial, *E-Wallet* yang paling banyak digunakan sepanjang tahun 2019 yaitu Gopay. OVO menduduki posisi sebagai *E-Wallet* yang paling dikenal oleh masyarakat. Dari total 651 responden, 83,3% menggunakan Gopay dan 81,4% pakai OVO. Dikutip dari laporan DailySocial penggunaan OVO dan Gopay memiliki persentase penggunaan yang cukup kompetitif karena lebih dari 80% orang menggunakan kedua aplikasi tersebut. Sebanyak 81,6% responden berasalan menggunakan *E-Wallet* karena percaya pada produknya. Kemudian, sebanyak 72,2% untuk pemenuhan kebutuhan mereka dan 72,9% produk *E-Wallet* dianggap sangat bermanfaat. Sebanyak 68,3% pengguna menilai *E-Wallet* sangat mudah diunakan dan 66,2% membuat penggunaan waktu lebih efisien serta 32,8% beranggap layanan *E-Wallet* ini cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhannya (Setyowati, 2019).

Penggunaan *E-Wallet* sangat diminati kalangan muda khususnya mahasiswa. Menurut penelitian dari Director Customer Experience Ipsos Indonesia, 68% pengguna *E-Wallet* adalah kalangan muda dikarenakan tingkat produktivitasnya jauh lebih aktif dibanding kalangan lain (Intan, 2020). Gaya hidup kalangan muda saat ini khususnya mahasiswa memang lebih mengedepankan hal-hal yang up to date. Hal ini membuat mahasiswa mulai memanfaatkan Perkembangan teknologi khususnya pada *Fintech (financial technology)* dalam melakukan transaksi perbelanjaan. Promo-promo yang ditawarkan menjadi motivasi utama mahasiswa menggunakan *E-Wallet*. Semakin seringnya mereka menggunakan *E-Wallet*, semakin

meningkat pula kenyamanan yang dirasakan, sehingga timbul loyalitas untuk menggunakan tidak hanya karena penawaran promo yang menarik (Catriana, 2020).

Pola perilaku penggunaan dompet digital terbagi menjadi dua segmen usia yakni generasi Millenial dan Gen Z. Berdasarkan survei Ipsos, pengguna dompet digital mayoritas adalah generasi muda yang sudah memiliki kemampuan bayar. Persentase pengguna dompet digital tertinggi berada dalam rentang 25–40 tahun. Dalam rentang usia tersebut usia yang paling banyak melakukan pengisian (top-up) saldo untuk dompet digital adalah pengguna usia 25–29 tahun. Sedangkan usia yang lebih tua cenderung untuk mengisi saldo lebih sedikit (Ramadhan, 2020)



Gambar 2. Grafik E-Wallet Entry Point

Generasi milenial dikenal dengan sebutan generasi Y, yang merupakan orang-orang yang lahir setelah antara tahun 1980-2000an (RUMAH, 2017). Berarti millennial sebagai generasi muda saat ini berumur antara 17 – 37 tahun (Ramadhan, 2020). Apabila kita perhatikan mahasiswa saat ini tergolong dalam generasi milenial. Dalam menggunakan teknologi, generasi milenial dapat dibilang cukup mahir akan hal tersebut. Mereka lahir pada saat TV berwarna, *handphone* dan internet sudah ada, dan tentu mempunyai beberapa kebiasaan dan karakter tersendiri dari generasi sebelumnya. Karakter yang ditimbulkan generasi milenial ini diantaranya tidak bisa jauh dari *gadget*, tidak bisa jauh dari sosial media serta menyukai segala hal yang bersifat instan dan cepat (SEVIMA, 2017) Ada satu kebiasaan yang mulai timbul dari perkembangan teknologi yang dirasakan oleh generasi milenial ini yaitu mulai menyukai transaksi keuangan secara non tunai (*cashless*). Hadirnya generasi milenial sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang membawa percepatan pembangunan suatu bangsa di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor ekonomi (Aulia, 2020).

Adanya perubahan teknologi *fintech* memberikan alternatif dan kemudahan pembayaran kepada konsumen. Dikutip dari (Aulia, 2020) perubahan teknologi menciptakan sebuah kebiasaan baru yaitu *cashless society* yang merupakan transaksi keuangan dengan cara pembayaran elektronik dalam kegiatan perekonomian sebagai pengganti pembayaran uang tunai. Kebiasaan ini memiliki tujuan sama dalam bertransaksi keuangan menggunakan debit, kredit, ataupun metode elektronik yang dapat diakses melalui *gadget* sehingga memudahkan konsumen (Aulia, 2020). Salah satu produk jasa untuk transaksi non tunai yaitu *E-Wallet* atau dompet digital. *E-Wallet* adalah jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi di mana

pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi online, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang online, dan tiket penerbangan (Rosmayanti, 2019). Banyak kemudahan yang diperoleh dari penggunaan *E-Wallet* ini diantaranya dapat diakses oleh semua kalangan. Ciri *E-Wallet* sangat mendukung karakter generasi milenial yaitu cepat, instan, mudah digunakan, dan dapat dioperasikan dari satu gadget. Ciri tersebut kemudian menjadi kelebihan dari *E-Wallet*. Generasi milenial khususnya mahasiswa yang pada dasarnya memiliki keinginan untuk bergaya hidup sesuai tren saat ini, tidak menutup kemungkinan juga bahwa hidup konsumtif pada kalangan mahasiswa terjadi. Promo berupa diskon yang diberikan oleh merchant menjadi daya tarik tersendiri (Emik & Hasanuddin, 2020). Individu akan menggunakan teknologi informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat atau kegunaan (*usefulness*) positif atas penggunaanya (Lindawati & Salamah, 2011). Mahasiswa sebagai generasi milenial akan menggunakan perkembangan teknologi yang sesuai dengan karakter mereka seperti *E-Wallet* ini karena mereka sedikit banyak telah mengetahui manfaat atas penggunaannya.

Hal ini juga berpengaruh pada mereka dalam menentukan keputusan pembelian. Keputusan Pembelian menurut (Aditia & Suhaji, 2012) adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk. Keputusan pembelian juga sebagai tahap penilaian keputusan yang menyebabkan pembeli membentuk pilihan di antara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan dan membentuk maksud untuk membeli (Aditia & Suhaji, 2012). Saat ini *E-Wallet* sudah banyak macam jenisnya. Tidak menutup kemungkinan generasi milenial khususnya mahasiswa ini akan mempertimbangkan keputusan pembelian mereka dengan membandingkan beberapa jenis *E-Wallet*. Proses ini merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas enam tahap yaitu: menganalisa keinginan dan kebutuhan, menilai beberapa sumber yang ada, menetapkan tujuan pembelian, mengidentifikasi alternatif pembelian, mengambil keputusan untuk membeli dan perilaku sesudah pembelian.

2. Metodologi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan analisis data sekunder. Analisis data sekunder merupakan analisis data yang dilakukan terhadap data yang sudah ada tanpa perlu melakukan wawancara, survey, observasi dan teknik pengumpulan data tertentu lainnya. Data sekunder diperoleh masing-masing website/aplikasi penyedia jasa *E-Wallet*, yakni: www.ovo.id, dan www.gojek.com/gopay/. Pemanfaatan data sekunder biasanya dipergunakan untuk pemahaman masalah guna sarana pendukung agar dapat memahami masalah yang diteliti, selain itu data sekunder dapat digunakan untuk memperjelas masalah menjadi lebih operasional dalam penelitian karena didasarkan pada data sekunder yang tersedia, serta mengetahui komponen-komponen situasi lingkungan yang mengelilinginya.

Selain itu pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan dengan mencari dan membaca jurnal-jurnal untuk memperoleh landasan teori yang relevan dengan pokok masalah. Studi kepustakaan peneliti membaca, mencari, mempelajari jurnal-jurnal dan website tertentu untuk mendapatkan landasan teori yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang akan dibahas.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif. Menurut (Moleong, 2018) “deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan

mendeskripsikan data melalui kata-kata tertulis yang menggambarkan realitas yang sebenarnya sesuai dengan fenomena yang ada secara rinci dan detail". Metode yang digunakan yaitu pengambilan simpulan dari pernyataan atau fakta-fakta khusus yang ditarik menuju persoalan yang spesifik dan kemudian dibuat simpulan umum yang dikaitkan dengan teori-teori yang tersedia (Tineges, 2021).

3. Hasil dan Pembahasan

Perkembangan teknologi memberikan manfaat kepada setiap generasi, tetapi hanya generasi yang mampu beradaptasilah yang akan bisa mengendalikan teknologi, termasuk mahasiswa yang menjadi generasi milenial. Kehidupan generasi milenial saat ini sudah dalam keadaan serba teknologi secara logika mereka akan cepat beradaptasi sehingga teknologi akan membantu mereka dalam menjalankan keberfungsiannya. Salah satunya penggunaan *E-Wallet* untuk pemenuhan kebutuhan transaksi sehari-sehari mereka. Berbagai macam fitur dan kemudahan dalam menggunakan aplikasinya membuat mereka tertarik untuk memanfaatkan pengembangan teknologi keuangan ini.

Salah satu kunci keberhasilan *E-Wallet* yaitu kemudahan pengisian ulang saldo untuk bertransaksi di *E-Commerce*. Alat pembayaran yang biasanya disediakan dalam bertransaksi pada e-commerce mencakup kartu kredit online, dompet digital (*E-Wallet*), tunai digital, *stored-valued online*, *digital accumulating*, pembayaran cek digital dan sistem pembayaran *wireless* (Nawawi, 2020). Saat ini *E-Commerce* sangat diminati mahasiswa karena dapat langsung di akses melalui gadget masing-masing. Ada dua pelaku dalam *E-Commerce* yaitu *seller* yang menyediakan barang/jasa dan *buyer* yang akan melakukan transaksi pembelian. Kedua pelaku tersebut setidaknya memiliki pengetahuan dasar tentang cara belanja serta pembayaran sebelum menentukan keputusan membeli ataupun menjual di *E-Commerce*.

Perkembangan zaman membuat gaya hidup masyarakat terutama mahasiswa tidak lepas dari penggunaan *gadget*. Sifat konsumtif dan ingin bergaya hidup *up to date* membuat mayoritas mahasiswa memanfaatkan *E-Commerce* untuk memenuhi keinginan tersebut. Mereka meluangkan waktunya untuk melihat dan mencari barang terbaru. Selain itu merchant dalam *E-Commerce* tersebut biasanya menawarkan promo berupa diskon/*cashback* yang menjadi daya tarik (Emik & Hasanuddin, 2020). Hal ini menandakan bahwa pemberian diskon/*cashback* menjadi strategi yang sangat memengaruhi minat beli. *E-Wallet* ini membuat mahasiswa mulai tertarik pada produk tersebut dalam melakukan transaksi perbelanjaan.

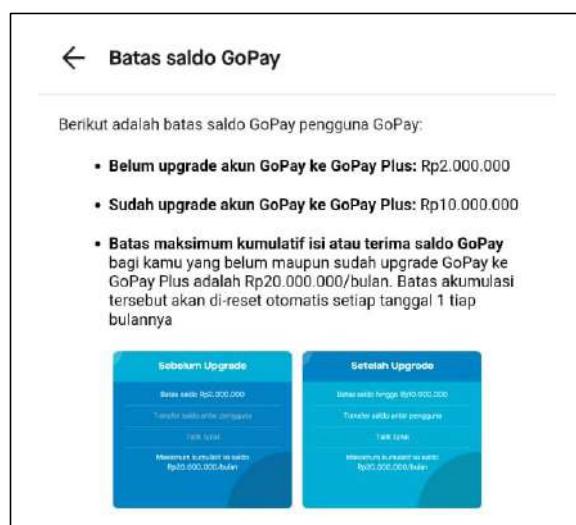
Sebagai generasi muda mahasiswa tidak dapat jauh dari *gadget* mereka (Lee & Kotler, 2016). Selain itu pembayaran *cashless* atau *E-Wallet* telah menjadi bagian gaya hidup mereka dan mereka sangat menyukai media sosial sebagai sarana untuk berekspresi di dunia maya (Moreno et al., 2017). Gaya hidup yang sudah serba *online* menumbuhkan ciri khusus yang menjadi jati diri mereka. Gaya hidup konsumtif pun seakan sudah melekat dikarenakan tuntutan sosial yang terkadang mengharuskan mereka untuk tampil lebih *stylish* atau mengikuti mode masa kini. Salah satu *platform* yang sedang diminati yaitu dompet digital atau *E-Wallet*. *E-Wallet* layaknya sebuah dompet untuk menyimpan yang sangat fleksibel bahkan dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

Menurut Pasal 1 Angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, *E-Wallet* adalah layanan elektronik

untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran (Indonesia, 2018). Layanan *E-Wallet* yang masuk kedalam kategori e-money bersifat server based yaitu nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*. *E-Wallet* juga masuk kedalam Pengelompokan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran. *E-Wallet* dapat digunakan untuk menyimpan uang dengan nominal yang cukup besar. Contohnya pada OVO dan Gopay masing-masing dapat menyimpan uang mulai dari Rp.2.000.000, hingga Rp. 10.000.000 (Pusparisa, 2020).



Gambar 3. Gambar layar batas maksimum pengisian saldo OVO



Gambar 4. Gambar layar batas maksimum pengisian saldo Gopay

Fitur *E-Wallet* yang tersedia dan cukup menarik mahasiswa untuk menggunakan diantaranya merchant, promosi, pembayaran tagihan, pembayaran transportasi *online*, dan pembayaran pemesanan makanan online. Fitur merchant menjadi aspek yang penting karena semakin banyak mitra, maka peluang untuk mendapat perhatian konsumen akan semakin besar juga. Misalnya, pembelian tiket film di Cinema XXI dengan diskon tertentu. Hal ini akan

menarik perhatian mahasiswa yang mempunyai hobi menonton film di bioskop favorit mereka dengan menggunakan *E-Wallet*. OVO ataupun Gopay saat ini telah mempunyai 60.000 outlet lebih yang tersebar di seluruh Indonesia. Selanjutnya fitur promosi yang ditawarkan OVO dan Gopay. Saat ini fitur promosi yang sering dipasarkan oleh OVO yaitu berupa *cashback* mulai dari 10% hingga 70% tergantung kesepakatan antara *merchant/e-commerce* dengan OVO. Promo tersebut biasanya hanya ada pada jangka waktu tertentu. Hal ini cukup berpengaruh bagi pengguna baru yang tertarik untuk menggunakan *E-Wallet* karena iklan penawaran yang diberikan perusahaan.



Gambar 5. Promo OVO x ZALORA



Gambar 6. Promo Baper Gopay

Kemudian ada fitur pembayaran tagihan dan pembelian pulsa. Fitur ini memudahkan pengguna untuk membayar tagihan-tagihan berupa tagihan listrik, telepon, air PAM, internet dan asuransi. Selain itu pengguna juga bisa melakukan pengisian pulsa dimanapun dan kapanpun hanya dalam satu aplikasi. Selain itu, e-wallet juga dipergunakan dalam salah satu aplikasi Gojek/Grab yaitu Gofood/Grab Food. OVO atau Gopay ini menjadi alternatif pilihan pembayaran selain pembayaran tunai. Mekanismenya sangat mudah yaitu dengan topup saldo OVO atau Gopay kemudian saldo tersebut akan otomatis terpotong sesuai dengan nominal pesanan yang dilakukan. Selain melalui fitur dalam aplikasi, OVO atau Gopay juga dapat digunakan untuk pembayaran transaksi di merchant yang bekerjasama. Cara pembayarannya cukup dengan *scan barcode* kemudian saldo otomatis akan terpotong sesuai nominal pesanan.

Fitur terakhir yang cukup diminati mahasiswa yaitu untuk pembayaran transportasi *online*. Seperti yang diketahui OVO dan Gopay sama-sama menjadi dompet digital atau sarana

pembayaran pada aplikasi masing-masing. OVO untuk Grab, dan Gopay untuk Gojek. Hal ini cukup membuat kebiasaan baru bagi mahasiswa untuk menerapkan *cashless* atau mengurangi penggunaan uang tunai. Di masa pandemi covid 19, ini merupakan salah satu hal yang harus diterapkan karena semua orang harus patuh akan protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah diantaranya patuh mencuci tangan. Dengan adanya *E-Wallet* diharapkan dapat mengurangi kontak dengan benda-benda disekitar yang dimana benda itu tidak tahu telah tersentuh oleh siapa saja.

Selain penawaran promo-promo yang menarik, adanya *E-Wallet* menciptakan kenyamanan bagi penggunanya. Gaya konsumtif mayoritas mahasiswa merupakan salah bentuk kenyamanan hadirnya *E-Wallet* di kehidupan mereka. Hal ini juga membuat eksistensi *E-Wallet* dapat bertahan lama di masyarakat karena mudah dalam menciptakan kenyamanan bagi penggunanya. Kenyamanan yang diberikan yaitu *all in one apps*, berbagai fitur dapat diakses hanya dengan satu aplikasi ditambah dengan promo-promo yang ditawarkan. *E-Wallet* cukup merubah perspektif mahasiswa bahwa untuk berbelanja tidak terkesan berlebihan atau boros, dikarenakan tidak menggunakan uang tunai. Tetapi, hal ini harus segera dikontrol bagi masing-masing individu yang merasakan dampak penggunaan dari *E-Wallet*. Kemudahan yang diberikan *E-Wallet* juga menjadi alasan seseorang menggunakan produk tertentu. Mahasiswa lebih suka menyelesaikan suatu hal atau kegiatan dengan ringkas dan cepat. Hanya dengan satu *gadget* dan satu aplikasi, mahasiswa dapat menentukan keputusan tercepat untuk menyelesaikan hal-hal tersebut.

Suatu produk akan semakin berkualitas jika perusahaan bekerja keras untuk melakukan perbaikan peningkatan kualitas sesuai dengan tuntutan permintaan konsumen (Palopo & Ramadhan, 2021). Selain untuk melakukan transaksi pembelian, *E-Wallet* juga bermanfaat di bidang pendidikan di beberapa Universitas. Gopay telah menjadi pionir pelayanan pembayaran SPP secara digital. Kemudian OVO ikut berinovasi untuk mengikuti jejak Gopay dalam peningkatan kualitas layanan. Saat ini sudah ada 3 Universitas di Indonesia yang menggunakan *E-Wallet* sebagai alat pembayaran di setiap kegiatan transaksinya. Seperti pembayaran buku/modul kuliah, kantin, koperasi, bazar mahasiswa, hingga pembayaran wisuda. Hal tersebut dikemukakan oleh Presiden Direktur OVO Karaniya Dharmasaputra (Fuad, 2020). Era industri 4.0 tidak bisa menutup kemungkinan sistem pelayanan digital yang semakin meluas, hal tersebut dikemukakan oleh Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat Kemendikbud Ade Erlangga. Sehingga inovasi dari swasta termasuk inovasi teknologi telah menjadi unsur penting dalam meningkatkan kemudahan masyarakat saat ini. Hal tersebut berlaku pula di dunia pendidikan.

4. Kesimpulan dan Saran

Kemunculan pandemik Covid-19 menjadi faktor pendukung peralihan dari transaksi offline ke online (Acosta, 2020). Dikalangan mahasiswa, media digital sudah menjadi DNA mereka (Lee & Kotler, 2016) sehingga melakukan transaksi secara *online* sudah menjadi kebutuhan. Sehingga penggunaan *E-Wallet* sangat berperan besar bagi kehidupan mahasiswa. Misalnya, untuk melakukan transaksi belanja *online*, transportasi online, pengisian pulsa, pembayaran tagihan, pembayaran di *merchant* yang bekerja sama dengan perusahaan OVO maupun Gopay. Selain untuk transaksi pembelian, *E-Wallet* juga berperan di bidang pendidikan. *E-Wallet* di bidang pendidikan digunakan sebagai alat pembayaran di setiap

kegiatan transaksinya. Seperti pembayaran buku/modul kuliah, kantin, koperasi, bazar mahasiswa, hingga pembayaran wisuda.

Perusahaan baik OVO atau Gopay dibawah naungan Gojek sangat pandai melihat peluang besar bahwa mahasiswa dapat menjadi target utama mereka dalam pemanfaatan teknologi ini. Selain mengikuti tren kekinian, *E-Wallet* juga berperan sebagai alasan mahasiswa untuk menentukan keputusan pembelian. Alasan-alasan tersebut diantaranya penawaran promo, banyak *merchant* yang bekerja sama, kenyamanan penggunaan, dan kemudahan mengoperasikan aplikasi. Konsep *all in one apps* sangat bermanfaat bagi mahasiswa terutama dalam hal bertransaksi online. Kecepatan dan kemudahan penggunaan membuat mereka ingin terus menerus menggunakan *E-Wallet* sebagai pengganti transaksi uang tunai.

Tetapi dibalik keunggulan yang diperlihatkan, mahasiswa juga harus tetap mengontrol dirinya untuk belajar lebih produktif, seperti rajin menabung dan memanfaatkan *E-Wallet* untuk menunjang kegiatan dalam pendidikan. Sehingga tidak terjebak dalam gaya hidup konsumtif dan bisa lebih bijak menggunakan teknologi *fintech* seperti *E-Wallet* ini.

5. Daftar Pustaka

- Aditia, F., & Suhaji. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju "MINT" Di Counter Java Mall Semarang Factors That Influence Purchasing Decisions of "MINT" Dress At The Counter Java Mall Semarang. Sekolah Tinggi Ilmi Ekonomi Widya Manggala, 1–24.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital. Jurnal Komunikasi, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Catriana, E. (2020, Februari 12). *Studi: 68 Persen Pengguna Dompet Digital adalah Milenial*. From Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2020/02/12/131300826/studi--68-persen-pengguna-dompet-digital-adalah-milenial>
- Devita, V. D. (n.d.). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?* From iprice.co.id: <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Emik, J., & Hasanuddin, U. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. 3.
- Fuad, H. (2020, Februari 18). *OVO Bersiap Ikuti Gopay Layani Pembayaran SPP Sekolah*. From ekbis.sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1530562/178/ovo-bersiap-ikuti-jejak-gopay-layani-pembayaran-spp-sekolah>
- Indonesia, B. (2018). Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik.
- Intan, N. (2020, Januari 15). *Gopay dan Ovo jadi Alat Pembayaran Paling Digemari Milenial*. From republika.co.id: <https://republika.co.id/berita/q45086349/gopay-dan-ovo-jadi-alat-pembayaran-paling-digemari-milenial>
- Lee & Kotler. (2016). Ecommerce Chart: Online shopping behaviors of millennials versus baby boomers. Small Business and the City.
- Lindawati, H., & Salamah, I. (2011). Pemanfaatan Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Individual Karyawan. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 14(1), 56–67. <https://doi.org/10.9744/jak.14.1.56-68>

Moleong, L. J. (2018). In L. J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif* (p. 3). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moreno, F. M., Lafuente, J. G., Carreón, F. Á., & Moreno, S. M. (2017). The Characterization of the Millennials and Their Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies*. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n5p135>

Nawawi, H. H. (2020). Jurnal Emik, Volume 3 Nomor 2, Desember 2020. *Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa*.

Palopo, C. K., & Ramadhan, F. P. (2021). JEMMA (Jurnal of Economic , Management , and Accounting) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko. *Jurnal of Economic, Management, and Accounting*, 4, 85–95.

Pusparisa, Y. (2020, Oktober 29). *Mana yang Paling Favorit, E-Money atau E-Wallet?* From katadata.co.id: <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5f97c41b49705/mana-yang-paling-favorit-e-money-atau-e-wallet>

Rachmatunnisa. (2020, Agustus 24). *Dari GoPay sampai Dana, Pemain Lokal Dominasi Pasar Dompet Digital*. From detikInet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5144319/dari-gopay-sampai-dana-pemain-lokal-dominasi-pasar-dompet-digital>

Ramadhan, B. (2020, Februari 19). *Pengguna Dompet Digital di Indonesia Mulai Tidak Terpengaruh Promo*. From teknoia.com: <https://teknoia.com/pengguna-dompet-digital-di-indonesia-mulai-tidak-terpengaruh-promo-cd5821edf144>

Rosmayanti. (2019, Januari 24). *Apa Itu Dompet Digital?* From wartaeconomia.co.id: <https://www.wartaeconomia.co.id/read212834/apa-itu-dompet-digital>

RUMAH, P. (2017, Maret 08). *Siapa itu Generasi Millennial?* From RumahMillennials.com: <https://rumahmillennials.com/siapa-itu-generasi-millenials/#.YF1QE8zY2w>

Setyowati, D. (2019, November 27). *Riset: Kalahkan OVO, GoPay Paling Banyak Digunakan Tahun Ini*. From Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4c5442912/riset-kalahkan-ovo-gopay-paling-banyak-digunakan-tahun-ini>

SEVIMA, A. (2017, November 06). *Mahasiswa Milenial & Karakter yang Harus Diketahui Pihak Perguruan Tinggi*. From sevima.com: <https://sevima.com/mahasiswa-milenial-karakter-yang-harus-diketahui-pihak-perguruan-tinggi/>

Soto-Acosta, P. (2020). COVID-19 Pandemic: Shifting Digital Transformation to a High-Speed Gear. *Information Systems Management*. <https://doi.org/10.1080/10580530.2020.1814461>

Tineges, R. (2021, Januari 18). *Mengenal Macam Analisis dengan Metode Analisis Data Sekunder*. From dqlab.id: <https://www.dqlab.id/mengenal-macam-analisis-dengan-metode-analisis-data-sekunder#:~:text=Analisis%20data%20sekunder%20adalah%20analisis%20data%20yang%20dilakukan%20terhadap%20data,%2C%20bappenas%2C%20laporan%20bulanan%20perusahaan>



Strategi Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa Di Desa Bungurasih

Etha Listiany Supardi ¹, Gideon Setyo Budiwitjaksono ^{1*}

¹*Program Studi Akuntansi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur*

**Correspondent Email: ethalistiany9199@gmail.com*

Article History:

Received: 11-04-2021; Received in Revised: 29-04-2021; Accepted: 12-05-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.733>

Abstrak

Tujuan dari riset ini adalah untuk menganalisis strategi pengelolaan bumdes di Desa Bungurasih serta menganalisis strategi yang diterapkan bumdes dalam meningkatkan pendapatan asli di Desa Bungurasih. BUMDes Rosa Bungur Mandiri adalah sebuah bumdes yang berlokasi di Desa Bungurasih serta telah aktif sejak tahun 2018. Jenis riset yang dipergunakan adalah riset deskriptif serta menggunakan metode kualitatif. Fokus riset ini adalah pengelolaan aset desa yang dikelola oleh BUMDes Rosa Bungur Mandiri. Proses pengumpulan data yang dipergunakan adalah studi lapangan (wawancara dan observasi) serta dokumen pendukung dari BUMDes Rosa Bungur Mandiri. Keyman yang digunakan dalam riset ini berjumlah 5 (lima) orang yang terdiri dari direktur BUMDes Rosa Bungur Mandiri, sekretaris BUMDes Rosa Bungur Mandiri, dan 3 orang pengelola unit usaha BUMDes Rosa Bungur Mandiri. Proses analisis yang dipergunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil riset dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan BUMDes Rosa Bungur Mandiri dapat dikatakan belum sepenuhnya optimal namun BUMDes Rosa Bungur Mandiri mampu menyumbang pendapatan asli di Desa Bungurasih dengan unit usaha yang dimiliki.

Kata kunci: BUMDes, PADes, Pengelolaan Aset Desa, Strategi

Abstract

The purpose of this research is to analyze the management strategy of bumdes in Bungurasih Village and to analyze the strategies applied by bumdes in increasing real income in Bungurasih Village. BUMDes Rosa Bungur Mandiri is a bumdes located in Bungurasih Village and has been active since 2018. The type of research used is descriptive research and qualitative methods. The focus of this research is the management of village assets managed by BUMDes Rosa Bungur Mandiri. The data collection process used was field studies (interviews and observations) and supporting documents from BUMDes Rosa Bungur Mandiri. The keyman used in this research amounted to 5 (five) people consisting of BUMDes Rosa Bungur Mandiri director, BUMDes Rosa Bungur Mandiri secretary, and 3 managers of the BUMDes Rosa Bungur Mandiri business unit. The analysis process used is data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Based on the results of the research, it can be concluded that the strategy applied by BUMDes Rosa Bungur Mandiri can be said to have not been fully optimal, but BUMDes Rosa Bungur Mandiri is able to contribute the original income in Bungurasih Village with its business.

Keywords: BUMDes, PADes, Management of village assets, Strategy

1. Pendahuluan

Pembangunan nasional merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana tertuang dalam pembukaan UUD 1945 Alinea ke-4, menyejahterakan masyarakat merupakan salah satu tujuan Negara Indonesia. Perwujudan kesejahteraan utamanya dicapai melalui rencana pembangunan yang terencana, komprehensif, serta berjangka panjang (Hendri, 2020). Dengan adanya pembangunan yang terencana akan membantu desa maupun daerah tertinggal lainnya untuk membangun kemandirian dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang adil dan merata. Hal ini penting karena desa merupakan wilayah dengan tingkat kemiskinan tertinggi di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik, persentase kemiskinan yang ada di daerah pedesaan pada September 2019 sebesar 12,60% naik menjadi 12,82%. Dengan menempatkan desa sebagai sasaran pembangunan akan membantu dalam mengurangi berbagai kesenjangan pendapatan, kesenjangan kaya dan miskin, serta kesenjangan desa dan kota dapat lebih diwujudkan (Wicaksono dkk, 2017).

Desa merupakan wilayah terkecil didalam pemerintah Indonesia yang berinteraksi langsung dengan masyarakat. Salah satu misi pemerintah adalah membangun wilayah pedesaan dengan cara memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan produktivitas dan keberagaman usaha pedesaan serta menyediakan sarana dan pra sarana untuk mendukung perekonomian pedesaan, membangun dan memperkuat institusi yang mendukung rantai produksi dan pemasaran, serta mengoptimalkan sumber daya sebagai dasar pertumbuhan ekonomi pedesaan (Fitriska, 2017). Untuk mendukung keberhasilan ini, desa sangat membutuhkan peran serta masyarakat. Hal ini dikarenakan keberhasilan dari pembangunan nasional tidak terpisahkan dari peran serta masyarakat. Kesadaran serta partisipasi masyarakat merupakan salah satu kunci keberhasilan pembangunan, dalam hal ini realisasi tujuan pembangunan perlu ditunjukkan oleh kebijaksanaan pemerintah (Akbar dkk, 2018).

Sehubungan dengan sistem desentralisasi di era otonomi daerah, pemerintah desa memiliki wewenang untuk meningkatkan pendapatan asli desa tanpa campur tangan pemerintah pusat. Dengan adanya pemberian wewenang ini sangat diharapkan suatu daerah mampu meningkatkan kapasitas pembangunan di daerahnya serta timbulnya semangat kompetitif yang tinggi dengan daerah lain dalam konteks pembangunan daerah (Irawati & Martanti, 2017). Adapun tujuan dari otonomi daerah adalah untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah, mengurangi kesenjangan masyarakat dan meningkatkan kualitas pelayanan publik agar lebih efisien dan dependesif terhadap kebutuhan, potensi maupun karakteristik dan kebutuhan masyarakat di berbagai daerah (Syukri & Didiaryono, 2018) (Syukri & Hinaya, 2019). Dalam pelaksanaan otonomi daerah, masing-masing daerah mendapat kesempatan untuk mengelola potensi sumber daya atau aset desa yang dimiliki sehingga dapat dimaksimalkan dengan baik. Pengelolaan aset juga dapat berpengaruh terhadap meningkatkan pembangunan desa, penyediaan sarana dan pra sarana yang memadai serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berdampak pada peningkatan indeks pembangunan manusia (Didiaryono dkk, 2017) (Azbihardiyanti, 2020).

Pendapatan asli desa dapat dikatakan sebagai suatu patokan berkembang atau tidaknya suatu desa. Pengelolaan pendapatan asli desa dilakukan untuk menyelenggarakan pembangunan desa sebagai penambah atau pemasukan sumber pendapatan desa (Saputra dkk, 2019). Menurut UU No. 6 tahun 2014 Pasal 72, sumber pendapatan asli desa meliputi hasil

usaha desa, hasil aset, swadaya dan partisipasi, gotong-royong dan lain-lain. Salah satu bentuk dari kontribusi dalam penyelenggaraan dan pembangunan desa adalah dengan pembentukan badan usaha milik desa atau lebih dikenal dengan istilah BUMDes. Bumdes memiliki landasan hukum yang tertulis dalam UU No. 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 72 tahun 2005 tentang Desa.

BUMDes merupakan salah satu sarana perekonomian melalui berbagai jenis usaha sesuai dengan potensi yang dimiliki desa (Adawiyah, 2018). Menurut UU No. 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah Pasal 213 ayat (1) yang berbunyi *“desa dapat mendirikan badan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa”*. Sedangkan dalam Buku Panduan Pendirian Dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes, 2007) tertulis bahwa bumdes adalah organisasi yang di dirikan di desa, dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa guna untuk memperkuat perekonomian pedesaan yang dibentuk sesuai dengan kebutuhan serta potensi desa. Dari sini dapat diartikan bahwa desa dapat mendirikan badan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan serta potensi desa. Sejalan dengan ini, adanya bumdes sebagai penggerak perekonomian desa memiliki tujuan untuk menggali potensi yang ada untuk dapat dijadikan sebagai pendapatan asli desa sehingga dapat mendukung biaya pembangunan desa melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) yang direncanakan setiap tahun oleh pemerintah desa (Irwani & Bahriannor, 2019).

Di wilayah Sidoarjo, perkembangan bumdes cukup mendapat dorongan kuat dari pemerintah. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah bumdes di tahun 2019 yang hanya 139 bumdes menjadi 178 bumdes di tahun 2020. Desa Bungurasih adalah salah satu desa yang berada di Kabupaten Sidoarjo dan memiliki bumdes yang aktif sejak tahun 2018. Bumdes ini dikenal dengan BUMDes Rosa Bungur Mandiri. Bumdes ini memiliki berbagai macam unit usaha, diantaranya adalah:

- a. Unit usaha gedung serbaguna
- b. Unit usaha Lapangan Sepak Bola Pandan Sari
- c. Unit usaha Wisata Religi Mbah Bungur dan parkir makam

Dalam pelaksanaannya, BUMDes Rosa Bungur Mandiri dapat dikatakan cukup terorganisasi namun dalam pengelolaannya terdapat kendala. Dimana kendala ini disebabkan oleh latar belakang pengurus bumdes yang bukan seorang pengusaha sehingga masih perlu diberikan penyuluhan dan bimbingan dalam mengelola bisnis. Selain sumber daya manusia, pembiayaan serta pencarian investor juga menjadi kendala dalam bumdes. Hal ini dikarenakan pengelola membutuhkan seorang investor serta mitra kerja sama untuk membantu Desa Bungurasih berkembang.

Dari berbagai unit usaha yang dimiliki BUMDes Rosa Bungur Mandiri, unit usaha gedung serbaguna dan parkir makam merupakan dua unit usaha dengan penyumbang tertinggi dalam anggaran pendapatan desa. Umumnya warga Desa Bungurasih maupun warga luar Desa Bungurasih menyewa gedung serbaguna untuk berbagai kegiatan, seperti pernikahan, rapat, seminar, dan kegiatan olahraga. Dari hasil sewa ini nantinya akan digunakan untuk pendapatan asli desa dan biaya operasional. Akan tetapi, pada saat ini hasil sewa dari kedua unit usaha ini mengalami penurunan dan berdampak pada pendapatan asli desa dan kegiatan belanja desa di Desa Bungurasih. Pendapatan desa yang turun akan diikuti dengan turunnya belanja desa sehingga desa tidak dapat memenuhi kebutuhan desa (Sumiati, 2017). Anggaran pendapatan dan belanja desa merupakan unsur penting dalam menentukan terwujudnya pemerintah desa

yang baik (Latjandu & Lintong, 2021). Berikut ini merupakan perbedaan anggaran pendapatan asli desa pada tahun 2019 dan 2020 Desa Bungurasih

Tabel 1. Perubahan Anggaran Pendapatan Desa Bungurasih

Uraian	Anggaran		Bertambah / Berkurang
	2019	2020	
Pendapatan asli desa	Rp 506.475.000	Rp 303.650.000	Rp 202.825.000
Hasil usaha desa	Rp 215.000.000	Rp 15.000.000	(Rp 200.000.000)
Bagi hasil bumdes	Rp 215.000.000	Rp 15.000.000	
Hasil aset desa	Rp 291.475.000	Rp 288.650.000	Rp 2.825.000
Pengelolaan TKD	Rp 181.650.000	Rp 181.650.000	
Kios milik desa	Rp 109.825.000	Rp 107.000.000	

Sumber: Data BUMDes Rosa Bungur Mandiri (2019)

Dapat dilihat pada tabel 1 bahwa pada tahun 2020, pendapatan asli desa yang berasal dari bumdes mengalami penurunan yang cukup drastis. Penurunan ini jauh dari yang ditargetkan oleh Pemerintah Desa Bungurasih. Dimana pada tahun 2019 Pemerintah Desa Bungurasih menganggarkan hasil usaha yang berasal dari bumdes dapat mencapai Rp 215.000.000 di tahun 2020, namun yang terealisasi pada pendapatan asli desa hanya Rp 15.000.000 dengan rincian hasil sewa gedung sebesar Rp 10.000.000 dan hasil sewa parkir makam sebesar Rp 5.000.000.

Terkait dengan fenomena turunnya pendapatan asli desa ini tentu akan berdampak pada kegiatan belanja desa. Bumdes diharuskan mencari upaya yang dapat digunakan dalam membantu meningkatkan kembali pendapatan asli desa. Adapun upaya yang telah dilakukan menurut Direktur BUMDes Rosa Bungur Mandiri adalah menjalin kerjasama dengan pihak ke-3, mengelola aset desa, dan partisipasi masyarakat. Tujuan dari riset ini adalah menganalisis strategi pengelolaan bumdes di Desa Bungurasih dan menganalisis strategi yang diterapkan bumdes dalam meningkatkan pendapatan asli desa.

2. Metodologi

Riset ini dilakukan di Badan Usaha Milik Desa Rosa Bungur Mandiri di Jalan Bungurasih Tengah, No. 7 Desa Bungurasih, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo. Riset dilakukan pada bulan November 2019 hingga Maret 2020. Jenis riset yang dipergunakan adalah riset deskriptif serta menggunakan metode kualitatif. Fokus riset ini adalah pengelolaan aset desa yang dikelola oleh BUMDes Rosa Bungur Mandiri berupa unit usaha gedung serbaguna, unit usaha Lapangan Sepak Bola Pandan Sari, dan parkir makam. Adapun dalam pengelolaan asetnya diambil dari Permendagri No 1 tahun 2016 yang meliputi; perencanaan, pengadaan, penggunaan, pemanfaatan, pengamanan, pemeliharaan, penghapusan, pemindahtanganan, penatausahaan, pelaporan, penilaian, pembinaan, pengawasan, dan pengendalian. Pengumpulan data yang digunakan dalam riset ini adalah studi lapangan yaitu melakukan wawancara dengan pihak – pihak yang berkaitan dengan pengelolaan aset di BUMDes Rosa Bungur Mandiri dan melakukan observasi, dimana peneliti akan ikut serta dalam melakukan pengamatan pada kegiatan yang dilakukan oleh *keyman*.

Peneliti akan mengamati dan mencatat mengenai pengelolaan aset desa oleh BUMDes Rosa Bungur Mandiri. Serta dokumen pendukung berupa laporan keuangan setiap unit usaha di BUMDes Rosa Bungur Mandiri. Keyman yang digunakan dalam riset ini berjumlah 5 (lima)

orang, yaitu direktur BUMDes Rosa Bungur Mandiri, sekretaris BUMDes Rosa Bungur Mandiri, dan 3 orang pengelola unit usaha BUMDes Rosa Bungur Mandiri.

Proses analisis data yang dilakukan dalam riset ini terdapat tiga (3) tahapan yaitu: reduksi data, peneliti akan mengumpulkan data yang berhubungan dengan pengelolaan aset desa oleh BUMDes Rosa Bungur Mandiri. Disini peneliti akan melakukan wawancara dengan *keyman* yang telah dipilih dan akan diberikan pertanyaan mengenai pengelolaan aset desa. Serta dilakukan dokumentasi dan studi kepustakaan sebagai dokumen pendukung untuk riset ini. Setelah data diperoleh, akan dilakukan penyajian data, dimana peneliti akan mengelola data yang diperoleh dari *keyman* untuk disederhanakan sehingga dapat menjadi sebuah informasi yang mudah dipahami. Tahap terakhir adalah melakukan penarikan kesimpulan, dimana kesimpulan disini akan menjawab semua rumusan masalah yang ada. Dari penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pengelolaan aset desa, BUMDes Rosa Bungur Mandiri masih memiliki kendala dalam pendanaan sehingga kegiatan untuk mendukung sarana dan prasarana tidak dapat berjalan dengan efektif. Walaupun memiliki kendala, BUMDes dapat berusaha untuk memaksimalkan kinerjanya untuk dapat menyumbang pendapatannya untuk pendapatan asli desa di Desa Bungurasih.

3. Hasil dan Pembahasan

A. Strategi Pengelolaan BUMDes Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa di Desa Bungurasih

Direktur BUMDes Rosa Bungur Mandiri, Bapak Ichsan, menyampaikan dalam wawancara pada tanggal 30 November 2020 bahwa untuk meningkatkan pendapatan asli desa, bumdes melakukan strategi berupa:

1. Mencari mitra kerjasama dan investor.

Hal ini dikarenakan tanpa adanya seorang investor, desa tidak dapat mengelola tanah kas desa. Investor serta kerjasama dengan pihak ke-3 ini dilakukan guna untuk membantu pembangunan di Desa Bungurasih. Kerjasama dengan investor memegang peran penting dalam membantu bumdes khususnya dibidang keuangan. Hal ini disebabkan, tidak semua kegiatan pembangunan dapat dilakukan oleh pemerintah dan memerlukan peran serta pihak swasta.

2. Partisipasi masyarakat. Masyarakat merupakan unsur penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan didesa. Partisipasi masyarakat ini merupakan bentuk dukungan untuk pemerintah desa dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Tanpa adanya masyarakat yang mendukung kegiatan pemerintah desa, maka dapat dipastikan pembangunan yang ada di desa tidak dapat berjalan dengan baik.

3. Pengelolaan aset. Pemerintah Desa Bungurasih memberikan tanggung jawab kepada BUMDes Rosa Bungur Mandiri untuk mengurus beberapa aset desa, antara lain adalah gedung serbaguna, lapangan sepak bola, dan lahan parkir. Adapun dalam proses pengelolaan asetnya meliputi: perencanaan, pengadaan, penggunaan, pemanfaatan, pengamanan, pemeliharaan, penghapusan, pemindahtanganan, penatausahaan, pelaporan, penilaian, pembinaan, pengawasan, dan pengendalian.

a. Perencanaan

Salah satu proses pengelolaan aset desa yang dilakukan oleh BUMDes Rosa Bungur Mandiri adalah perencanaan. Tahap perencanaan di BUMDes Rosa

Bungur Mandiri dapat dikatakan sudah berjalan dengan baik. Dalam tahap perencanaan, BUMDes Rosa Bungur Mandiri akan melakukan musyawarah desa. Musyawarah desa ini akan dihadiri oleh pengelola bumdes, Kepala Desa, BPD, serta tokoh – tokoh masyarakat. Musyawarah desa ini akan membuat kajian atau konsep mengenai potensi – potensi yang sekiranya bisa dikelola oleh BUMDes yang kemudian ditindaklanjuti oleh Surat Keputusan Kepala Desa. Sedangkan dalam perencanaan setiap unitnya akan diserahkan kepada manager unit usaha dengan pengawasaan pusat dari manajemen BUMDes Rosa Bungur Mandiri. Dalam unit usaha Lapangan Sepak Bola Pandan Sari, sebelum lapangan ini dibuka untuk umum, manajer lapangan akan memperbaiki kondisi lapangan dan menjalin kerjasama dengan vendor lampu sehingga jam sewa untuk lapangan sepak bola dapat ditambah dan mampu menyumbang pada pendapatan asli desa. Selain menjalin kerjasama dengan pihak ke-3, unit usaha lapangan sepak bola membuat strategi dengan mengenalkan Lapangan Sepak Bola Pandan Sari kepada seluruh klub sepak bola yang ada di Surabaya dan Sidoarjo. Hal yang sama juga dilakukan dengan unit usaha gedung serbaguna dan unit usaha parkir makam. Dimana dalam perencanaannya kedua unit ini akan melakukan perbaikan pada gedung dan lahan parkir sehingga warga yang ingin menyewa dapat merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

b. Pengadaan

Dalam proses pengadaan barang yang dilakukan BUMDes Rosa Bungur Mandiri dalam kegiatan operasional diserahkan seluruhnya kepada masing – masing unit usaha. Hal ini dikarenakan unit usaha lebih memahami apa saja kebutuhan yang dibutuhkan dalam mengelola aset. Setiap pengadaan barang manager unit usaha akan melakukan konfirmasi kepada direktur bumdes. Dengan cara ini, maka antara direktur dan setiap unit usaha saling terbuka dan transparan. Dikatakan transparan karena unit usaha tidak menutupi semua transaksi pengadaan barang kepada direktur bumdes, dan bumdes melaporkan semua laporan keuangan kepada pemerintah desa.

c. Penggunaan dan Pemanfaatan

Dalam penggunaan dan pemanfaatan yang dilakukan oleh BUMDes Rosa Bungur Mandiri lebih mengarah kepada penyewaan. Dimana aset desa berupa gedung serbaguna, lapangan sepak bola, dan lahan parkir disewakan kepada warga desa Bungurasih maupun warga luar Desa Bungurasih. Adapun prosedur untuk menyewa jasa ini berbeda pada masing – masing unit usahanya. Pada Lapangan Sepak Bola Pandan Sari, klub sepak bola diharuskan untuk *mem-booking* terlebih dahulu, setelah proses *booking*, penyewa akan diberikan regulasi dan tahap terakhir adalah pemberian *list* jadwal. Sedangkan untuk gedung serbaguna, penyewa akan diberikan surat sewa oleh pihak manager gedung serbaguna sebagai tanda perjanjian. Dan untuk lahan parkir makam, penyewa dapat menyewa lahan parkir secara bulanan dan diharuskan untuk membayar sewa dibuka. Hasil sewa ini tentu akan membantu dalam menunjang operasional masing – masing unit usaha dan membantu dalam meningkatkan pendapatan asli desa.

d. Pengamanan dan Pemeliharaan

Pengamanan yang dilakukan oleh BUMDes Rosa Bungur Mandiri adalah pemagaran serta melengkapi bukti status kepemilikan juga dilakukan. Dalam proses pengamanan dan pemeliharaan unit usaha yang ada di BUMDes Rosa Bungur Mandiri belum sepenuhnya optimal. Hal ini dikarenakan terdapat unit usaha yang masih mendapat kendala dalam pengamanannya. Unit usaha parkir makam belum terpasangi pagar pembatas sehingga membuat penyewa ragu untuk memakai jasa dari parkir makam sebab keamanannya belum optimal. Sedangkan untuk unit usaha Lapangan Sepak Bola Pandan Sari dan unit usaha gedung serbaguna dalam proses pengamanan dan pemeliharaannya sudah berjalan optimal karena kedua unit ini telah dipasangi pembatas dan dikelola dengan baik oleh pengurus unit usaha.

e. Pemindahtanganan dan Penghapusan

Penghapusan aset merupakan kegiatan menghapus dan meniadakan aset desa dari buku data investaris desa. penghapusan aset desa ini dapat berupa beralih kepemilikan, pemusnahan, dan sebab lain. Sedangkan untuk pemindahtanganan dapat meliputi tukat menukar, penjualan, dan penyertaan modal pemerintah desa. Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa BUMDes Rosa Bungur Mandiri belum pernah melakukan pemindahtanganan dan penghapusan terhadap aset desa yang dimiliki. Hal ini dikarenakan bertentangan dengan peraturan desa. Namun terdapat pengecualian, yaitu jika aset desa tersebut dilepas atau tukar guling dan sesuai dengan aturan pemerintah.

f. Penatausahaan, Pelaporan dan Penilaian

Proses pelaporan dalam BUMDes Rosa Bungur Mandiri adalah dengan dibuatkannya laporan keuangan setiap bulan, triwulan, dan tahunan. laporan keuangan dari pengelolaan aset ini nantinya akan dipertanggungjawabkan kepada kepala desa. Setiap unit usaha diharuskan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran yang terjadi setiap bulannya dan diberikan kepada bendahara BUMDes Rosa Bungur Mandiri. Setiap unit usaha akan membuat laporan keuangan secara manual yang nantikan akan di pertanggungjawabkan kepada Kepala Desa Bungurasih. Dari laporan keuangan manual atau yang ditulis tangan ini akan dirubah oleh bendahara BUMDes Rosa Bungur Mandiri dalam bentuk excel. Laporan keuangan ini yang nantinya akan ditunjukkan kepada kepala desa. Dengan cara tersebut, baik kepala desa dan bumdes akan mengetahui semua transaksi – transaksi dari masing – masing unit usaha.

g. Pembinaan, Pengawasan, dan Pengendalian

Berdasarkan hasil wawancara, BUMDes Rosa Bungur Mandiri melakukan pembinaan berupa pelatihan maupun studi banding. Selain dari bumdes, pelatihan juga diberikan secara langsung oleh kecamatan. Untuk proses pengawasannya, diserahkan sepenuhnya kepada unit – unit usaha dan sudah berjalan dengan baik. Dimana setiap unit usaha berusaha untuk dapat menjaga dan mengelola aset desa yang ada dan diawasi sepenuhnya oleh kepala desa.

h. Hambatan Dalam Proses Pengelolaan Aset

Dalam pengelolaan aset desa akan selalu ada kendala yang menjadi hambatan dalam kegiatan operasionalnya. Begitu juga dengan BUMDes Rosa Bungur Mandiri, yang mana dalam proses pengelolaannya memiliki hambatan, yaitu masalah pendanaan. Tanpa adanya dana, maka kegiatan operasional di masing – masing unit usaha tidak dapat berjalan. Dalam unit usaha lapangan sepak bola, pihak manager harus memulai semua persiapan dari nol, hal ini dikarenakan tidak dimilikinya peralatan untuk memperbaiki lapangan, sehingga pihak manager lapangan sepak bola meminta dana kepada pihak bumdes untuk dapat membeli peralatan seperti mesin pemotong rumput untuk memperbaiki kondisi lapangan. Selain itu dalam unit usaha parkir makam, membutuhkan dana untuk bisa memberikan pagar disekitar lahan parkir sehingga keamanan bisa menjadi lebih baik.

B. Analisis Strategi Pengelolaan BUMDes Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa di Desa Bungurasih

Berdasarkan hasil riset, pengelolaan yang dilakukan BUMDes Rosa Bungur Mandiri dapat dikatakan sudah efektif. Dijelaskan oleh Direktur BUMDes Rosa Bungur Mandiri bahwa bumdes memiliki pertanggungjawaban atas dana yang diberikan Pemerintah Desa Bungurasih sehingga membuat bumdes diharuskan untuk mampu mengelola aset yang ada semaksimal mungkin. Unit usaha pengelolaan aset mampu membuat perencanaan dengan baik sehingga unit usaha dapat memberikan dampak positif untuk pendapatan asli desa. Walaupun dalam proses pelaksanaannya masih terdapat terkendala namun pihak unit usaha mampu berkerja sama untuk dapat menyumbang dalam pendapatan asli desa.

4. Kesimpulan

Pengelolaan aset menurut Peraturan Menteri dalam Negeri Nomor 1 Tahun 2016 dapat dikatakan belum sepenuhnya optimal. Hal ini dikarenakan masih ada kekurangan untuk pengamanan dalam unit usaha. Sedangkan untuk tahap perencanaan yang mana aset desa disusun melalui musyawarah desa. Bumdes juga dapat memanfaatkan aset yang dikelola dengan baik sehingga mampu meningkatkan pendapatan asli desa. Dalam pelaporan laporan keuangan yang merupakan bentuk pertanggungjawaban bumdes kepada Pemerintah Desa Bungurasih selalu dilaporan setiap akhir tahun anggaran. Sedangkan untuk kendala yang dialami dalam pengelolaan aset di BUMDes Rosa Bungur Mandiri yaitu, pendanaan yang kurang untuk melaksanakan kegiatan operasional unit usaha. Sehingga kegiatan untuk mendukung sarana dan prasarana tidak dapat berjalan dengan efektif.

Dalam meningkatkan pendapatan asli desa, Badan Usaha Milik Desa Rosa Bungur Mandiri mampu menyumbang pendapatan asli desa di Desa Bungurasih. Hasil dari bumdes ini berasal dari setiap unit usaha yang dimiliki bumdes termasuk unit usaha gedung serbaguna, unit usaha Lapangan Sepak Bola Pandan Sari, dan unit usaha parkir makam. Meskipun pada tahun 2019 pendapatan yang berasal dari bumdes mengalami penurunan, akan tetapi saat ini bumdes masih mampu berkontribusi pada pendapatan asli desa di Desa Bungurasih.

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan adalah bumdes lebih memberikan pelatihan atau bimbingan mengenai pembukuannya. Bumdes perlu membuat kerangka excel yang dapat digunakan setiap unit usaha untuk mempermudah dalam Menyusun laporan

keuangan sehingga tidak perlu mencatat secara manual, serta masyarakat desa diharapkan mampu ikut serta dalam mengawasi dan menjaga aset desa.

5. Daftar Pustaka

- Adawiyah, R. (2018). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berbasis Aspek Modal Sosial (Studi Pada BUMDes Surya Sejahtera, Desa Kedungturi, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 6, 1–15.
- Akbar, M. F., Suprapto, S., & Surati. (2018). Partisipasi Masyarakat Dalam Perencanaan Pembangunan di Desa Jatimulya Kabupaten Boalemo. *Publik : Jurnal Ilmu Administrasi*, 6(2), 135.
- Azbihardiyanti, A. (2020). Optimalisasi Pengelolaan Aset Desa Studi Di Desa Simorejo Kec Kepohbaru Kab Bojonegoro. *Jurnal Publika*, 8 (1).
- Buku Panduan Pendirian dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*. (2007). Pimpinan Pusat Relawan Pemberdayaan Desa Nusantara (PP - RPDN).
- Didiharyono, D., Marsal, M., & Nasruddin, N. (2017). Multivariate Regression Analysis with KICC Method In Measuring of Society Welfare In South Sulawesi. *Journal of Math Sciences*, 2(2), 5-13.
- Fitriska, K. (2017). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Lancang Kuning Kecamatan Bintan Utara. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 5(2), 29–34.
- Hendri, W. (2020). Kajian Desentralisasi Fiskal Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(2).
- Irawati, D., & Martanti, D. E. (2017). Transparasi Pengelolaan Laporan Keuangan BUMDes Terhadap Pelaporan Aset Desa (Studi Fenomenologi Pada BUMDes Desa Karangbendo Kec Ponggok Kab Blitar). *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Ekonomi Dan Bisnis*, 2017, 41–51.
- Irwan, & Bahriannor. (2019). Pengelolaan Bumdes Hanjak Maju Dalam Berkontribusi Pada Pendapatan Asli Desa di Desa Hanjak Maju Kecamatan Kahayan Hilir Kabupaten Pulang Pisau. *Urnal Anterior*, 19(1), 141–147.
- Latjandu, L. D., & Lintong, D. N. (2021). Pengelolaan dan Pertanggungjawaban Anggaran Pendapatan Belanja Desa Di Daerah Kepulauan Kawasan Timur Indonesia (Studi Di Desa Beo Kecamatan Beo Kabupaten Kepulauan Talaud). *Jurnal EMBA*, 9(1), 46–51.
- Saputra, K. A. K., Anggiriawan, P. B., Trisnadewi, A. A. A. E., Kawisana, P. G. W. P., & Ekajayanti, L. G. P. S. (2019). Pengelolaan Pendapatan Asli Desa Sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi Pedesaan. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 5.
- Sumiati, W. A. M. dan R. I. M. (2017). Pengaruh Pendapatan Asli Desa (PADes), Dana Desa (DD), Bagi Hasil Pajak dan Retribusi (BHPR) Terhadap Belanja Desa (Studi Kasus Kecamatan Adonara Barat Kabupaten Flores Timur Tahun Anggaran 2015-2016). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 5 (2).
- Syukri, M., & Hinaya, H. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum Dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Anggaran Belanja Modal Kabupaten & Kota Provinsi Sulawesi Selatan. *JEMMA | Journal of Economic, Management and Accounting*, 2(2), 30. <https://doi.org/10.35914/jemma.v2i2.245>
- Syukri, M., & Didiharyono, D. (2018). Pengaruh PAD, Dana Perimbangan Dan PMA Terhadap

Tingkat Kemajuan Daerah Kabupaten Dan Kota Di Provinsi Sulavesi Selatan. *Jurnal Masagena*, 13, 525-534.

Wicaksono, Y. P., Surya, I., & Iskandar, E. (2017). Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Amanah dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa Padang Jaya Kecamatan Kuaro kabupaten Paser. *Ejournal Ilmu Pemerintahan*, 5(4), 1637–1650.

www.bps.go.id



Dampak Penerapan PSBB Covid-19 dan Harga Saham LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Putry Jecuinna ¹, Ariel Zielma ^{2*}

Program Studi Akuntansi, Universitas Airlangga

**Correspondent Email: putry.jecu@gmail.com*

Article History:

Received: 18-04-2021; Received in Revised: 19-05-2021; Accepted: 25-05-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.736>

Abstrak

Tujuan penelitian ini yang telah dibahas untuk mengkaji dampak pandemi Covid-19 dan PSBB pada perkembangan pasar modal di Indonesia khususnya LQ-45. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lengkap tentang berbagai hal berdasarkan perspektif manusia. Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat komparatif. Penelitian dengan menggunakan studi perbandingan (comparative study) dilakukan dengan cara membandingkan persamaan dan perbedaan. PSBB tahap pertama dilakukan Maret 2020 berdampak pada penurunan harga saham, dimana pemegang saham melakukan panic selling. PSBB tahap pertama kurang efektif dengan meningkatnya kasus positif di Indonesia, maka pemerintah menerapkan PSBB tahap kedua. Dalam kondisi ini pemegang saham lebih siap dalam menerima informasi tersebut. Pemegang saham dalam menghadapi situasi ini saham mengambil sikap wait and see. Harga saham mengalami penurunan namun dengan persentase yang lebih rendah dibandingkan dengan PSBB tahap pertama.

Kata kunci: Covid-19, harga saham, LQ-45, PSBB

Abstract

The purpose of this research which has been discussed is to examine the impact of the Covid-19 pandemic and Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) on the development of the capital market in Indonesia, especially LQ-45. The research method used in this research is qualitative. Qualitative research aims to obtain a complete picture of various things from a human perspective. This research is a comparative research. Research using a comparative study is performed by comparing the similarities and differences. The first phase of the PSBB was carried out in March 2020, impacts on the decline in share prices, which shareholders conducted panic selling. The first phase of the PSBB was less effective as the increasing number of positive cases in Indonesia, so the government implemented the second phase of the PSBB. In this condition, the shareholders are better prepared to receive the information. Shareholders in dealing with this situation took a wait and see attitude. The share price has decreased with a lower percentage compared to the first phase of the PSBB..

Keywords: Covid-19, Stock Price, LQ-45, PSBB

1. Pendahuluan

World Health Organization (WHO) mengumumkan pada 30 Januari 2020 bahwa penyebaran virus corona tercatat sebagai darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian di dunia internasional. Hingga 30 Maret 2021, jumlah kematian global telah mencapai sekitar 2,8 juta jiwa, sedangkan jumlah korban yang terinfeksi secara global mencapai 128 juta kasus. Wilayah yang terkena dampak paling parah adalah China, Korea Selatan, Italia dan 62 negara lainnya, termasuk Indonesia.

Virus corona adalah virus yang menyebabkan penyakit pernafasan dan pertama kali ditemukan di Wuhan, China. Diketahui, virus ini pertama kali muncul di pasar hewan dan makanan laut di Wuhan, China. Orang yang pertama kali terinfeksi adalah pedagang pasar di Wuhan, China. Virus Covid-19 menyebar cepat di lingkungan global melalui interaksi berbagai komponen lingkungan seperti udara. Di Indonesia, pada tanggal 2 Maret 2020 pertama kalinya dua warga negara Indonesia (WNI) dinyatakan positif virus Covid-19.

Merebaknya virus corona telah menimbulkan berbagai kerugian ekonomi, yakni yang paling terbesar adalah penurunan sektor pariwisata. Industri perdagangan dan investasi juga terkena dampak negatif. Abra Talattov, peneliti dari Institute of Economic and Financial Development (INDEF), mengatakan wabah virus corona di China tidak hanya berdampak pada pariwisata, tetapi juga perdagangan dan investasi di Indonesia. Pada awal tahun 2020, virus corona sendiri menjadi tantangan yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia.

Cara menekan kecepatan penularan covid-19 di beberapa negara yang terkena dampak melakukan blokade, karantina teritorial, dan Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB). Provinsi yang menerapkan PSBB adalah DKI Jakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Banten, dan Riau. Kegiatan PSBB meliputi meliburkan sekolah dan tempat kerja; pembatasan kegiatan keagamaaan; dan/atau pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Akibatnya sejumlah penerbangan dihentikan, transportasi baik darat, laut, maupun udara dibatasi. Sejumlah pekerja dirumahkan dan beberapa industri berhenti berproduksi. Pergerakan manusia juga dicegah di beberapa kota dan kabupaten terdampak. Dengan demikian, aktivitas ekonomi menjadi terganggu.

Dengan adanya pemberlakuan PSBB, secara tidak langsung akan berdampak serius pada ekonomi. Seperti yang dipetik dari CNBC Indonesia, Ibu Sri Mulyani selaku menteri keuangan menyatakan "Indonesia melakukan PSBB tertutama pada awal terjadinya Covid-19 yaitu pada bulan April maka, kita melihat dampak sosial ekonomi langsung signifikan. Perekonomian kita pada kuartal II mengalami kontraksi yang cukup dalam" kata Ibu Sri Mulyani. Lanjut "Pertumbuhan negatif ini menggambarkan aktivitas ekonomi baik dari sisi permintaan apakah itu konsumsi, investasi, ekspor bahkan kegiatan pemerintah mengalami penurunan dan dari sisi produksi apakah itu sektor pertanian, perdagangan, manufaktur, transportasi, jasa keuangan, semuanya juga mengalami penurunan yang sangat tajam".

Walaupun perusahaan memiliki performa keuangan yang positif namun faktor eksternal seperti wabah virus corona ini mampu mempengaruhi bagaimana investor berpikir terkait keputusan investasinya, (Ratnawati, 2007) mengatakan bahwa faktor eksternal berpengaruh langsung terhadap kesempatan investasi pada sebelum dan saat krisis, artinya bahwa perusahaan mempertimbangkan tingkat suku bunga, perubahan kurs dan tingkat inflasi bila akan investasi.

Tidak hanya berpengaruh pada sektor dalam negeri saja, wabah penyakit juga mempengaruhi hubungan integrasi saham-saham di Asia seperti pada penelitian (Chen et al., 2018) menunjukkan bahwa S.A.R.S. epidemi memang melemahkan hubungan jangka panjang antara Cina dan empat pasar saham di Asia. Di New York wabah penyakit Influenza menyebabkan penurunan aktivitas perdagangan dan *return* seperti pada penelitian (McTier et al., 2013) yang memeriksa dampak influenza di pasar saham Amerika Serikat.

Fenomena dampak penyebaran wabah penyakit terhadap pergolakan perekonomian dunia bukan terjadi baru-baru ini saja, hasil penelitian (Pendell & Chulgu Cho, 2013) menunjukkan bahwa wabah Foot-and-Mouth Disease (FMD) menyebabkan pasar modal bereaksi secara negatif. Selain wabah FMD, epidemi SARS saat itu, juga sempat mengguncang perekonomian beberapa negara seperti pada penelitian (Devaraj et al., 2007) yang meneliti wabah Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) yang parah pada tahun 2003 melemahkan ekonomi Taiwan. Industri pariwisata mengalami penurunan harga saham tertinggi (sekitar 29 persen) dalam waktu satu bulan setelah wabah SARS. Didapatkan tujuh perusahaan hotel yang diperdagangkan secara umum mengalami penurunan tajam dalam pendapatan dan harga saham selama periode wabah SARS. Pada saat dan setelah hari KLB SARS, saham hotel Taiwan menunjukkan hasil negatif rata-rata kumulatif negatif yang signifikan, menunjukkan dampak signifikan dari wabah SARS pada kinerja perhotelan. Tidak hanya sektor perhotelan yang terguncang akibat epidemi SARS sektor lain seperti penerbangan juga mengalami dampak akibat penyebaran virus ini seperti pada penelitian (Loh, 2006) yang meneliti tentang dampak SARS pada kinerja dan profil risiko dari serangkaian saham maskapai penerbangan yang terdaftar di pasar saham Kanada, Cina, Hong Kong, Singapura, dan Thailand. Hasilnya menunjukkan bahwa saham maskapai penerbangan lebih sensitif dibandingkan dengan saham non-penerbangan terhadap berita tentang SARS dan bahwa dampak negatif dari SARS pada saham muncul dalam bentuk peningkatan volatilitas daripada *returns* yang lebih rendah.

PSBB tahap pertama mulai diberlakukan pada 10 April 2020 di berbagai daerah terdampak termasuk beberapa daerah yang menjadi penopang kegiatan ekonomi nasional. Sejak pemberlakuan PSBB tahap pertama membuat IHSG turun ke level 3.911,72. yang sebelumnya IHSG mengalami kenaikan ke level 4.811,83 setelah itu mengalami penurunan signifikan sampai pemberlakuan PSBB tahap pertama. Saat itu terdapat 335 saham yang melemah, analis MNC Sekuritas Herditya Wicaksana menyatakan bahwa pelemahan IHSG tidak terlepas dari bursa global yang mayoritas mengalami penurunan harga saham.

CNN Indonesia melaporkan bahwa pada Maret dan April 2020, bursa saham dari berbagai negara telah melemah. Penurunan tersebut masih dipicu oleh penyebaran virus Covid-19. Direktur Investa Saran Mandiri, Hans Kwee menuturkan, *World Health Organization* (WHO) telah menetapkan virus corona sebagai pandemi. Pandemi ini menarik perhatian pasar sehingga menekan pergerakan saham. Berbagai negara telah menerapkan tindakan *social distancing* di beberapa kota yang positif terjangkit virus Covid-19. Menurutnya, karantina dapat menghambat pertumbuhan ekonomi daerah. Ia mengatakan, saat ini pelaku pasar menunggu stimulus ekonomi untuk meminimalisir dampak virus Covid-19 terhadap perekonomian. Aksi tunggu, salah satunya dilakukan terhadap kebijakan Amerika Serikat. Presiden Donald Trump mengusulkan kebijakan stimulus fiskal senilai 2 triliun dolar. (New York Times, 2020).

Penerapan PSBB tahap pertama masih kurang efektif dalam menangani penyebaran Covid-19, maka pemerintah melakukan PSBB tahap kedua yang dimulai pada 14 September 2020. Sejak diberlakukan PSBB tahap kedua, berbagai pihak mulai khawatir terhadap dampak ekonomi yang akan ditimbulkan. Pada PSBB tahap pertama berbagai aktivitas ekonomi terganggu bahkan terhenti. Hal ini mempengaruhi pergerakan IHSG yang semakin melemah. Pada 8 September 2020 berada di posisi 5.059,22 yang kemudian melemah hingga 4.891,46. Hal seperti ini berpotensi kembali menekan IHSG. Semakin banyak daerah yang melakukan PSBB, maka akan berpotensi menekan kinerja emiten-emiten dan pada akhirnya berimbas pada pergerakan IHSG.

Menurut (Brigham, E.F and Houston, 2010) teori sinyal adalah suatu tindakan yang diambil manajemen suatu perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana memandang prospek perusahaan. Teori ini mengemukakan bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna terkait informasi perusahaan. Sinyal ini adalah gambaran informasi kinerja perusahaan sehingga dapat menginformasikan pengguna bahwa perusahaan tersebut dalam kondisi baik.

Pemberian sinyal yang baik dapat mempengaruhi kualitas pengambilan keputusan yang akan dilakukan. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut bernilai positif diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman diterima. Pada saat informasi diumumkan dan pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisa informasi tersebut sebagai sinyal baik ataupun sinyal buruk. Jika pengumuman yang diumumkan sebagai sinyal baik bagi investor maka akan terjadi perubahan volume dalam perdagangan saham (Jogiyanto, 2003).

Teori sinyal (*signaling theory*) menjadi dasar penelitian ini dimana setiap sinyal yang timbul dari informasi terbaru dalam hal ini informasi atas penyebaran virus corona dapat mempengaruhi pergerakan indeks harga saham di pasar modal. Seperti pada penelitian (Xu & Sun, 2017) yang menyatakan bahwa Epidemi penyakit menular yang baru atau muncul kembali menyebabkan kerugian ekonomi yang tercermin dalam pergerakan harga saham. Investor tentu harus memperhatikan sinyal tersebut agar investasi yang dilakukannya dapat memberikan hasil yang maksimal.

Dampak ekonomi dari wabah virus corona ini diprediksi dapat lebih buruk daripada yang diperkirakan sebelumnya. Virus corona menyerang pergerakan saham-saham di bursa global. Wabah yang meluas ke luar China hingga mencapai 64 negara (www.kompas.com) membuat investor bursa saham cemas. Kekhawatiran penyebaran virus corona meningkat setelah kasus-kasus baru terungkap di luar China. Kecemasan pelaku pasar terjadi karena penyebaran virus corona saat ini tumbuh lebih cepat di luar China dimana hal ini menimbulkan kekhawatiran pada pasokan barang dan permintaan konsumen turun lebih besar dari estimasi sebelumnya. Keadaan ini kemudian direspon oleh para investor saham di bursa global dengan kepanikan berlebih yang menyebabkan para investor melakukan *panic selling*. Kekhawatiran berlebih inilah yang akhirnya menyebabkan tekanan besar pada perekonomian dan pasar keuangan dunia. Virus corona menghadapkan ekonomi global pada "ketidakpastian yang mendesak" dan menjadi ancaman bagi pemulihan perekonomian dunia karena adanya kemungkinan dampak terhadap rantai pasokan global.

Menurut (Tandelilin, 2017), pasar modal adalah pasar untuk memperjualbelikan sekuritas yang umumnya memiliki umur lebih dari satu tahun, seperti saham, obligasi, dan reksadana. Jika pasar modal suatu negara sedang tidak baik, maka akan memengaruhi kondisi pasar modal negara lain, atau disebut dengan teori *Contagion Effect*, *contagion* atau efek menular adalah suatu fenomena ketika krisis keuangan yang terjadi pada suatu negara akan memicu krisis keuangan atau ekonomi pada negara lain. Dengan kata lain pasar modal yang besar akan memengaruhi pasar modal yang lebih kecil.

Pasar modal merupakan salah satu tempat dimana berbagai perusahaan atau lembaga yang memiliki dana berlebih dan dalam hal ini berperan sebagai investor akan bertemu dengan perusahaan yang memerlukan dana, dan nantinya akan terjadi kegiatan investasi yang menguntungkan kedua belah pihak tersebut.

Bursa Efek Indonesia (BEI) mendefinisikan saham sebagai tanda penyertaan modal seseorang atau bida usaha dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Saham merupakan instrumen investasi yang banyak dipilih para investor karena saham mampu memberikan tingkat keuntungan yang menarik. (Brigham, E.F and Houston, 2010) mendefinisikan harga saham menentukan kekayaan pemegang saham. Maksimalisasi kekayaan pemegang saham diterjemahkan menjadi maksimalkan harga saham perusahaan. Harga saham pada satu waktu tertentu akan bergantung pada arus kas yang diharapkan diterima dimasa depan oleh investor “rata-rata” jika investor membeli saham.

Indeks harga saham adalah suatu angka yang digunakan untuk membandingkan perubahan harga saham dari waktu ke waktu, apakah suatu harga saham mengalami kenaikan atau penurunan dibandingkan dengan suatu waktu tertentu (Artiani, L. E., & Sari, 2019). Harga saham merupakan pengorbanan yang dilakukan oleh investor untuk mendapatkan surat bukti kepemilikan perusahaan atau penyertaan pada perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas. Harga saham merupakan hasil keberhasilan manajemen keuangan perusahaan.

Pada pasar saham, terdapat indeks khusus yang dibentuk pada februari 1997 yang bernama LQ 45. Indeks LQ 45 adalah daftar 45 saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang paling likuid, memiliki performa yang baik dan nilai kapitalisasi paling besar (Sutinem dkk, 2019). Indeks LQ45 mencakup setidaknya 70% dari nilai kapitalisasi pasar saham dan transaksi di Pasar Saham Indonesia.

Bagaimana dengan kondisi pasar modal di Indonesia? Apakah pasar modal (pasar saham) berdampak akibat diberlakukannya PSBB tahap pertama dan PSBB tahap kedua? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis melakukan penelitian dampak harga saham sektor LQ-45 pada penerapan PSBB tahap pertama dan PSBB tahap kedua di Indonesia.

(Midesia, 2020) menyebutkan bahwa salah satu dampak terjadinya covid-19 pada umumnya mampu menurunkan nilai harga saham. Diharapkan dari analisis yang disampaikan oleh peneliti ini nantinya akan memberikan gambaran dan pemahaman bagi para pembaca terutama bagi para pelaku pasar tentang kondisi di pasar saham yang sebenarnya. Apakah benar sejak virus Covid-19 masuk ke Indonesia mengakibatkan penurunan terhadap harga saham ataukah justru memberikan peningkatan terhadap harga saham? Serta adanya kebijakan dari pemerintah untuk menekan angka kasus positif dengan menetapkan PSBB tahap pertama dan PSBB tahap kedua berdampak dengan harga saham terindeks LQ-45. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku pasar sehingga saat mengambil

keputusan, investor dapat lebih mempertimbangkan kondisi yang sebenarnya daripada hanya mengikuti *issue* yang beredar dan belum jelas kebenarannya.

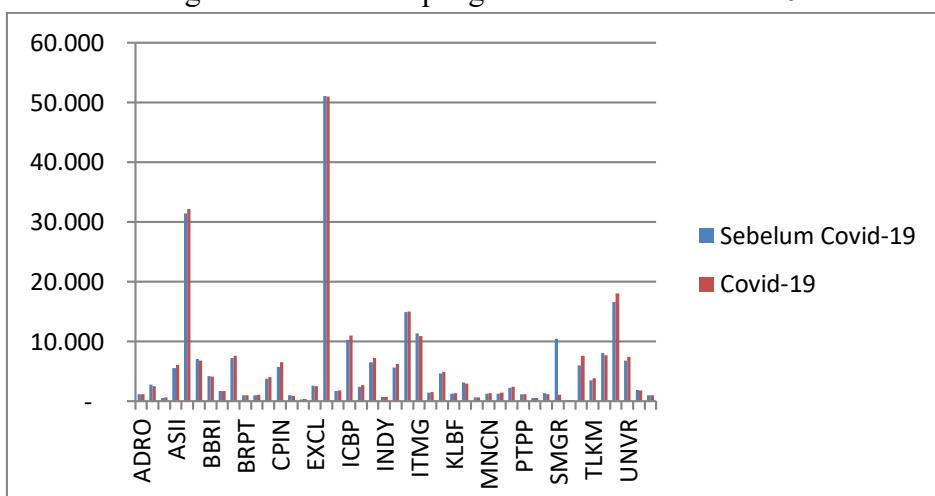
2. Metodologi

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lengkap tentang berbagai hal berdasarkan perspektif manusia. Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat komparatif. Penelitian dengan menggunakan studi perbandingan (*comparative study*) dilakukan dengan cara membandingkan persamaan dan perbedaan sebagai fenomena untuk mencari faktor-faktor apa atau situasi bagaimana yang dapat menyebabkan timbulnya suatu peristiwa tertentu. Studi ini dimulai dengan mengumpulkan fakta tentang faktor-faktor timbulnya suatu gejala tertentu, kemudian dibandingkan. Setelah mengetahui persamaan dan perbedaan penyebab, selanjutnya ditetapkan bahwa sesuatu faktor yang menyebabkan munculnya suatu gejala pada objek yang diteliti.

Subjek penelitian ini adalah perusahaan sektor LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini dibatasi hanya untuk mengetahui saham-saham apa saja yang bertahan selama pandemi Covid-19. Pengamatan dilakukan terhadap laporan transaksi saham-saham di Bursa Efek Indonesia dimulai sejak PSBB tahap pertama dan PSBB tahap kedua. Pemilihan periode tersebut berdasarkan pertimbangan penerapan PSBB pandemi Covid-19 pertama kali dan penerapan PSBB periode kedua. Penelitian ini menggunakan data yang didapatkan dari situs web id.investing.com. Harga saham yang digunakan adalah pada saat penutupan atau biasa disebut *closing price*.

3. Hasil dan Pembahasan

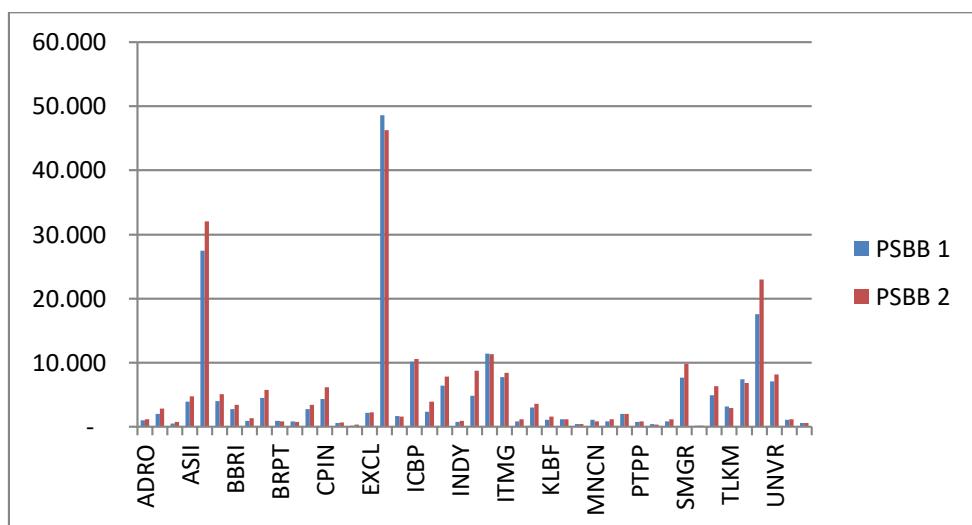
Pada awal maret 2020 virus Covid-19 telah memasuki Indonesia, kegiatan perdagangan saham di Indonesia terutama harga saham LQ-45 cenderung stabil dan tidak terganggu dengan adanya pengumuman wabah Covid-19. Harga saham LQ 45 keseluruhan sebelum dan sesudah pengumuman kasus pertama Covid-19 di Indonesia menunjukkan bahwa terdapat 13 perusahaan yang mengalami penurunan harga saham dan 32 perusahaan mengalami kenaikan harga saham sesudah pengumuman kasus Covid-19 di Indonesia.



Gambar 1. Harga Saham Sebelum Covid-19 dan Pengumuman Covid-19

Gambar 1 memperlihatkan hasil yang terjadi akibat pengumuman yang disampaikan oleh Presiden Indonesia pada 2 Maret 2020 ini bersifat netral, di mana negara-negara lain di Asia Tenggara sudah duluan mengumumkan “*first cases*” Virus Covid-19 sebelum wabah ini terjadi di Indonesia. Informasi yang diperoleh investor cenderung sama, sehingga para investor tetap mengamankan investasi mereka dengan cara menginvestasikannya ke negara lain yang sudah duluan terkena wabah virus Covid-19. Setelah pengumuman wabah virus Covid-19, kegiatan bursa saham cenderung diwarnai dengan aksi *wait and see* menunggu momen yang tepat dan investor tidak ingin terburu-buru dalam pengambilan keputusan, sehingga peristiwa ini tidak memberikan dampak yang buruk dalam harga saham LQ-45.

Menurut (Wilda et al., 2019), Wabah Covid-19 bukan sekadar penyakit yang mempengaruhi kesehatan, namun juga berdampak secara ekonomi. Ketika semakin banyak masyarakat yang terinfeksi maka semakin banyak pula biaya untuk perawatan dan juga biaya produksi yang ditanggung oleh negara. Resiko terhadap kesehatan semakin tinggi dan secara ekonomi akan mempengaruhi tingkat produktivitas dan biaya perawatan. Untuk menekan laju penularan virus Covid-19 negara seperti Amerika Serikat memberlakukan aturan *social distancing*, sedangkan beberapa negara seperti Tiongkok, Italia dan India memberlakukan *lockdown*. Indonesia sendiri memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau (PSBB). Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 21 Tahun 2020 tentang pembatasan sosial berskala besar dinyatakan bahwa PSBB dapat dilakukan ketika jumlah kasus dan jumlah kematian meningkat dan menyebar secara signifikan dengan cepat ke beberapa wilayah Indonesia.



Gambar 2. Harga Saham PSBB Tahap 1 dan PSBB Tahap 2

Setelah pandemi Covid-19 memasuki Indonesia pada Maret 2020 semua sektor mengalami penurunan ditambah dengan diterapkannya PSBB untuk upaya mengurangi penyebaran Covid-19. Ternyata menyebabkan sektor ekonomi dan harga saham LQ-45 mengalami penurunan yang tajam terlebih lagi pada PSBB tahap pertama. Situasi pandemi ini ramai diperbincangkan karena rata-rata harga saham turun, salah satu penyebabnya adalah beberapa pemegang saham telah menjual sahamnya karena khawatir harga saham akan mengalami penurunan di kemudian hari. (Tasya et al., 2019) menyatakan pemegang saham dapat memanfaatkan peluang dengan membeli saham ketika harga saham turun. Kondisi seperti ini tidak berlangsung selamanya tetapi hanya sementara.

Terdapat penurunan harga saham pada saat penerapan PSBB tahap pertama mengindikasikan informasi tersebut sebagai *bad news* bagi pemegang saham. Hal ini menyebabkan sentimen kepanikan pemegang saham yang diikuti dengan bertambahnya jumlah korban positif Covid-19. Pemegang saham melakukan *panic selling*. Akibatnya pemegang saham menjual sahamnya dan beralih ke investasi emas saat pasar saham dalam kondisi *bear market*, dimana tingkat harga saham secara umum menurun.

Sehubungan dengan melonjaknya kasus positif Covid-19, pemerintah memutuskan untuk kembali menerapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) tahap kedua dimulai tanggal 14 September 2020. Sejumlah aktivitas seperti tempat hiburan dan restoran mulai dibatasi kembali. Pemberlakuan PSBB tahap dua ini tidak separah PSBB tahap pertama yang diterapkan pada bulan Maret 2020 lalu yang sempat membuat IHSG turun ke level 3.911,72. Tidak separah PSBB tahap pertama, kelonggaran PSBB tahap kedua ini dengan dibukanya sejumlah kegiatan ekonomi dan bisnis seperti sektor industri dan perdagangan. Volume perdagangan saham terus meningkat akan membuat harga saham cenderung stabil.

PSBB tahap kedua memberikan impact negatif terhadap pasar modal dalam negeri (saham maupun obligasi), dalam kondisi ini perilaku pemegang saham lebih siap dalam menghadapi hal tersebut. Harga saham mengalami penurunan namun dengan persentase yang lebih rendah dibandingkan dengan PSBB tahap pertama. Dalam menghadapi situasi ini pemegang saham mengambil sikap *wait and see* menunggu momen yang tepat dan pemegang saham tidak ingin terburu-buru dalam pengambilan keputusan, seperti pada awal saat pengumuman kasus pertama Covid-19 di Indonesia.

4. Kesimpulan

Dengan adanya kasus pertama Covid-19 di Indonesia, kegiatan perdagangan saham di Indonesia terutama harga saham LQ-45 cenderung stabil dan tidak terganggu dengan adanya pengumuman wabah Covid-19. Semakin meningkatnya jumlah kasus positif Covid-19 di Indonesia pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB tahap pertama dilakukan Maret 2020 berdampak pada penurunan harga saham, dimana pemegang saham melakukan *panic selling*. PSBB tahap pertama kurang efektif dengan meningkatnya kasus positif di Indonesia, maka pemerintah menerapkan PSBB tahap kedua. Dalam kondisi ini pemegang saham lebih siap dalam menerima informasi tersebut. Pemegang saham dalam menghadapi situasi ini saham mengambil sikap *wait and see*. Harga saham mengalami penurunan namun dengan persentase yang lebih rendah dibandingkan dengan PSBB tahap pertama. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menambahkan rentang waktu penelitian dan bagaimana dampak harga saham LQ-45 pada awal era *new normal* hingga sampai saat ini.

5. Daftar Pustaka

- Artiani, L. E., & Sari, C. U. P. (2019). Pengaruh Variabel Makro Dan Harga Komoditas Tambang Terhadap Harga Saham Sektor Pertambangan Di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). *Jurnal Ekonomika*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.35334/jek.v10i2.763>
- Brigham, E.F and Houston, J. (2010). *Essentials of Financial Management* (Second Edi). Cengage Learning Asia Pte Ltd.

- Chen, M. P., Lee, C. C., Lin, Y. H., & Chen, W. Y. (2018). Did the S.A.R.S. epidemic weaken the integration of Asian stock markets? Evidence from smooth time-varying cointegration analysis. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , 31(1), 908–926. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1456354>
- Devaraj, S. G., Wang, N., Chen, Z., Chen, Z., Tseng, M., Barretto, N., Lin, R., Peters, C. J., Tseng, C. T. K., Baker, S. C., & Li, K. (2007). Regulation of IRF-3-dependent innate immunity by the papain-like protease domain of the severe acute respiratory syndrome coronavirus. *Journal of Biological Chemistry*, 282(44), 32208–32221. <https://doi.org/10.1074/jbc.M704870200>
- Jogiyanto, H. (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (Edisi 3). BPFE.
- Loh, E. (2006). The Impact Of SARS On The Performance and Risk Profile Of Airline Stocks Author (s): Elaine Loh Source : International Journal of Transport Economics / Rivista internazionale di economia Published by : Accademia Editoriale Stable URL : <https://www.jstor.org/stable/pdf/42747811.pdf?refreqid=excelsior%3Ae47689d8966e0ec350a8584898d9382b>
- McTier, B. C., Tse, Y., & Wald, J. K. (2013). Do stock markets catch the flu. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 48(3), 979–1000. <https://doi.org/10.1017/S0022109013000239>
- Midesia, S. (2020). *The Effect Of Sharia Stock Price Fluctuations On Earnings Per Share During The Covid-19 Pandemic*. 23–32.
- Pendell, D. L., & Chulgu Cho. (2013). Stock Market Reactions to Contagious Animal Disease Outbreaks: An Event Study in Korean Foot-and-Mouth Disease Outbreaks. *Agribusiness An International Journal*, 29(4), 455–468. <https://doi.org/10.1002/agr.21346>
- Ratnawati, T. (2007). Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Faktor Ekstern, Kesempatan Investasi dan Pertumbuhan Assets Terhadap Keputusan Pendanaan Perusahaan yang Terdaftar Pada Bursa Efek Jakarta. *JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 9(2), 65–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/jak.9.2.pp.%2065-75>
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar Modal: Manajemen Portofolio & Investasi*. PT. Kanisius.
- Tasya, R. A., Salim, A., & Sarawati, E. (2019). Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, Aktivitas, dan Profitabilitas Terhadap Return Saham (Studi Kasus Terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Riset Manajemen*, 171–187.
- Wilda, Z., Semaun, S., & Arqam. (2019). *Pengaruh Non-Performing Financing Akad Mudharabah Dan Murabahah Terhadap Tingkat* (Vol. 2, pp. 1–20).
- Xu, T., & Sun, W. (2017). *H7N9 not only endanger human health but also hit stock marketing*. 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.25196/adcp201711.H7N9>



Pengujian Quasi Eksperimen Kepatuhan Pajak UMKM: Keadilan Pajak Dan Manfaat Pajak

Ade Lisa Matasik ^{1*}, Lindarda Sakung Panggalo², Andre Kala'tiku¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Indonesia Toraja

²Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Kristen Indonesia Toraja

**Correspondent Email: matasik.adelisa@gmail.com*

Article History:

Received: 18-04-2021; Received in Revised: 19-05-2021; Accepted: 02-06-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.739>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji perbedaan kepatuhan pajak bagi pelaku UMKM yang merasakan keadilan pajak UMKM dan manfaat pajak atau yang tidak merasakan. Desain penelitian ini adalah eksperimental 2 x 2 desain antarsubjek yang menghasilkan empat sel. Faktor-faktor penelitian ini yaitu keadilan pajak UMKM (merasakan keadilan pajak UMKM dan tidak merasakan keadilan pajak UMKM) dan manfaat pajak (merasakan manfaat pajak dan tidak merasakan manfaat pajak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan kepatuhan pajak dipengaruhi oleh level keadilan pajak dan level manfaat pajak yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Selain itu, hasil interaksi menunjukkan bahwa kondisi partisipan merasakan keadilan pajak UMKM dan merasakan manfaat pajak akan menimbulkan derajat kepatuhan yang tinggi dilihat dari rata-rata kepatuhan pajak.

Kata kunci: : Keadilan Pajak UMKM, Manfaat Pajak, Kepatuhan Pajak, Teori Psikologi Fiskal

Abstract

This study aims to test whether there are differences in tax compliance for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) who feel the tax justice of MSMEs and tax benefits or who do not. The research design was an experimental 2 x 2 inter-subject design that resulted in four cells. The factors of this research are tax justice of MSMEs (feeling tax justice of MSMEs and not feeling tax justice of MSMEs) and tax benefits (feeling tax benefits and not feeling tax benefits). The results of this study indicate that there are differences in tax compliance influenced by the level of tax justice and the level of tax benefits felt by MSME actors. In addition, the results of the interaction show that the condition of the participants to feel the tax justice of MSMEs and to feel the benefits of taxes will cause a high degree of compliance seen from the average tax compliance.

Keywords: Tax justice of MSMEs, Tax Benefit, Tax Compliance, Psychology Fiscal Theory

1. Pendahuluan

Menurut data Direktorat Dirjen Pajak (DJP) tingkat kepatuhan pajak di Indonesia di akhir tahun 2019 tidak mencapai target. Hal tersebut dibuktikan dengan kepatuhan pajak Indonesia pada akhir tahun 2019 sebesar 72,92% yang masih di bawah target yang diharapkan yaitu sebesar 80%. Selain itu, kepatuhan pajak Indonesia yang rendah juga dibuktikan dengan

rendahnya *tax ratio* Indonesia sebesar 11,5% dibandingkan dengan rata-rata negara berkembang di kawasan Asia pasifik sebesar 34,2%.

Berdasarkan malasah kepatuhan pajak tersebut dirjen pajak sedang mengusahakan peningkatan kepatuhan pajak. Salah satu wajib pajak yang dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan perpajakan yaitu pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang banyak berkembang di Indonesia namun tidak diimbangi dalam membayar kewajiban perpajakannya. Sebagai upaya pemerintah untuk meningkatkan kepatuhan pajak maka dikeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2018 tentang diberlakukannya tarif PPh Final 0,5% yang ditujukan kepada Wajib Pajak pribadi dan badan yang memiliki penghasilan dengan omzet usaha dibawah 4,8 miliar dalam satu tahun.

Keadilan pajak atas PP 23 tahun 2018 menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi untuk meningkatkan kepatuhan pajak pelaku UMKM. Menurut Aktas Guzel, Ozer, and Ozcan (2018) salah satu faktor psikologis terpenting yang terkait dengan kepatuhan pajak adalah keadilan pajak. Wajib pajak cenderung tidak patuh dalam membayar pajak jika merasa sistem pajak tidak adil, begitupun sebaliknya. Dasar pengenaan pajak PP No. 23 tahun 2018 adalah peredaran pajak bruto yang dinilai tidak mencerminkan keadilan pajak karena tidak sesuai dengan kemampuan membayar (Tambunan, 2013). Menurut Syahdan and Rani (2014) pengenaan tarif final bagi UMKM berdasarkan omzet bermaksud untuk tujuan penyederhanaan, namun bagi UMKM yang memiliki laba relatif kecil aturan tersebut dirasa memberatkan.

Indikator keadilan pajak sesuai dengan prinsip keadilan pajak yang memuat keadilan pajak vertikal maupun horizontal (Parwito, 2006). Indikator keadilan pajak yaitu (1) wajib pajak merasakan beban yang ditanggung sesuai dengan kemampuan ekonominya; (2) Wajib pajak merasakan beban pajak yang ditanggung sama dengan wajib pajak lain dengan kondisi ekonomi yang sama. Peningkatan keadilan yang sesuai diharapkan dapat meningkatkan motivasi untuk membayar pajak kepada wajib pajak sehingga meningkatkan kepatuhan dalam bidang perpajakan (Sentanu & Budiartha, 2019).

Untuk meningkatkan kepatuhan pajak masyarakat atau wajib pajak juga perlu mengetahui manfaat pajak. Menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia pengalokasian pajak dibagi menjadi dua yaitu alokasi pemerintah pusat dan alokasi pemerintah daerah. Alokasi pemerintah pusat yaitu pelayanan umum, pertahanan, ekonomi, kesehatan, pariwisata, pendidikan, dan lain-lain. Sedangkan alokasi pemerintah daerah yaitu dana alokasi umum, dana bagi hasil, dana desa, dan lain-lain (Syukri & Didiaryono, 2018). Menurut Ferrari and Randisi (2013) Persepsi atas manfaat pajak merupakan anggapan atau perasaan wajib pajak terhadap pemerintah tentang pemanfaatan dana pajak. Ketidaktahuan wajib pajak mengenai belanja publik, antara lain mengenai realisasi dan dampaknya untuk wajib pajak, menempatkan rasa ketidakpercayaan.

Teori psikologi fiskal dicetuskan oleh Schmolders tahun 1959. Yusdita et al. (2017) berpendapat bahwa tujuan teori ini yaitu menganalisis penolakan seorang wajib pajak terhadap pajak langsung berdasarkan mentalitas pajak yang dimiliki. Teori ini dikembangkan untuk menginvestigasi motivasi dan reaksi wajib pajak secara lebih mendalam dan sistematis.

Psikologi fiskal berkaitan dengan faktor ekonomi dan psikologis yang mempengaruhi respon perilaku wajib pajak terhadap sistem perpajakan (Olsen et al., 2018). Menurut Hasseldine and Bebbington (1991), teori psikologi fiskal menekankan bahwa tidak adanya

keuntungan nyata dari manfaat membayar pajak menjadi penyebab hilangnya motivasi wajib pajak untuk membayar pajak. Teori psikologi fiscal mengisyaratkan bahwa untuk meningkatkan kepatuhan pajak secara sukarela, maka warga harus mendapatkan bukti secara riil bahwa pajak yang dibayarkan ada bukti yang dapat dirasakan oleh warga negara (Darmayasa et al., 2016).

Pendekatan psikologi fiskal menekankan pentingnya kebijakan positif yang dikembangkan oleh pemerintah untuk meningkatkan kolaborasi antara wajib pajak dan pemerintah. Dengan kata lain, dalam Teori Psikologi Fiskal, penegakan pajak dipandang sebagai krisis perilaku yang dapat diperbaiki dengan kerjasama wajib pajak dengan pemerintah (Damayanti et al., 2015). Menurut Feld and Frey (2011), persepsi wajib pajak terhadap pemerintah penting karena hubungan antara wajib pajak dan otoritas pajak merupakan kontrak yang melibatkan interaksi kompleks antara wajib pajak dan pemerintah dalam menjalin hubungan timbal balik yang adil. Jika pajak yang dibayarkan dan layanan publik yang disediakan oleh pemerintah dianggap adil oleh wajib pajak, maka wajib pajak cenderung untuk mematuhi undang-undang perpajakan dan ini memiliki efek positif (Damayanti et al., 2015). Persepsi wajib pajak terhadap sistem pajak yang diciptakan pemerintah merupakan salah satu hubungan yang diangkat oleh psikologi fiskal.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah membahas keadilan pajak (Berutu and Harto 2012; Pratami, Sulindawati, and Wahyuni 2017; Syahdan and Rani 2014) dan manfaat pajak (Darmayasa et al., 2016; Fitriah et al., 2019; Masruroh & Zulaikha, 2013) terhadap kepatuhan pajak secara terpisah. Penelitian sebelumnya juga lebih banyak menggunakan penelitian survei (Guzel et al., 2018; Masruroh & Zulaikha, 2013; Yusdita et al., 2017) dan studi literatur (Endrianto, 2015; Syahdan & Rani, 2014). Sedangkan penelitian ini mencoba menginteraksikan keadilan pajak UMKM, manfaat pajak dan kepatuhan pajak dengan desain penelitian eksperimental.

Penelitian ini memberi kontribusi secara teoritis dalam menambah riset empiris dalam pengujian teori psikologi fiscal dan menambah penelitian tentang akuntansi perilaku. Secara praktik, manfaat penelitian ini adalah memberikan informasi dan pertimbangan kepada pemerintah khususnya DJP untuk mencermati keadilan pajak PP 23 tahun 2018 dan manfaat pajak untuk meningkatkan kepatuhan pajak.

2. Metodologi

Rancangan Penelitian

Tabel 1. Matriks Eksperimen

		Manfaat Pajak	
		Merasakan	Tidak Merasakan
Keadilan Pajak	Merasakan	Sel 1	Sel 2
	Tidak merasakan	Sel 3	Sel 4

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimental 2×2 desain antarsubjek. Faktor-faktor dari penelitian ini adalah keadilan pajak UMKM (merasakan keadilan pajak UMKM dan tidak merasakan keadilan pajak UMKM) dan manfaat pajak (merasakan manfaat pajak dan tidak merasakan manfaat pajak). Variabel independen dalam penelitian ini adalah keadilan pajak UMKM dan manfaat pajak, sedangkan variabel dependennya adalah kepatuhan pajak.

Tabel 2. Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Keadilan Pajak	<p>1) Beban pajak yang dikenakan sesuai dengan kemampuan membayar.</p> <p>2) Kewajaran atas pajak yang dibayarkan dengan membandingkan pelaku UMKM lain yang memiliki kekayaan yang lebih besar.</p> <p>Kewajaran yang dirasakan pelaku UMKM jika dibandingkan dengan pelaku UMKM lain dengan kekayaan yang sama.</p>
Manfaat Pajak	1) Pemanfaatan pajak yang dibayarkan
Kepatuhan Pajak	<p>1) Mendaftarkan diri sebagai wajib pajak</p> <p>2) membayar pajak tepat waktu</p> <p>3) membayar pajak sejumlah beban yang seharusnya</p>

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja. Kriteria menjadi subjek adalah yang sedang mengambil matakuliah perpajakan karena mahasiswa tersebut telah atau sedang mempelajari ketentuan, aturan dan tata cara perpajakan seperti peraturan pajak UMKM (PP No.23 Tahun 2018) dan manfaat pajak. Mahasiswa diminta berperan sebagai pelaku UMKM yang memberikan evaluasi terhadap kepatuhan pajak berdasarkan situasi yang diberikan.

Tugas dan Prosedur Eksperimen

Media yang digunakan dalam pelaksanaan eksperimen ini adalah kertas dan pena. Sebelum memulai eksperimen yang sesungguhnya, akan diadakan pilot tes untuk mengecek apakah instrumen bisa digunakan dalam penelitian sesungguhnya. Jika hasil pilot tes dinyatakan layak untuk digunakan, modul-modul tersebut akan dibagi kepada subjek secara random di dalam ruangan. Modul dalam penelitian ini terdiri dari empat macam modul yang berisi pernyataan-pernyataan yang membuat subjek: (1) merasakan keadilan pajak UMKM dan merasakan manfaat pajak; (2) merasakan keadilan pajak UMKM dan tidak merasakan manfaat pajak; (3) tidak merasakan keadilan pajak UMKM dan merasakan manfaat pajak; (4) tidak merasakan keadilan pajak UMKM dan tidak merasakan manfaat pajak.

Langkah pertama dalam pengisian modul adalah subjek akan diminta mengisi usia, jenis kelamin, dan indeks prestasi kumulatif (IPK). Selanjutnya subyek akan diminta membaca dan memahami informasi kondisi dan peran sebagai wajib pajak UMKM dan mengecek manipulasi atas peran yang diberikan selanjutnya. Setelah itu, subyek akan diberikan narasi-narasi berisi pernyataan sesuai modul yang didapatkan untuk memanipulasi kondisi keadilan pajak UMKM (merasakan keadilan atau tidak merasakan keadilan). Kemudian subjek akan mengisi skor penilaian (10 sampai dengan 100) untuk mengecek apakah manipulasi telah diterima dengan baik atau belum. Semakin tinggi skor yang diisi berarti menunjukkan semakin merasakan keadilan pajak UMKM.

Selain narasi tentang keadilan pajak UMKM, subyek juga akan diberikan narasi untuk memanipulasi kondisi manfaat pajak (merasakan manfaat pajak dan tidak merasakan manfaat pajak) namun sebelum itu akan ditunjukkan video tentang manfaat pajak. Kemudian akan dilakukan pengecekan manipulasi dengan mengisi skor penilaian (10 sampai dengan 100) yang menunjukkan semakin tinggi skor yang diisi berarti semakin merasakan manfaat pajak. Kemudian subjek akan diminta kembali memberikan skor penilaian (10 sampai dengan 100) mengenai keputusan tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM berdasarkan kondisi-kondisi sebelumnya. Tahap akhir yang akan dilakukan adalah melakukan debriefing. Debriefing bertujuan untuk mengembalikan subjek pada kondisi semula dan memberikan penjelasan kepada subjek atas situasi yang diberikan.

Teknik Analisis

Teknik analisis diawali dengan melakukan pengujian pengecekan manipulasi atas peran untuk mendapatkan instrumen subyek yang lolos. Kemudian dilakukan penyajian statistik deskriptif subyek serta melakukan uji efektivitas randomisasi dengan one-way anova. Setelah itu akan dilakukan uji hipotesis dengan independent t-test untuk menguji hipotesis kedua dan two-way anova untuk menguji hipotesis ketiga. Tahap akhir akan dilakukan analisis tambahan dengan menguji interaksi berdasarkan sel. Pengujian interaksi akan dilakukan dengan two-way anova dan rata-rata skor kepatuhan pajak.

3. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Demografi Partisipan

Setelah melakukan pilot tes sebanyak dua kali untuk memastikan efektivitas manipulasi sudah diterima baik oleh partisipan, selanjutnya dilakukan pengambilan data untuk diuji. Data yang terkumpul sebanyak 112 namun yang dinyatakan lolos uji prestasi untuk selanjutnya diuji adalah sebanyak 77. Deskripsi responden dapat dilihat dari demografi responden yang meliputi umur, jenis kelamin, dan IPK. Karakteristik responden tersebut akan dijelaskan lebih lanjut pada tabel.

Tabel 3. Karakteristik Demografi Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Percentase
19	6	7,8 %
20	13	16,9 %
21	22	28,6 %
22	19	24,7 %
23	10	13%
24	6	7,8 %
25	1	1,3 %
Total	77	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa responden yang memiliki umur 19 tahun sebanyak 6 orang (7,8 %), umur 20 tahun sebanyak 13 orang (16,9 %), umur 21 tahun sebanyak 22 orang

(28,6 %), umur 22 tahun sebanyak 19 orang (24,7 %), umur 23 sebanyak 10 orang (13 %), umur 24 sebanyak orang (7,8 %) umur 25 tahun sebanyak 1 orang (1,3 %).

Tabel 4. Karakteristik Demografi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Percentase
Laki-Laki	19	24,7 %
Perempuan	58	75,3 %
Total	77	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 19 orang (24,7 %), perempuan sebanyak 58 orang (75,3 %).

Tabel 5. Karakteristik Demografi Berdasarkan Indeks Prestasi Akademik

IPK	Jumlah	Percentase
2,50 - 2,99	11	14,3 %
3,00 – 3,50	50	64,9 %
>3,50	16	20,8 %
Total	77	100 %

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang memiliki IPK 2,50 – 2,99 sebanyak 11 orang (14,3 %), 3,00 – 3,50 sebanyak 50 orang (64,9 %), > 3,50 sebanyak 16 orang (20,8 %).

Uji Randomisasi

Uji efektivitas randomisasi pada tabel menunjukkan bahwa ketiga karakteristik demografi terbukti efektif. Hal ini dibuktikan dengan ketiga karakteristik demografi yaitu umur, jenis kelamin dan IPK tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (kepatuhan pajak). Variabel umur, jenis kelamin dan IPK dengan tingkat signifikan 0,111; 0,918; dan 0,632 lebih dari 0,05.

Tabel 6. Uji Efektivitas Randomisasi

Variabel	Kepatuhan Pajak (Sig)
Umur	0,111
Jenis Kelamin	0,918
IPK	0,632

Sumber: Data diolah, 2021

Uji Manipulasi

Pengujian manipulasi dengan independent sample t-test atas keadilan pajak dan manfaat pajak dinyatakan berhasil. Keberhasilan manipulasi keadilan pajak dibuktikan dengan perbedaan signifikan dari antar grup yaitu grup yang merasakan keadilan pajak dan grup yang tidak merasakan keadilan pajak (sig. $0,001 < 0,05$). Keberhasilan manipulasi manfaat pajak juga ditunjukkan oleh perbedaan signifikan grup yang merasakan manfaat pajak dan grup yang tidak merasakan manfaat pajak (sig. $0,000 < 0,05$).

Tabel 7. Pengujian Manipulasi

Variabel		Rata-rata	Sig.
Keadilan Pajak	Merasakan Keadilan	69.7500	.001
	Tidak Merasakan Keadilan	53.5135	
Manfaat Pajak	Merasakan Manfaat	80.0000	.000
	Tidak Merasakan Manfaat	38.0556	

Sumber: Data diolah, 2021

Uji Hipotesis

Pada penelitian ini akan membuktikan bagaimana kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh keadilan pajak yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Sesuai dengan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan *independent sample t-test* dengan signifikansi $\alpha = 5\%$ ($\text{sig } 0.014 < 0.05$), terbukti bahwa terdapat perbedaan antara tingkat kepatuhan pajak pada partisipan yang merasakan keadilan pajak dan yang tidak merasakan adanya keadilan pajak. Perbedaan yang signifikan ini menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pajak yang merasakan keadilan pajak lebih tinggi dibandingkan partisipan yang tidak merasakan adanya keadilan pajak UMKM. Hal ini dapat dilihat dari hasil skor rata-rata tingkat kepatuhan yang merasakan keadilan pajak sebesar 76,20 sedangkan yang tidak merasakan keadilan pajak sebesar 45,03. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama penelitian ini diterima.

Pada penelitian ini, hipotesis kedua menyatakan bahwa kepatuhan pajak dipengaruhi oleh manfaat pajak yang dirasakan oleh pelaku UMKM dimana semakin tinggi manfaat pajak yang dirasakan maka kepatuhan pajak juga akan semakin tinggi. Sesuai hasil pengujian, maka hipotesis kedua ini diterima. Berdasarkan hasil pengujian dengan signifikansi $\alpha = 5\%$ ($\text{sig } 0.018 < 0.05$), terbukti secara signifikan adanya perbedaan tingkat kepatuhan pajak pada partisipan yang merasakan manfaat pajak dengan partisipan yang tidak merasakan manfaat pajak. Hasil pengujian menunjukkan skor rata-rata tingkat kepatuhan pajak pada partisipan yang merasakan manfaat pajak sebesar 67,76, lebih tinggi dibandingkan skor rata-rata tingkat kepatuhan pajak pada partisipan yang tidak merasakan manfaat pajak sebesar 53,78.

Hasil interaksi (hipotesis 3) pada penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi partisipan merasakan keadilan pajak UMKM dan merasakan manfaat pajak akan menimbulkan derajat kepatuhan yang tinggi dilihat dari rata-rata kepatuhan pajak. Hal ini terbukti dengan tingkat rata-rata kepatuhan pajak merasakan keadilan pajak UMKM dan merasakan manfaat pajak paling tinggi yaitu sebesar 78,5 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Tabel 8. Pengujian Hipotesis

Variabel		Rata-rata Kepatuhan	Sig.
Hipotesis 1	▪ Merasakan Keadilan	76.2000	.000
	▪ Tidak Merasakan Keadilan	45.0270	
Hipotesis 2	▪ Merasakan Manfaat	67.7561	.013
	▪ Tidak Merasakan Manfaat	53.7778	

	▪ Merasakan Keadilan-Merasakan Manfaat	78,5000
	▪ Merasakan Keadilan-Tidak Merasakan Manfaat	73,9000
Hipotesis 3	▪ Tidak Merasakan Keadilan-Merasakan Manfaat	.000
	▪ Tidak Merasakan Keadilan-Tidak Merasakan Manfaat	57,5238
	▪ Tidak Merasakan Keadilan-Tidak Merasakan Manfaat	28,6250

Sumber: Data diolah, 2021

Uji Interaksi

Hasil interaksi menunjukkan terdapat perbedaan signifikan antara sel 1 yang merasakan keadilan pajak dan merasakan manfaaat pajak terhadap sel 3 tidak merasakan keadilan pajak dan merasakan manfaaat pajak dan sel 4 tidak merasakan keadilan pajak dan tidak merasakan manfaaat pajak. Namun tidak ada perbedaan yang signifikan yang ditunjukkan anatara sel 1 yang merasakan keadilan pajak dan merasakan manfaaat pajak terhadap sel 2 merasakan keadilan pajak dan tidak merasakan manfaaat pajak. Hal ini menunjukkan bahwa keadilan memiliki peran besar dalam kaitannya dengan kepatuhan pajak daripada manfaat pajak.

Di sisi lain jika dilihat dari sel. 4 tidak merasakan keadilan pajak dan tidak merasakan manfaat pajak terdapat perbedaan secara signifikan dengan ketiga sel lainnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hanya merasakan salah satu atau kedua variabel yang diuji yaitu merasakan keadilan dan/atau merasakan manfaat pajak akan menghasilkan tingkat kepatuhan yang berbeda dengan yang tidak merasakan keduanya.

Tabel 9. Hasil Uji Interaksi Antar Sel

Interaksi	Koefisien	Sig.
Sel 1. Merasakan Keadilan Pajak dan Merasakan Manfaaat Pajak	Sel 2	4,6000
	Sel 3	20,9762*
	Sel 4	49,8750*
Sel 2. Merasakan Keadilan Pajak dan Tidak Merasakan Manfaaat Pajak	Sel 1	-4,6000
	Sel 3	16,3762*
	Sel 4	45,2750*
Sel 3. Tidak Merasakan Keadilan Pajak dan Merasakan Manfaaat Pajak	Sel 1	-20,9762*
	Sel 2	-16,3762*
	Sel 4	28,8988*
Sel 4. Tidak Merasakan Keadilan Pajak dan Tidak Merasakan Manfaat Pajak	Sel 1	-49,8750*
	Sel 2	-45,2750*
	Sel 3	-28,8988*

Pembahasan

Berdasarkan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu terdapat perbedaan kepatuhan pajak dipengaruhi oleh keadilan pajak yang dirasakan oleh pelaku UMKM. Partisipan merasakan keadilan pajak memiliki kepatuhan pajak lebih tinggi dibandingkan dengan partisipan yang tidak merasakan keadilan pajak atas peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2018 tentang diberlakukannya pph Final 0,5%. Hal ini sejalan dengan pendapat Aktas Guzel et al. (2018) keadilan pajak merupakan hal yang penting. Partisipan yang merasakan keadilan pajak akan lebih patuh dalam membayar pajak dibandingkan dengan yang tidak merasakan keadilan pajak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipan yang merasakan manfaat pajak memiliki tingkat kepatuhan yang tinggi dalam membayar pajak. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa manfaat pajak merupakan penyebab internal yang dapat mempengaruhi persepsi wajib pajak dalam membuat keputusan mengenai perilaku kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan (Masruroh & Zulaikha, 2013). Partisipan yang merasakan manfaat dari membayar pajak tidak akan merasa sia-sia menjadi wajib pajak yang patuh karena merasakan manfaat dari pajak tersebut.

Sebaliknya bagi partisipan yang tidak merasakan manfaat dari pajak cenderung kurang patuh dalam membayar pajak. Berdasarkan pendekatan teori psikologi fiskal ditekankan bahwa tidak adanya keuntungan nyata dari manfaat membayar pajak menjadi penyebab hilangnya motivasi wajib pajak untuk membayar pajak. (Hasseldine and Bebbington, 1991). Selain itu ketidakcukupan dan aksesibilitas informasi mengenai manfaat pajak sesuai kebutuhan dan pemaknaan wajib pajak diduga sebagai faktor yang menghambat kesediaan wajib pajak untuk patuh membayar pajak (Fitriah et al., 2019).

Hasil interaksi pada penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi partisipan merasakan keadilan pajak UMKM dan merasakan manfaat pajak akan menimbulkan derajat kepatuhan yang tinggi dilihat dari rata-rata kepatuhan pajak. Hal ini sesuai dengan dugaan awal dan sesuai dengan Teori Psikologi Fiskal yang menyatakan bahwa masyarakat harus mendapatkan bukti secara riil bahwa pajak yang dibayarkan untuk meningkatkan kepatuhan pajak (Darmayasa et al., 2016). Bukti rill ditunjukkan dengan keadilan pajak UMKM yang dirasakan partisipan dan manfaat pajak yang dirasakan.

Hasil interaksi antar sel menunjukkan terdapat perbedaan kepatuhan antara sel dengan kondisi merasakan keadilan pajak UMKM dan merasakan manfaat pajak dengan kondisi yang tidak merasakan keadilan pajak UMKM dan merasakan manfaat pajak serta kondisi yang tidak merasakan keadilan pajak UMKM dan tidak merasakan merasakan manfaat pajak. Namun tidak terdapat perbedaan signifikan pada kondisi merasakan keadilan pajak UMKM dan merasakan manfaat pajak dengan merasakan keadilan pajak UMKM dan tidak merasakan manfaat pajak. Hal ini menunjukkan bahwa bagi partisipan keadilan pajak lebih berperan bagi pengambilan keputusan untuk patuh dari pada manfaat pajak. Hal ini terjadi karena keadilan pajak UMKM langsung dirasakan oleh pelaku UMKM dengan adanya pengurangan pajak yang harus dibayarkan. Sedangkan untuk manfaat pajak dalam penelitian ini adalah manfaat pajak tidak langsung seperti pembangunan jalan, jalur kereta api, pembangunan pelabuhan, pembangunan bandara, pembiayaan jaminan kesehatan nasional/kartu Indonesia sehat, pengembangan pariwisata, dan sebagainya yang tidak dirasakan pelaku UMKM secara langsung ketika membayar pajak.

Hasil interaksi sel juga menunjukkan pada kondisi tidak merasakan keadilan pajak UMKM dan tidak merasakan manfaat pajak menunjukkan perbedaan kepatuhan yang signifikan dengan ketiga sel lainnya. Selain itu sel tersebut juga menghasilkan derajat kepatuhan paling rendah diantara yang lainnya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa level keadilan pajak UMKM dan level manfaat pajak memiliki perbedaan tingkat kepatuhan pajak. UMKM yang merasakan keadilan pajak dalam hal pembayaran pajak UMKM akan lebih percaya dan cenderung akan lebih patuh daripada yang tidak merasakan keadilan pajak. Serupa dengan hal tersebut, pada level UMKM merasakan manfaat pajak juga akan cenderung lebih patuh dari pada tidak merasakan. Keterbukaan pemerintah mengenai pemanfaatan pembayaran pajak akan menimbulkan efek positif terhadap kepatuhan pajak.

Hasil interaksi menunjukkan keadilan pajak lebih menunjukkan perbedaan yang signifikan jika dibandingkan dengan manfaat pajak. Hal ini terjadi karena keadilan pajak UMKM langsung dirasakan oleh pelaku UMKM dengan adanya pengurangan pajak yang harus dibayarkan. Sedangkan untuk manfaat pajak dalam penelitian ini adalah manfaat pajak tidak langsung seperti pembangunan jalan, jalur kereta api, pembangunan pelabuhan, pembangunan bandara, pembiayaan jaminan kesehatan nasional/kartu Indonesia sehat, pengembangan pariwisata, dan sebagainya yang tidak dirasakan pelaku UMKM secara langsung ketika membayar pajak. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi pemerintah untuk lebih menekankan dan memperlihatkan aspek manfaat atau keuntungan langsung dari kepatuhan wajib pajak. Sehingga wajib pajak dapat meningkatkan kepatuhan pajaknya.

5. Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada UKI Toraja yang telah mendukung penelitian ini dalam bantuan dana hibah Penelitian Kompetitif Internal 2020.

6. Daftar Pustaka

- Berutu, D. A., & Harto, P. (2012). Persepsi Keadilan Pajak terhadap Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(2), 1–10.
- Damayanti, T. W., T. S., Subekti, I., & Baridwan, Z. (2015). The Role of Taxpayer's Perception of the Government and Society to Improve Tax Compliance. *Accounting and Finance Research*, 4(1). <https://doi.org/10.5430/afr.v4n1p180>
- Darmayasa, I. N., Aneswari, Y. R., & Yusdita, E. E. (2016). Meningkatkan Kepatuhan dan Penerimaan Pajak Melalui Withholding Tax System. *Jurnal InFestasi*, 12(2), 203–216.
- Endrianto, W. (2015). Prinsip Keadilan dalam Pajak atas UMKM. *Binus Business Review*, 6(2), 298. <https://doi.org/10.21512/bbr.v6i2.978>
- Feld, L. P., & Frey, B. S. (2011). Tax Compliance as the Result of a Psychological Tax Contract: The Role of Incentives and Responsive Regulation. *SSRN Electronic Journal*, 287. <https://doi.org/10.2139/ssrn.900366>
- Ferrari, L., & Randisi, S. (2013). Fiscal Psychology Past and Present: Contemporary Experiments Validate Historical Hypotheses. *Journal of Economic Psychology*, 35, 81–94. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2013.01.007>
- Fitriah, E. A., Iskandar, Z., Srisayekti, W., & Abidin, Z. (2019). Faktor-Faktor Psikologis

- sebagai Determinan Kepatuhan Pajak: Studi Eksplorasi pada Wajib Pajak. *PSYMPATHIC: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 99–110. <https://doi.org/10.15575/psy.v6i1.4701>
- Guzel, S. A., Ozer, G., & Ozcan, M. (2018). The effect of the variables of tax justice perception and trust in government on tax compliance: The case of Turkey. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.soec.2018.12.006>
- Hasseldine, D. J., & Bebbington, K. J. (1991). Blending economic deterrence and fiscal psychology models in the design of responses to tax evasion: The New Zealand experience. *Journal of Economic Psychology*, 12(2), 299–324. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(91\)90018-O](https://doi.org/10.1016/0167-4870(91)90018-O)
- Masruroh, S., & Zulaikha. (2013). Pengaruh Kemanfaatan NPWP, Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Pada WPOP di Kabupaten Tegal). *Diponegoro*, 2(4), 1–15.
- Olsen, J., Kang, M., & Kirchler, E. (2018). Tax psychology. In *The Cambridge handbook of psychology and economic behaviour*, 2nd ed. (pp. 405–429). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316676349.014>
- Parwito. (2006). UU Pajak Penghasilan Penuh Distorsi. *Harian Bisnis Indonesia*.
- Pratami, L. P. K. A. W., Sulindawati, N. L. G. E., & Wahyuni, M. A. (2017). Pengaruh penerapan e-system perpajakan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi dalam membayar pajak pada kantor pelayanan pajak (kpp) pratama singaraja. *E-Jurnal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v22.i03.p09>
- Schmolders, G. (1959). Fiscal Psychology: A New Branch of Public Finance. *National Tax Journal*, 15, 184–193.
- Sella, N. F., & Pusposari, D. (2018). Pengaruh Kemudahan Pajak, Keadilan Pajak, dan Sosialisasi Pajak PP Nomor 23 Tahun 2018 Terhadap Kemauan Wajib Pajak UMKM untuk Patuh di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya*.
- Sentanu, I. N. W., & Budiartha, K. (2019). Effect of taxation modernization on tax compliance. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(4), 207–213. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v6n4.683>
- Syahdan, S. A., & Rani, A. P. (2014). Dimensi Keadilan Atas Pemberlakuan PP No. 46 Tahun 2013 Dan Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal InFestasi*, 10(1), 64–72.
- Syukri, M. & Didiaryono, D. (2018). Pengaruh PAD, Dana Perimbangan Dan PMA Terhadap Tingkat Kemajuan Daerah Kabupaten Dan Kota Di Provinsi Sulavesi Selatan. *Jurnal Masagena*, 13, 525-534.
- Tambunan, T. (2013). Dampak dari Kebijakan “Satu Persen” Pajak pada UMKM. *Jurnal Pengkajian Koperasi Dan UKM*, 8, 1–20.
- Yusdita, E. E., Subekti, I., & Adib, N. (2017). Peran Persepsi Wajib Pajak Atas Keadilan Sistem Perpajakan Dalam Meningkatkan Kepatuhan Pajak. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 1(3), 361–384. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2017.v1.i3.2268>



Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan PT Federal International Finance

Bungaran Saing ^{1*}, Ery Teguh Prasetyo ², Muhamad Adnan Solihin ²

¹ Program Studi Teknik Kimia, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

² Program Studi Manajemen, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

*Correspondent Email: bungaran.saing@dsn.ubharajaya.ac.id

Article History:

Received: 08-06-2021; Received in Revised: 22-06-2021; Accepted: 12-07-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v2i1.759>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kebijakan Promosi Jabatan dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Federal International Finance. Penelitian ini menggunakan kuisioner dengan skala pengukuran menggunakan skala Likert yang dianalisis menggunakan uji validitas, reabilitas dan analisis jalur menggunakan SPSS 22. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang karyawan PT Federal International Finance cabang Kota Bekasi. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel kebijakan promosi jabatan dan Beban Kerja baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT Federal International Finance. Nilai R menunjukkan sebesar 40% kebijakan promosi jabatan berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Dengan mengetahui hubungan antara variabel-variabel ini, kebijakan promosi jabatan dan beban kerja dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan pada PT Federan International Finance cabang Kota Bekasi.

Kata kunci: Promosi Jabatan, Beban Kerja, Kinerja Karyawan

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of job promotion policies and workload on employee performance at PT. Federal International Finance. This study uses a questionnaire with a measurement scale using likert scale which is analyzed using validity, reliability and path analysis using SPSS 22. The sample in this study was 100 employees of PT Federal International Finance Bekasi City branch. The results of this study indicate that the variables of job promotion policy and workload, either partially or simultaneously, have a significant effect on the performance of PT Federal International Finance employees. The value of R shows that 40% of the promotion policies have an effect on employee performance. By knowing the relationship between these variables, promotion policy and workload can be used to improve employee performance at PT Federan International Finance Bekasi branch.

Keywords: Promotion, Workload, Employee Performance

1. Pendahuluan

Dalam rangka menghadapi persaingan dunia bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk selalu mengoptimalkan semua sumber daya yang dimiliki (Purwanto, 2011). Salah satu sumber daya yang memiliki peranan penting adalah sumber

daya manusia. karyawan merupakan sumber daya yang penting bagi perusahaan, karena memiliki bakat, tenaga, dan kreativitas yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya (Asep, 2019; Ni'am, 2018; Goni, 2015). Semakin baik karyawan yang dimiliki semakin baik pula kinerja perusahaan.

Untuk meningkatkan kinerja, salah satu hal yang perlu menjadi perhatian perusahaan adalah faktor motivasi. Menurut Meng dan Wang (2016) indikator motivasi ekstrinsik terdiri dari *work environment, reward, job involvement, leadership*, sedangkan yang menjadi indikator motivasi intrinsik adalah *self-expression, personal-fit, and personal fulfillment*. Fanny Septina dan Theo Samuel, 2020 membuktikan dalam penelitiannya bahwa motivasi intrinsik berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Salah satu faktor motivasi yang perlu diperhatikan perusahaan adalah kebijakan promosi yang tepat dan rotasi pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan karyawan untuk mempertahankan kinerja karyawan, proses ini menjadi penting dalam upaya meningkatkan kualitas kinerja karyawan (Asep, 2019; Andry, 2019). Promosi jabatan akan lebih memotivasi karyawan dalam bekerja. Promosi jabatan merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk memberikan kesempatan bagi karyawan yang memiliki prestasi kerja yang baik dan umumnya didasarkan atas faktor senioritas (pengalaman/lamanya bekerja) untuk menduduki suatu jabatan yang lebih tinggi dari jabatan yang diduduki sebelumnya serta memiliki wewenang dan tanggung jawab yang lebih besar (Jekson, 2017; Prabowo, 2016). Promosi jabatan diharapkan akan memotivasi karyawan untuk bekerja dengan kemampuan maksimalnya dibandingkan dengan jabatan sebelumnya karena wewenangnya yang masih minimum. Di samping itu karyawan akan mendapat kesempatan untuk berkembang dan mendapat pengalaman baru pada lingkungan kerja yang baru (Prabowo, 2016).

Perusahaan dalam menerapkan sistem promosi jabatannya sebaiknya menggunakan penilaian yang obyektif dan berdasarkan asas keadilan serta menempatkan orang yang tepat pada tempat yang tepat (*the right man in the right place*) sehingga promosi jabatan tersebut berdampak positif bagi perusahaan/ organisasi (Suti dkk, 2020). Karyawan akan merasa puas jika promosi jabatan yang diterima atas dasar penilaian yang obyektif dan adil. Jadi promosi jabatan yang diterima adalah hasil usaha mereka selama ini sebagai bentuk penghargaan dari perusahaan sehingga karyawan akan lebih termotivasi dalam bekerja. Penilaian kinerja karyawan menjadi alat utama dalam menempatkan karyawan ke jenjang yang lebih tinggi dengan tepat sasaran.

Dengan adanya promosi jabatan, pegawai akan merasa dihargai, diperhatikan, dibutuhkan dan diakui kemampuan kerjanya oleh atasan sehingga mereka akan menghasilkan keluaran (*output*) yang tinggi. Promosi jabatan dilakukan untuk mengoptimalkan sumber daya manusia yang dimiliki organisasi, selain itu promosi jabatan bertujuan untuk meregenerasi sumber daya manusia dalam organisasi demi kelangsungan organisasi tersebut. Promosi jabatan merupakan sarana yang dapat mendorong karyawan untuk lebih baik dan lebih bersemangat dalam melakukan suatu pekerjaan dalam lingkungan organisasi (Ritonga dan Lubis, 2015).

Beban kerja adalah sejumlah kegiatan yang harus diselesaikan oleh pekerja atau suatu unit organisasi dalam jangka waktu tertentu (Sunarso, 2010). Sehingga secara tidak langsung, produktivitas pekerja dipengaruhi oleh beban kerja yang diterimanya, yang terindikasi lewat kinerjanya. Beban kerja yang dibebankan kepada karyawan dapat dikategorikan kedalam tiga

kondisi, yaitu beban kerja yang sesuai standar, beban kerja yang terlalu tinggi (*over capacity*) dan beban kerja yang terlalu rendah (*under capacity*) (Jecky, 2018). Beban kerja tersebut yang diterima pekerja dapat berupa beban kerja fisik, seperti paparan suhu lingkungan, kebisingan, pencahayaan yang berdampak pada metabolisme tubuh pekerja dari detak jantung, konsumsi oksigen, suhu tubuh dan sebagainya yang terlihat lebih konkret dan dekat dengan aspek keselamatan dan kesehatan kerja. Beban kerja dapat pula berupa beban kerja mental yang terindikasi lebih subjektif terhadap masing-masing subjek pekerja, seperti beban waktu, usaha, stress, dan sebagainya (Suma'mur, 1996:48). Manajemen perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat memotivasi pegawai agar kinerja dapat lebih baik, hal ini penting dilaksanakan agar tujuan organisasi tercapai. Apabila manajemen mampu mengungkap daya atau kekuatan yang ada dalam diri pegawai yang mendorong atau menggerakkan untuk berperilaku tertentu yang diarahkan pada tujuan.

Dengan adanya promosi jabatan sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Promosi jabatan merupakan hasil penilaian kinerja individu karyawan atas pelaksanaan pekerjaannya selama ini baik dilihat dari segi kualitas, kuantitas dan ketepatan waktu. Setiap perusahaan pastinya menginginkan seluruh karyawan agar terus meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan optimal.

PT. Federal International Finance (FIF) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha pembiayaan retail sepeda motor, pembiayaan multiguna, pembiayaan umroh dan alat elektronik di Indonesia. Untuk pembiayaan multiguna, PT. Federal International Finance (FIF) telah bekerjasama dengan salah satu produsen sepeda motor PT. Astra Honda Motor, Tbk sebagai pemegang pembiayaan retail sepeda motor baru dengan merk dagang HONDA. Perusahaan tersebut memiliki 2.5 juta customer aktif dan memiliki 194 kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satunya adalah kantor cabang yang terletak di Kota Bekasi.

Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan di perusahaan bahwa permasalahan yang dihadapi PT. Federal International Finance Cabang kota Bekasi adalah kinerja karyawan yang tidak maksimal dalam berkerja, hal ini ditandai dengan tidak tercapainya target perusahaan sesuai dengan apa yang telah ditetapkan perusahaan,

Tabel 1. Target karyawan PT. Federal International Finance.

Bulan	Target	Hasil
Januari	700	659
Februari	700	680
Maret	700	685

Sumber: Bagian HRD PT. Federal International Finance Cabang Bekasi

Dari tabel di atas peneliti tertarik meneliti permasalahan apa yang ada sehingga target tersebut tidak tercapai. Secara khusus yang diteliti adalah pengaruh promosi jabatan dan beban kerja terhadap kinerja karyawan PT. Federal International Finance.

2. Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status dari subjek penelitian (Mumtaz, 2017). Data dikumpulkan menggunakan daftar pertanyaan dalam kuesioner, wawancara ataupun observasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di PT. Federal International Finance cabang kota Bekasi yaitu sebanyak 133 karyawan. Sehingga dengan menggunakan rumus Slovin, didapat jumlah sampel sebanyak 99,81 orang, namun untuk memudahkan dalam perhitungan maka dibulatkan menjadi 100 orang.

Jenis data yang digunakan terdiri dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data hasil kuesioner karyawan PT. Federal International Finance cabang kota Bekasi dengan skala pengukuran menggunakan skala Likert yang dianalisis menggunakan uji validitas, reabilitas dan analisis jalur menggunakan SPSS 22. Data Sekunder merupakan data-data relevan yang mendukung data primer penelitian yang diambil dari studi literatur.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Gambaran Umum PT. Federal International Finance (FIF)

PT Federal International Finance (“FIFGROUP”) pada awalnya berdiri dengan nama PT Mitrapusaka Artha Finance pada bulan Mei 1989. Dalam surat ijin usaha yang dikeluarkan oleh Menteri Keuangan, bidang usaha perseroan bergerak dalam bidang Sewa Guna Usaha, Anjak Piutang dan Pembiayaan Konsumen. Perusahaan kemudian berubah nama menjadi PT Federal International Finance pada tahun 1991. Namun guna memenuhi permintaan pasar dan seiring dengan perkembangan waktu, pada tahun 1996 perseroan mulai memfokuskan diri ke pembiayaan (*financing*) sepeda motor Honda pada bidang pembiayaan konsumen secara retail. Pada Mei 2013, Perusahaan meluncurkan merek FIFGROUP.

Saat ini berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 29/POJK.05/2014, maka bidang usaha FIFGROUP adalah (a) Pembiayaan Investasi; (b) Pembiayaan Modal Kerja; (c) Pembiayaan Multiguna, Sewa Operasi (Operating Lease) dan/atau kegiatan berbasis fee; (d) Pembiayaan Syariah meliputi Pembiayaan Jual Beli, Pembiayaan Investasi, dan/atau Pembiayaan Jasa yang dilakukan dengan menggunakan akad berdasarkan prinsip syariah; dan (e) Pembiayaan lain berdasarkan persetujuan Otoritas Jasa Keuangan. Visi PT. Federal International Finance adalah menjadi Pemimpin Industri yang Dikagumi Secara Nasional. Sedangkan misinya adalah membawa kehidupan yang lebih baik untuk masyarakat.

2. Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner

Penelitian ini dilakukan di PT. Federal International Finance cabang kota Bekasi yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman No. 99, Kranji, Bekasi barat, Kota Bekasi, Jawa Barat 17134. Objek penelitian ini adalah karyawan PT. Federal International Finance. Penelitian dilaksanakan dengan menggunakan penyebaran kuesioner yang bertujuan untuk mengukur apakah promosi jabatan dan beban kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Waktu penyebaraan kuesioner yaitu bulan April 2020 dengan rincian penyebaran kuesioner yang disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2. Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner

Responden	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang kembali	100	100%
Kuesioner yang tidak kembali	0	0%

Dari tabel 2. terlihat bahwa jumlah kuesioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 100 kuesioner, dan kuesioner yang kembali sejumlah 100 kuesioner artinya persentase tingkat pengembaliamnya sebesar 100%. Dari hasil kuesioner penelitian diperoleh beberapa macam karakteristik responden yang dapat dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan masa kerja. Di bawah ini dijelaskan karakteristik responden secara lebih detail berdasarkan beberapa kategori yang telah disebutkan di atas.

3.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	46	46%
Perempuan	54	54%
Total	100	100%

Berdasarkan pada tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri dari 46 pria dari total 100 responden yang mengisi kuesioner, dan juga terdiri dari 54 wanita dari total responden yang bekerja pada PT. Federal International Finance.

3.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17-25 Tahun	91	91%
26-35 Tahun	9	9%
36-45 Tahun	0	-
45≥ Tahun	0	-
Total	100 orang	100%

Dari tabel 4 di atas dapat terlihat bahwa responden penelitian ini berdasarkan kategori rentang usia, paling banyak adalah responden yang berada di usia antara 17-25 tahun yaitu sebanyak 91 orang dari total responden, diikuti responden yang berada di rentang usia 26-35 tahun yaitu 9 orang, selanjutnya tidak ada responden yang berada di rentang usia 36-45 dan 45> tahun. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa karyawan yang bekerja di PT. Federal International Finance mayoritas berada di rentang usia muda yaitu 17- 25 tahun sebanyak 91 orang dan usia 26-35 tahun sebanyak 9 orang.

3.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
SMA	75	7%
Diploma (D3)	9	12%
Sarjana (S1)	16	21,33%
Magister (S2)	0	-
Doktor (S3)	0	-
Total	100 orang	100%

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat terlihat bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA adalah yang paling banyak yaitu sebanyak 75 orang, responden yang memiliki pendidikan terakhir D3 sebanyak 9 orang, kemudian responden yang memiliki pendidikan terakhir S1 sebanyak 16 orang. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa karyawan yang bekerja di PT. Federal International Finance mayoritas adalah karyawan yang memiliki pendidikan terakhir SMA yaitu 75 orang dari total 100 orang.

3.4 Karakteristik responden berdasarkan masa kerja

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja

Lama Bekerja	Jumlah	Presentase
0-11 bulan	29	29%
1-2 tahun	57	57%
3-4 tahun	8	8%
5-6 tahun	6	6%
Total	100 orang	100%

Berdasarkan tabel 6 di atas, dapat terlihat masa kerja dari responden. Dari data tersebut diperoleh bahwa responden yang bekerja pada masa kerja 0-11 bulan ada sebanyak 29 orang, responden yang bekerja pada masa kerja 1-2 tahun ada sebanyak 57 orang, kemudian responden yang bekerja pada masa kerja 3-4 tahun ada sebanyak 8 orang, dan yang terakhir responden yang bekerja pada masa kerja 5-6 tahun ada sebanyak 6 orang dari total responden yang bekerja di PT. Federal International Finance. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa masa kerja responden yang paling banyak adalah masa kerja 1-2 tahun yaitu sebanyak 57 orang.

3. Uji Kualitas Data

3.1 Uji Validitas

Daftar pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner pada umumnya mendukung suatu dimensi variabel. Untuk menguji kelayakan setiap butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner dalam mendefinisikan dimensi variabel digunakan uji validitas. Dari uji validitas didapat r hitung yang dibandingkan dengan r tabel dengan $df = n - 2$ dengan $sig 5\%$. Untuk menarik kesimpulan digunakan pernyataan berikut: Jika r tabel $<$ r hitung maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Nilai r tabel dapat dilihat pada tabel dengan menggunakan rumus df (*degree of freedom*) = n (jumlah responden) - 2, dengan tingkat signifikansi uji dua arah pada nilai signifikan 0,05. Maka dari itu, nilai $df = 100 - 2 = 98$, sehingga didapat nilai r tabel sebesar 0,1966. Sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner yang valid adalah apabila hasil uji validitas kuesioner memiliki nilai r hitung yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai r tabel. Untuk mengetahui hasil uji validitas promosi jabatan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Uji Validitas Promosi Jabatan (X1)

Korelasi antara	R hitung	R table	Kesimpulan
Pertanyaan 1	0,619	0,1966	Valid
Pertanyaan 2	0,644	0,1966	Valid

Pertanyaan 3	0,625	0,1966	Valid
Pertanyaan 4	0,878	0,1966	Valid
Pertanyaan 5	0,745	0,1966	Valid
Pertanyaan 6	0,669	0,1966	Valid
Pertanyaan 7	0,743	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yang didapat oleh setiap butir pertanyaan kuesioner memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel yang mana memiliki nilai lebih besar dari 0,1966, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan (7 pertanyaan) yang digunakan pada variabel promosi jabatan dinyatakan valid. Hasil uji validitas beban kerja dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 8 Uji Validitas Beban Kerja (X2)

Korelasi antara	R hitung	R table	Kesimpulan
Pertanyaan 1	0,777	0,1966	Valid
Pertanyaan 2	0,795	0,1966	Valid
Pertanyaan 3	0,542	0,1966	Valid
Pertanyaan 4	0,557	0,1966	Valid
Pertanyaan 5	0,777	0,1966	Valid
Pertanyaan 6	0,795	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel 8 di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yang didapat oleh setiap butir pertanyaan variabel beban kerja memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel yaitu lebih besar dari 0,1966, sehingga dapat disimpulkan bahwa enam butir pertanyaan yang ada pada variabel beban kerja dinyatakan valid.

Tabel 9. Uji Validitas Kinerja Karyawan (Y)

Korelasi antara	R hitung	R table	Kesimpulan
Pertanyaan 1	0,597	0,1966	Valid
Pertanyaan 2	0,487	0,1966	Valid
Pertanyaan 3	0,642	0,1966	Valid
Pertanyaan 4	0,628	0,1966	Valid
Pertanyaan 5	0,667	0,1966	Valid
Pertanyaan 6	0,761	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat terlihat bahwa nilai r hitung yang didapat oleh setiap butir pertanyaan variabel kinerja karyawan memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel yaitu lebih besar dari 0,1966, sehingga dapat disimpulkan bahwa enam butir pertanyaan yang ada pada variabel kinerja karyawan dinyatakan valid.

3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) adalah ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel yang dibuat dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan

secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan, jika nilai Alpha > 0,60 maka dinyatakan reliabel.

Tabel 10. Uji Reabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
1	Promosi Jabatan	0,774	0,600	Reliabel
2	Beban Kerja	0,817	0,600	Reliabel
3	Kinerja Karyawan	0,681	0,600	Reliabel

Berdasarkan tabel 10 di atas dapat diketahui bahwa nilai Alpha Cronbach atas variabel promosi jabatan sebesar 0,774, beban kerja sebesar 0,817 dan kinerja karyawan sebesar 0,681. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena memiliki nilai Alpha Cronbach > 0,600.

Tabel 11. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,15084671
Most Extreme Differences	Absolute	,043
	Positive	,043
	Negative	-,043
Test Statistic		,043
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

3.3 Uji Asumsi Klasik

3.3.1 Uji Normalitas

Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui distribusi data dalam setiap variable yang digunakan dalam penelitian, dapat diketahui dengan uji normalitas. Adapun hasil uji normalitas dengan menggunakan program SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel 11.

Jika nilai signifikansi pada metode uji Kolmogorov-Smirnov > 0,05, maka data variabel dinyatakan berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi <0,05 maka data variabel dinyatakan tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 hal ini membuktikan bahwa data berdistribusi normal.

3.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas.

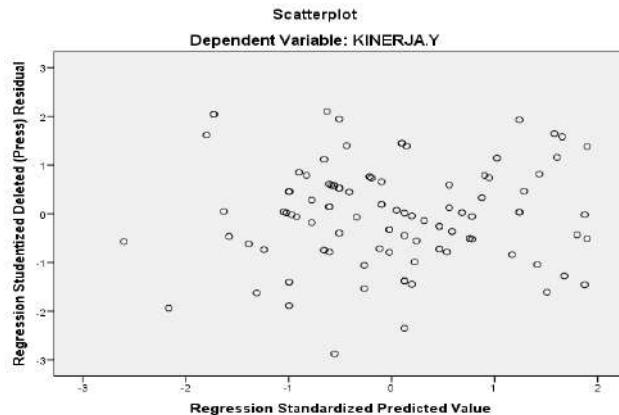
Tabel 12. Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Perhitungan		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Promosi Jabatan	0,912	1,096	Tidak ada multikolinieritas
Beban Kerja	0,912	1,096	Tidak ada multikolinieritas

Berdasarkan tabel 12 di atas dapat terlihat bahwa nilai tolerance yang diperoleh dari masing- masing variabel Promosi Jabatan dan Beban Kerja adalah 0,912 sampai dengan nilai VIF sebesar 1,096. Karena rentangnya sempit maka multikolinearitas tidak terdeteksi.

3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan menggunakan program SPSS versi 22 diperoleh hasil Uji Heteroskedastisitas sebagai berikut :



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 2. tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi berganda yang digunakan. Sehingga model regresi berganda tersebut dapat digunakan untuk memprediksi kinerja karyawan berdasarkan variabel yang mempengaruhinya dalam penelitian ini, yaitu promosi jabatan dan beban kerja.

3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini digunakan Analisis regresi linier berganda. Kemudian variable yang mempengaruhi disebut variable bebas (*independent variable*) dan variable yang dipengaruhi disebut variable terikat (*dependet variable*). Dengan menggunakan program SPSS versi 22 diperoleh hasil perhitungan analisis regresi linier berganda sebagai berikut ini:

Tabel 13 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	8,682	2,349		3,697	,000		
	(Constant)						
	PROMOSIJABATAN.X1	,426	,060	,586	7,118	,000	,912
	BEBANKERJA.X2	,129	,089	,119	1,447	,151	1,096

a. Dependent Variable: KINERJA.Y

Dari tabel 13 di atas, maka persamaan regresi yang didapat adalah sebagai berikut: $Y = 8,682 + 0,426 X1 + 0,129 X2 + e$. Persamaan tersebut memiliki arti bahwa :

1. Konstanta = 8,682. Memberi arti bahwa jika variabel promosi jabatan dan beban kerja diasumsikan tidak ada atau nol, maka kinerja karyawan memiliki nilai sebesar 8,682.
2. Koefisien Promosi Jabatan (X1) = 0,426. Memberi arti bahwa jika setiap terjadi kenaikan 1 nilai promosi jabatan, maka akan diikuti juga dengan kenaikan kinerja karyawan sebesar 0,426.
3. Koefisien Beban Kerja (X2) = 0,129. Memberi arti bahwa jika setiap terjadi kenaikan 1 nilai beban kerja, maka akan diikuti juga dengan kenaikan kinerja karyawan sebesar 0,129.

3.5 Uji Hipotesis

3.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R2)

Untuk mengetahui besar pengaruh (persentase) dari variable bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*) dalam analisis regresi tersebut digunakan koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi tersebut berkisar di antara nol sampai satu.

Tabel 14. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,632 ^a	,400	,387	2,17291	1,967

Jika angka koefisien determinasi mendekati angka nol, berarti kemampuan variabel bebas atau independen dalam mempengaruhi variabel terikat atau dependen didalam penelitian amat terbatas atau pengaruhnya kecil. Demikian juga jika nilai koefisien determinasi mendekati angka satu, maka kemampuan variabel bebas atau independen dalam mempengaruhi variabel terikat atau dependen adalah kuat atau dengan perkataan lain variabel independen berkontribusi secara sempurna terhadap variabel dependen.

Dari tabel 14 di atas terlihat bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,400 atau 40%. Berdasarkan penjelasan di atas, nilai koefisien determinasi sebesar 40% mempunyai arti bahwa variabel kinerja karyawan PT. Federal International Finance dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel bebas atau independen, yaitu promosi jabatan dan beban kerja yaitu sebesar 40%. Sedangkan sisanya 60% dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang ada diluar variabel pada penelitian ini.

3.5.2 Uji T (Parsial)

Uji t-test menunjukkan pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu

1. $t_{hitung} < t_{tabel}$: tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen pada variabel dependen
2. $t_{hitung} > t_{tabel}$: terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen pada variabel dependen
3. jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh secara parsial variabel independen pada variabel dependen.

4. jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka ada pengaruh secara parsial variabel independen pada variabel dependen.

Sebelum melakukan uji t, harus diketahui terlebih dahulu t tabel yang dipakai dalam penelitian. Untuk mengetahui t tabel dapat dilihat pada daftar t tabel. Untuk 100 responden t tabel sebagai berikut: Diketahui $n = 100$, Variabel bebas 2 ($k = 2$), dan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), maka nilai t tabel = $t(a/2 : n-k-1) = t(0,05/2 ; 100-2-1) = t(0,025 ; 97) = 1,984$.

- a. Uji t variabel Promosi Jabatan (X1) secara Parsial terhadap Kinerja Karyawan(Y)

Tabel 15 Hasil Uji t variabel Promosi Jabatan (X1)

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	11,159	1,617		6,902	,000		
PROMOSIJABATAN.X1	,452	,058	,622	7,859	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: KINERJA.Y

Berdasarkan hasil perhitungan, dilihat dari nilai signifikannya 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai thitung $>$ ttabel ($7,859 > 1,984$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi Jabatan (X1) berpengaruh secara parsial signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y).

- b. Uji t variabel Beban Kerja (X2) secara Parsial terhadap Kinerja Kkaryawan (Y)

Tabel 16. Hasil Uji t variable Beban Kerja (X2)

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15,900	2,600		6,115	,000		
BEBANKERJA.X2	,317	,104	,293	3,035	,003	1,000	1,000

a. Dependent Variable: KINERJA.Y

Berdasarkan tabel hasil perhitungan diatas, dilihat dari nilai signifikannya 0,003 lebih kecil dari 0,05 dan nilai thitung $>$ ttabel ($3,035 > 1,984$) sehingga dapat disimpulkan bahwa Beban Kerja (X2) berpengaruh secara parsial signifikan Kinerja Karyawan (Y).

3.5.3 Uji F

Untuk mengetahui apakah data layak atau tidak layak dalam penelitian ini, digunakan Uji F (Sujarweni, 2014). Hasil data uji f (uji simultan) dapat dilihat pada tabel 16. sebagai berikut :

Tabel 17. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	304,762	2	152,381	32,274	,000 ^b
Residual	457,988	97	4,722		
Total	762,750	99			

Berdasarkan tabel 17 di atas dapat diketahui bahwa nilai F yang diperoleh adalah 32,274 artinya jika diperoleh nilai F hitung sebesar $32,274 > 3,09$ (F tabel) dengan nilai *sig.* $0,000 < 0,05$ (α) atau nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dari itu H_0 ditolak atau H_a

diterima artinya bahwa Promosi Jabatan (X1) dan Beban Kerja (X2) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y).

3.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Promosi Jabatan dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Federal International Finance, dapat dijelaskan melalui pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Promosi Jabatan terhadap Kinerja Karyawan

Dari analisa data hasil uji penelitian diperoleh data hasil perhitungan uji parsial promosi jabatan yang ditunjukkan nilai 7,859 (t-hitung) lebih besar dari 1,984 (t tabel) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Promosi Jabatan berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel Kinerja Karyawan. Artinya apabila Promosi Jabatan pada PT. Federal International Finance meningkat maka akan meningkat juga Kinerja Karyawan yang dihasilkan. Dengan demikian, promosi jabatan dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan PT. Federal International Finance.

2. Pengaruh Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Dari analisa data hasil uji penelitian diperoleh data hasil perhitungan uji parsial beban kerja yang ditunjukkan nilai 3,035 (t- hitung) lebih besar daripada 1,984 (t tabel) dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil daripada 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Beban Kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Karyawan. Artinya apabila Beban Kerja pada karyawan PT. Federal International Finance meningkat maka akan meningkat juga Kinerja Karyawan yang dihasilkan. Dengan demikian, beban kerja dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan PT. Federal International Finance.

3. Pengaruh Promosi Jabatan dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan.

Dari hasil uji simultan Promosi Jabatan dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan diperoleh nilai F hitung sebesar 32,274 dimana lebih besar daripada 3,09 (F tabel). Dan dari hasil uji tersebut juga dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya secara bersama-sama atau simultan variabel Promosi Jabatan dan Beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja karyawan.

Kemudian nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebesar 0,400 atau 40%. Hal tersebut memberi arti bahwa 40% variabel kinerja karyawan di PT. Federal International Finance dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen, yaitu promosi jabatan dan beban kerja. Sedangkan sisanya 60% dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang ada diluar variabel pada penelitian ini.

Masing-masing dari tingkat promosi jabatan dan beban kerja memiliki peranan yang sangat penting terhadap tercapainya kinerja karyawan yang baik. Dimana kedua hal tersebut jika dijalankan secara bersama-sama dengan baik oleh karyawan maka dapat meningkatkan kinerja karyawan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi Jabatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Federal International Finance. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai hasil uji t yang diperoleh yaitu t hitung $7,859 >$ dari t tabel $1,984$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama terbukti yaitu promosi jabatan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Dengan demikian semakin tepat promosi jabatan yang diterapkan, maka semakin meningkat pula kinerja karyawannya.
2. Beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Federal International Finance. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai hasil uji t yang diperoleh yaitu t hitung $7,859 >$ dari t tabel $1,984$ dan nilai sig $0,003 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua terbukti yaitu beban kerja memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Jadi semakin baik dan sesuai tingkat beban kerja yang diberikan maka semakin meningkat pula kinerja karyawan.
3. Promosi jabatan dan beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai hasil uji F yang diperoleh yaitu nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $32,274 >$ dari F tabel $3,09$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga terbukti yaitu promosi jabatan dan beban kerja memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Jadi semakin tinggi promosi jabatan yang diterapkan dan dibarengi oleh tingkat beban kerja yang sesuai maka kinerja karyawan akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh PT. Federal International Finance cabang kota Bekasi dalam menentukan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan Promosi Jabatan, Beban Kerja, dan Kinerja Karyawan, di antaranya :

- a. Perusahaan disarankan memberikan kemudahan dalam promosi jabatan dengan membuat kebijakan syarat dan ketentuan promosi jabatan yang tidak terlalu sulit untuk dicapai karyawan, sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan.
- b. Perusahaan dapat membuat target yang Specific, Measurable, Achievable, Realistic and Timetabled (SMART) sehingga karyawan termotivasi untuk mencapainya.
- c. Diharapkan mampu memberikan masukkan, pengetahuan dan pemahaman mengenai Pengaruh Promosi jabatan, Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Federal International Finance.

5. Daftar Pustaka

- Animun, J. S. D., Sepang, J., & Uhing, Y. (2017). Analisis Pelaksanaan Promosi Jabatan dan Mutasi Berdasarkan Prestasi Kerja Karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(3).
- Asep, S. (2019). Pengaruh Kebijakan Promosi Jabatan dan Rotasi Pekerjaan Terhadap Kinerja Karyawan Pemkot Bandung. *Ekonom*, 1(1):27-38

- Bambang, W. (2002), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Pertama, Penerbit SULITA, Bandung
- Effendy, O.U. (2009) "Ilmu Komunikasi teori & Praktek", Cetakan ke 22, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Elfachmi, A.K (2011), Evaluasi Kinerja Karyawan, Cetakan I, Penerbit *Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 5, No.1, Oktober 2017 75
- Gauzali, S. (2005), *Manajemen Sumber Daya Manusia : Suatu Pendekatan Mikro*. Jakarta, Djambaran.
- Goni, L. W., Adolfina, A., & Sumarauw, J. (2016). Pengaruh pelatihan, penempatan kerja, dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada pt. bank sulutgo kantor pusat manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(4).
- Jeky, K R Rolos Sofia A P Sambul Wehelmina Rumawas, (2018) Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Manado Kota, *Jurnal Administrasi Bisnis* ISSN : 2338 - 9605 Vol. 6 No. 4 Tahun 2018
- Mangkunegara, A.P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*". PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Ni'am, M. D. L., Suyadi, B., & Ani, H. M. (2018). Pengaruh Upah Terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan UD. Pakem Sari, Desa Sumberpakem, Kecamatan Sumberjambe, Kabupaten Jember). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 192-198.
- Purwanto, (2011) Strategi Bersaing Untuk Mengoptimalkan Kapasitas Produksi: Studi Kasus PT Jaya Indah Casting, Bekasi, *Journal The WINNERS*, Vol. 12 No. 2, September 2011: 154-179
- Rachmawati, I.K. (2008), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, penerbit Andi Yogyakarta
- Septina, F., & Samuel, T. (2020). Pengaruh Motivasi Ekstrinsik dan Motivasi Intrinsik terhadap Kinerja Karyawan CV. Muncul Anugerah Jaya. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 3(2), 103-112.
- Siagian, S. P, (2009), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi.1, Cetakan.17 Jakarta, Bumi Aksara,
- Suharni, R. (2017). Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Garuda Metalindo, *Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan*, Vol. 5, No.1, Oktober 2017
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukarna. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*", Cetakan Kedua, Mandar Maju, Bandung
- Suti, M., Syahdi, M. Z., & Didiaryono, D. (2020). Tata Kelola Perguruan Tinggi dalam Era Teknologi Informasi dan Digitalisasi. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 3(2), 203-214.
- Tenrigau, A.M. (2018). *Manajemen Sebuah Pengantar*. Palopo: Andi Djemma Press
- Veithzal, R. (2006) "Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan", PT. Grafindo Persada, Jakarta.
- Wibowo, (2006), "Manajemen Kinerja", Edisi III , Jakarta kepegawaian.



Strategi Optimalisasi Media Sosial Melalui Konten Humor dalam Peningkatan Penjualan Produk UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19

Recha Noorridha Fachmy ¹, Cecep Syafa'atul Barkah ^{1*}, Tetty Herawaty ¹, Lina Aulina¹

¹Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Univeritas Padjadjaran

*Correspondent Email: cecep.barkah@unpad.ac.id

Article History:

Received: 09-07-2021; Received in Revised: 19-07-2021; Accepted: 06-08-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.784>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dapat diaplikasikan pada UMKM Toko Sikece dan untuk menyusun strategi pemasaran pada UMKM Toko Sikece dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan Internal Resources Based, Sustainable Competitive Advantage (SCA), framework Value Rarity Imitability Organization (VRIO) dan tabel Threats Opportunities Weaknesses Strengths (TOWS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk penetration share yaitu dengan meningkatkan penjualan dengan strategi promosi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada toko sikece.

Kata kunci: strategi promosi, penjualan, penetration share, internal based resources

Abstract

This study aims to find out the strategy applied to UMKM Toko Sikece and to compile UMKM Toko Sikece marketing strategy with qualitative descriptive research method. The collected data processed with Internal Resources Based, Sustainable Competitive Advantage (SCA) framework Value Rarity Imitability Organization (VRIO) and table analysis Threats Opportunities Weaknesses Strengths (TOWS). The result of study indicate that proper strategy for penetration share is increasing sales and promotion strategy. The result of this study expected to increase sales on Toko Sikece.

Keywords: promotion strategy, sales, penetration share, internal based resources.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bisnis yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia. UMKM menjadi salah satu penggerak roda perekonomian dikarenakan mempunyai dampak yang besar bagi perekonomian negara Indonesia (Ayem & Wahidah, 2021) Salah satu ciri dari UMKM yaitu tidak mengelurkan modal yang begitu besar dan pada UMKM ini resiko kerugian sangat minim. Sektor UMKM mampu membuka lapangan pekerja yang baru untuk masyarakat sekitar sehingga bisnis pada level UMKM ini semakin berkembang dan menjadi tumpuan perkenomian negara (Mutmainah, 2015). Dilansir dari situs Bappenas UMKM memiliki peranan penting terhadap

perekonomian Indonesia, salah satunya yaitu untuk mengurangi pengangguran dengan adanya UMKM lapangan pekerjaan lebih terbuka serta mendukung terwujudnya pemerataan pendapatan yang optimal untuk mengurangi ketimpangan sosial.

UMKM di Indonesia pada saat ini menghadapi hantaman yang cukup keras. Pandemi Covid-19 sampai saat ini masih menjadi tantangan bagi para pelaku bisnis akibatnya laju pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi lamban (Soleha, 2020) Hal ini dapat dirasakan langsung oleh Toko Sikece. Toko Sikece merupakan salah satu toko yang menjual cemilan ringan seperti makaroni bantet, mie lidi, usus crispy dan juga makaroni kriuk. Toko Sikece berlokasi di Jl. Raya Bojong Sawit Kecamatan Wanayasa kabupaten Purwakarta. Sebelum adanya pandemi Covid-19 Toko Sikece dapat memproduksi makaroni sebanyak 1 ton dalam kurun waktu 2 minggu akan tetapi untuk saat ini Toko Sikece hanya dapat memproduksi 500 Kg dalam kurun waktu 2 - 4 minggu. Tidak hanya itu pada tahun 2020 banyak para reseller yang tidak jujur yang mengakibatkan penjualan pada Toko Sikece ini mengalami penurunan yang cukup drastis. Sehingga strategi pemasaran pada Toko Sikece ini sangat diperlukan.

Terdapat beberapa strategi yang dibutuhkan oleh Toko Sikece namun yang paling utama adalah strategi pemasaran. Dalam suatu bisnis tujuan dari pemasaran adalah bagaimana memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen hingga produk tersebut sampai kepada tangan konsumen. Dalam pemasaran mengetahui dan memahami karakteristik pelanggan adalah hal terpenting sehingga produk atau jasa dapat dengan cepat terjual. Strategi pemasaran dibutuhkan untuk mendapatkan segmen pasar yang sesuai dengan sasaran yang diharapkan oleh perusahaan untuk mendapatkan laba atau profit yang maksimum (Didiharyono, 2016). Seperti yang kita ketahui bahwa promosi merupakan salah satu faktor terpenting yang diperlukan untuk mencapai suatu target. Promosi merupakan salah satu strategi yang paling efektif yang diperlukan oleh suatu perusahaan untuk mempertahankan dan mengembangkan produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen (Irwan & Haryono, 2015). Jika suatu produk tidak diketahui oleh konsumen maka peluang untuk mendapatkan konsumen pun akan sedikit, konsumen tidak akan membeli produk apabila tidak diketahui keunggulan dan juga kegunaannya. Oleh karena itu, konsumen yang menjadi target pasar dari perusahaan tersebut membutuhkan informasi yang jelas. Promosi dengan strategi yang tepat menjadi suatu yang terpenting dalam melakukan pemasaran produk, akan tetapi dalam pelaksanaan promosi tersebut harus dibarengi dengan pengukuran kinerja pemasaran.

Pengukuran kinerja sangat penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui sejauh mana target penjualan tercapai dan seberapa efektif strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan dapat melakukan evaluasi dari yang telah dilakukan dan dapat melakukan perencanaan pada perusahaan dimasa yang akan datang. Pengukuran kinerja pemasaran adalah ukuran pencapaian yang diperoleh perusahaan dari kegiatan pemasaran secara keseluruhan (Best 2009) ukuran pencapaian ini menjadi salah satu evaluasi untuk mengetahui sejauh mana perkembangan perusahaan. Pengukuran kinerja pemasaran ini merupakan hasil dari semua yang telah dilakukan perusahaan. Kotler dan Lane (2009) berpendapat (Hatta 2015) bahwa pengukuran kinerja adalah penyesuaian antara profit penjualan, tingkat penjualan, pangsa pasar dan kepuasan pelanggan.

Salah satu cara pengukuran kinerja pemasaran akan dilakukan dengan mengukur sejauh mana tingkat persentase pelanggan yang telah membeli produk di suatu perusahaan dibandingkan dengan pelanggan yang telah membeli produk dalam satu kategori tersebut yang

relevan secara keseluruhan. Dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila membeli produk merek tersebut setidaknya sekali selama periode tertentu. Proses perhitungan ini disebut dengan *penetration share*. *Penetration share* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu merek tertentu diterima oleh pasar. Berdasarkan Bandle, Preifer, Faris dan Reibstein (2016) dalam buku “*Marketing Metrics*” dijelaskan bahwa *Penetration share* dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut :

$$\text{Penetration Share (\%)} = \frac{\text{Customers who have purchased the brand (\#)}}{\text{Customers who have purchased a product in the category (\#)}}$$

Pada penelitian ini, penulis meneliti persentase *penetration share* pada perusahaan Toko Sikece. Toko Sikece berdiri pada tahun 2017. Target utama penjualan produk Toko Sikece adalah remaja hingga dewasa yang menyukai cemilan ringan. Perhitungan *penetration share* produk Toko Sikece dilakukan kepada produk yang memiliki pelanggan yang banyak pada bulan Juni 2021 yaitu Makaroni kriuk, kemudian dilihat persentase perbandingannya dengan pelanggan yang telah membeli produk Makaroni kriuk secara keseluruhan pada produk kompetitor. Berikut adalah data penjualan produk makaroni kriuk Toko Sikece dan Pesaing utama Toko Sikece pada bulan Juni 2021

Tabel 1. Data pelanggan Makaroni Kriuk periode bulan Juni 2021

Nama Merek	Jumlah pelanggan
Toko Sikece	1.732
Chiyo Nata	11.106
Zadut	1.198

Sumber : Toko Sikece diolah oleh peneliti 2021

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa persentase *penetration share* produk makaroni kriuk Toko Sikece dapat dihitung dengan rumus perbandingan antara pelanggan yang telah membeli produk makaroni kriuk Toko Sikece dengan pelanggan yang telah membeli produk makaroni kriuk . Maka *penetration share* Toko Sikece adalah $1.732 / 14.036 \times 100\% = 12,33\%$. Besaran persentase *penetration share* Toko Sikece adalah sebesar 12,33%. Nilai ini terbilang rendah apabila dibandingkan dengan pelanggan pada Chiyo Nata sebesar 79,12%. Hal ini menandakan bahwa Strategi Promosi pada produk makaroni kriuk Toko Sikece belum maksimal. Berdasarkan perhitungan *penetration share* diatas, pemilik Toko Sikece menginginkan terjadinya peningkatan penjualan untuk bulan yang akan mendatang sebesar 15%. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui startegi apa yang dapat diaplikasikan pada toko sikece, dan menyusun strategi pemasaran pada Toko Sikece. Manfaat dari penelitian ini dapat dijadikan saran dan pertimbangan dalam merumuskan strategi pemasarannya guna meningkatkan penjualan.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif dengan pendekatan bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan tahapan pendekatan untuk memperoleh pengetahuan atau informasi yang menjadi suatu masalah (Cresswell, 2008). Menurut Moleong (2011) penelitian kualitatif memiliki tujuan yaitu memberikan penjelasan atas fenomena yang terjadi melalui pengumpulan data berbentuk informasi yang dapat diukur. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan wawancara dengan pemilik dari Toko Sikece. Dan data sekunder didapatkan dengan melalui studi dokumen perusahaan seperti bukti transaksi serta dokumen

pendukung lainnya. Penelitian ini juga menggunakan metode analisis *internal resource*, VRIO, SCA, dan TOWS. Analisis Data yaitu:

1. Analisis Internal Perusahaan (*Internal Resource Based*)

Analisis ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari perusahaan yang berhubungan dengan internal perusahaan yang dimiliki, baik sumber daya *tangible* maupun *intangible*. Dengan melakukan pengumpulan informasi berdasarkan sumber daya yang dimiliki perusahaan maka dapat membantu menganalisis internal perusahaan.

2. Analisis *Value, Rarity, Imitability, Organization* (VRIO) dan *Sustained Competitive Advantage* (SCA)

Analisis VRIO digunakan untuk mengidentifikasi apakah sumber daya yang digunakan perusahaan termasuk kekuatan atau kelemahan. VRIO dilakukan untuk menentukan *Sustainable Competitive Advantage* perusahaan.

3. Analisis TOWS

Analisis TOWS adalah alat yang digunakan untuk menganalisis suatu bisnis berdasarkan informasi dari berbagai faktor untuk menghasilkan rumusan suatu strategi bisnis (Rangkuti, 2004). Analisis TOWS ini digunakan untuk menganalisis peluang dan ancaman baik dari internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Menurut Rangkuti (2015) dalam buku “Personal SWOT Analysis” terdapat 4 strategi kuadran hasil penggabungan yaitu strategi SO, strategi WO, strategi WT, dan strategi ST.

- a. Strategi Strengths- Opportunities (SO) yaitu strategi yang menggabungkan antar kekuatan untuk menghasilkan peluang
- b. Strategi Strengths-Threats (ST) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari sebuah ancaman
- c. Strategi Weaknesses-Opportunities (WO) yaitu strategi yang menggambarkan peluang untuk menghindari suatu kelemahan.
- d. Strategi Weaknesses-Threats (WK) yaitu strategi untuk meminimalisir suatu kelemahan dan untuk menghindari sebuah ancaman.

3. Hasil dan Pembahasan

Toko Sikece merupakan salah satu produk rumahan yang menjual cemilan ringan. Produk yang dihasilkan oleh Toko Sikece adalah makaroni bantet, mie lidi, usus crispy dan juga makaroni kriuk. Produk rumah toko sikece ini biasanya dijual melalui warung-warung sekitar Purwakarta dan juga melalui Reseller dari Toko Sikece itu sendiri, akan tetapi semenjak 2020 terdapat banyak reseller yang kurang jujur dalam pelaksanaan pembayarannya, biasanya Toko Sikece menerapkan sistem konsinyasi atau menitipkan produk kepada warung-warung disekitar purwakarta untuk dijual kembali kepada konsumen. Oleh karena itu, dengan ketidak jujuran dalam pelaksanaan pembayarannya lambat laun penjualan pun mengalami penurunan. Tidak hanya melalui warung dan reseller Toko Sikece pun biasanya mendapat penjualan melalui media *online* seperti *Instagram* maupun *WhatsApp*. Toko Sikece berlokasi di Jl. Raya Bojong Sawit Kecamatan Wanayasa kabupaten Purwakarta. Sebelum adanya pandemi Covid-19 Toko Sikece dapat memproduksi makaroni sebanyak 1 ton dalam kurun waktu 2 minggu akan tetapi untuk saat ini Toko Sikece hanya dapat memproduksi 500 Kg dalam kurun waktu 2 - 4 minggu

Permasalahan yang dihadapi oleh Toko Sikece adalah penjualan yang menurun semenjak pandemi dan hanya melalui distribusi ke warung warung. Meskipun Toko Sikece sudah memiliki pelanggan yang tetap, namun harapan dari pemilik Toko Sikece adalah memiliki distributor dan reseller di setiap kota.

Analisis Internal Perusahaan (*Internal Based Resources*)

Analisis internal perusahaan yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan wawancara kepada pemilik Toko Sikece. Berdasarkan data yang diperoleh dari pemilik Toko Sikece peneliti mengumpulkan informasi terkait sumber daya yang digunakan oleh Toko Sikece baik *Tangible* maupun *Intangible*. Analisis internal perusahaan ini bertujuan guna mengetahui sejauh mana kapabilitas sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta sebagai bahan evaluasi dalam melakukan inovasi di masa yang akan datang. Berikut hasil analisis internal perusahaan.

Tabel 2. Internal Based Resources Toko Sikece

No.	Resources	Capabilities
A Tangible:		
1	Peralatan (Kompor)	Kompor yang mengolah sekitar 500kg bahan baku dalam jangka waktu dua sampai empat minggu.
2	Perlengkapan (1 set perlengkapan bazar)	Terdiri dari tenda ukuran 3x3 meter, 1 meja, 1 kursi lipat, dan 1 rak lipat yang dapat bertahan sekitar 5 tahun
3	Transportasi (Motor)	Mampu mengangkut sekitar 1,25 ton.
4	SDM (Owner)	Mengelola keseluruhan proses mulai dari produksi, penjualan, distribusi, dan pemasaran
5	SDM (distribusi)	Mampu mendistribusikan produk ke warung terdekat di sekitar purwakarta.
6	SDM (Pemasaran)	Owner mengelola sosial media, instagram, shopee, dan WhatsApp Bisnis.
7	Kedai Sikece	Terletak dipinggir jalan dan berlokasi yang sama dengan rumah produksi (rumah owner) dengan daya tampung sekitar 20 orang
8	Kemasan Produk	Menggunakan kemasan plastik standing pouch dengan tambahan label produk yang ditempel pada kemasan
B Intangible:		
1	Reputasi	Memiliki P-IRT dan Halal MUI Mendapatkan 4.8/5.0 dari pelanggan pada marketplace Shopee
2	Relasi	Memiliki mitra usaha terutama di sekitar purwakarta Memiliki 487 followers Instagram

Sumber : Toko Sikece, diolah pada tahun 2021

Analisis *Value Rarity Imitability Organization* (VRIO) dan *Sustainable Competitive Advantage* (SCA)

Setelah melakukan analisis internal perusahaan pada Toko Sikece, selanjutnya seluruh Resources dianalisis kembali dengan menggunakan metode *Value Rarity Imitability Organization* atau VRIO tujuan menganalisis kembali hasil internal perusahaan adalah untuk

dapat menentukan *Sustainable Competitive Advantage* atau SCA yang dimiliki oleh perusahaan Toko Sikece. Berdasarkan hasil analisis internal perusahaan maka didapatkan sebagai berikut hasilnya :

Tabel 3. Analisis VRIO Toko Sikece

No	Types of Resources or Capabilities	Valuable	Rare	Costly to Imitate	Non-Substitutable	Competitive Consequence	Performance Implication
1	Peralatan (Kompor)	v	v	v	x	Sustainable Competitive Advantage	Above Average Return
2	Perlengkapan (1 set perlengkapan bazar)	v	x	v	x	Competitive Parity	Average Return
3	Transportasi (Motor)	v	v	x	x	Competitive Parity	Average Return
4	SDM (Owner)	v	v	v	v	Sustainable Competitive Advantage	Above Average Return
5	SDM (Produksi)	v	v	v	v	Sustainable Competitive Advantage	Above Average Return
6	SDM (Distribusi)	v	v	x	x	Competitive Parity	Average Return
7	SDM (Pemasaran)	v	x	x	x	Competitive Parity	Average Return
8	Kedai Sikece	v	v	v	x	Sustainable Competitive Advantage	Above Average Return
9	Kemasan Produk	v	x	x	x	Competitive Parity	Average Return
10	Reputasi	v	v	v	x	Sustainable Competitive Advantage	Above Average Return
11	Relasi (memiliki 487 followers instagram)	v	x	x	x	Competitive Parity	Average Return
12	Relasi(memiliki mitra usaha terutama disekitar Purwakarta)	v	v	x	x	Competitive Parity	Average Return

Sumber : Toko Sikece, diolah pada tahun 2021

Keterangan simbol dalam tabel 3

v =	Menunjukan Yes
x =	Menunjukan No

Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat pada tabel.3 dengan menggunakan VRIO sebagai penentu *Sustainable Competitive Advantage (SCA)* maka diperoleh hasil bahwa terdapat sebanyak 4 kapabilitas dari sumber daya internal Toko Sikece yaitu, sumber daya manusia yang dimiliki owner, sumber daya pada produksi, kedai yang dimiliki Toko Sikece, dan reputasi yaitu memiliki izin P-IRT dan halal MUI. Keunggulan Toko Sikece ini bias menguatkan perusahaan dalam bersaing dengan competitor lain.

Analisis TOWS

Selanjutnya melakukan analisis TOWS Matriks pada perusahaan Toko Sikece untuk mengetahui peluang dan ancaman perusahaan serta kelebihan dan kelemahan, maka diperoleh data hasil sebagai berikut.

Tabel 4. Keterangan Angka dalam Matriks TOWS

Keterangan :				
Penilaian Kondisi		Urgensi Penanganan		
1	Sangat Mengancam	1	Sangat Tidak <i>Urgent</i>	
2	Mengancam	2	Tidak <i>Urgent</i>	
3	Biasa Saja	3	Cukup <i>Urgent</i>	
4	Tidak Mengancam	4	<i>Urgent</i>	
5	Sangat Tidak Mengancam	5	Sangat <i>Urgent</i>	

Sumber : Toko Sikece diolah pada tahun 2021

Tabel 5. Indikator Threats (Ancaman)

No	Indikator Threats (Ancaman)	Penilaian Kondisi Saat Ini					Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Pandemi			√			√				
2	Harga bahan pokok tinggi		√						√		
3	Pesaing yang lebih unggul	√								√	
4	Produk substitusi yang lebih sehat		√							√	
5	Jumlah kompetitor yang banyak		√							√	

Sumber : Toko Sikece diolah pada tahun 2021

Tabel 6. Indikator Opportunities (Peluang)

No	Indikator Opportunities (Peluang)	Penilaian Kondisi Saat Ini					Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Masyarakat Indonesia menyukai makanan pedas		√						√		
2	Peningkatan minat terhadap makanan ringan di masa pandemic	√								√	
3	Bisa dijual kapan saja, produk tidak musiman		√						√		

4	Disukai oleh setiap kalangan			√						√	
5	Bahan baku mudah didapatkan		√							√	

Sumber : Toko Sikece diolah pada tahun 2021

Tabel 7. Indikator Weaknesses (Kelemahan)

No	Indikator Weaknesses (Kelemahan)	Penilaian Kondisi Saat Ini					Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Kapasitas transportasi yang sedikit			√				√			
2	Packaging yang kurang menarik		√								√
3	Kekurangan SDM yang kompeten dalam bidang pemasaran	√								√	
4	Media sosial yang kurang terurus	√								√	
5	Kurang berinovasi dalam variasi menu			√				√			

Sumber : Toko Sikece diolah pada tahun 2021

Tabel 8. Indikator Strengths (Kekuatan)

No	Indikator Strengths (Kekuatan)	Penilaian Kondisi Saat Ini					Urgensi Penanganan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Harga yang relatif lebih murah	√									√
2	Citra rasa yang gurih dan renyah	√									√
3	Syarat dan ketentuan untuk bermitra dipermudah			√					√		
4	Kuantitas isi produk		√							√	
5	Banyaknya reseller sehingga distribusi produk dapat dengan cepat		√						√		

Sumber : Toko Sikece diolah pada tahun 2021

Berdasarkan hasil analisis pada TOWS diatas dapat dilihat bahwa Toko Sikece memiliki pelung, ancaman, kelemahan dan kekuatan yang dapat menjadi evaluasi untuk kedepannya. Ancaman sendiri bagi Toko Sikece adalah pesaing yang lebih unggul karena Toko Sikece ini masih dalam tahap perkembang, ancaman lain yaitu kompetitor serupa yang banyak, dan bahan pokok tinggi. Berdasarkan ancaman yang ada, peluang yang tinggi yaitu peningkatan minat terhadap makanan ringan dimasa pandemi, selain itu pelung yang ada yaitu minat masyarakat Indonesia terhadap makanan pedas dan produk yang tidak musiman sehingga dapat dijual kapan saja. Untuk keunggulan pada produk Toko Sikece adalah harga yang relatif lebih murah dibandingkan pesaing, dan juga citra rasa yang gurih dan renyah. Untuk permasalahan yang dihadapai oleh Toko Sikece adalah kurangnya Sumber Daya Manusia yang kompeten dalam bidang pemasaran sehingga tingkat interaksi pada media sosial Toko Sikece cukup rendah hal ini dapat dilihat melalui akun Instagram Toko Sikece, selain itu permasalahan yang dihadapi toko sikece adalah media social yang kurang terkelola, dikarenakan kurangnya SDM yang berkompeten dalam bidang pemasaran sehingga berdampak pada media social Toko Sikece yang kurang terkelola.

Data TOWS yang dimiliki oleh Toko Sikece akan menjadi dasar pertimbangan untuk menentukan strategi seperti apa yang akan dilakukan. Setelah melakukan analisis TOWS dapat dilihat bahwa penyebab menurunan penjualan toko sikece adalah kurangnya promosi pada media sosial dan juga media sosial yang kurang terkelola, maka dari itu Toko Sikece harus mulai membuat suatu perencanaan pemasaran. Hal yang dapat Toko Sikece lakukan adalah dengan mengoptimalkan mengelola Instagram melalui pembuatan konten humor ataupun melakukan *endorsement* pada *influencer* untuk meningkatkan penjualan. Akan tetapi berdasarkan hasil analisis SCA untuk mengoptimalkan media sosial kurang mendukung dikarenakan hasil analisis SCA pada Sumber Daya Manusia pemasaran masih kurang berkompeten. Oleh karena itu dalam pelaksanaannya Toko Sikece dapat menggunakan agensi sosial media khusus umkm untuk pengelola media sosialnya akan tetapi tetap dalam pemberian ide kontennya dari Toko Sikece.

Berdasarkan penelitian terdahulu (balea, 2016) menyatakan bahwa pada tahun 2016 para pengguna internet di Indonesia adalah 88.1 juta orang dan terdapat 79 juta para pengguna aktif. Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan masyarakat Indonesia. Gunawan dan Huarng (2015) berpendapat bahwa dengan membangun interaksi di media sosial dapat berdampak pada minat beli konsumen. Media sosial memiliki banyak jenis konten yang dapat menarik calon konsumen. Salah satu caranya yaitu dengan melibatkan *Emotion arousal* seperti marah, sedih, senang ataupun relax. Pembuatan konten yang dapat melibatkan perasaan akan cenderung lebih viral seperti contohnya pembuatan konten humor. Konten yang berbau humor cenderung akan lebih banyak disukai karena dapat membuat orang tertawa sehingga yang melihat konten tersebut mereka akan memberikan respon seperti *like*, *komen* atau *share* bahkan *follow*. Hal ini menyababkan banyak perusahaan membuat konten humor untuk menjadi strategi promosi pemasaran pada bisnisnya, maka dari itu Toko Sikece perlu meningkatkan interaksi di media sosial dengan cara pembuatan konten humor agar menarik minat calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh toko sikece. Oleh karena itu penulis mengajukan usulan strategi terpilih yaitu dengan mengoptimalkan pengelolaan Instagram dengan pembuatan konten humor dan *Endorsement* pada *Influencer* .

1. Mengoptimalkan pengelolaan Instagram dengan konten humor dengan indikator, sebagai berikut :

a. Input

Dalam pengelolaan Instagram dapat dimulai dari pembuatan konten humor. Hal yang perlu dimiliki adalah ide dan kreatifitas.

b. Proses

Untuk merancang suatu konsep yang akan dibawa memerlukan sebuah strategi yang akan disampaikan pada konten humor tersebut, sehingga memilih target pasar dari konten tersebut harus diperhatikan dan ditentukan dengan jelas. Dalam penyusunan konsep konten humor harus diperhatikan juga alur dari kontennya.

c. Output

Output dari isulan program ini yaitu meningkatkan dan menciptakan minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh toko sikece dan dapat meningkatkan *social media engagement*.

d. **Outcome**

Dengan pembuatan konten humor diharapkan yang melihat dapat memberikan respon yang positif seperti memberikan *like*, komentar, *share* ataupun *follow* bahkan trending, sehingga dapat memperbanyak interaksi dengan calon pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan pada Toko Sikece.

e. **Benefit**

Akan adanya peningkatan *brand awareness* sehingga penjualan pun lambat laun akan meningkat.

f. **Impact**

Dengan menggunakan konten humor kemungkinan konsumen untuk membagikan konten tersebut kepada khalayak umum akan membeli semakin tinggi sehingga kemungkinan minat konsumen untuk mengunjungi halaman Instagram Toko Sikece akan semakin besar.

2. *Endorsement influencer* dengan indikator, sebagai berikut :

a. **Input**

Dalam melakukan promosi melalui *influencer* memerlukan biaya untuk membayar jasa *influencer* tersebut. Sehingga memilih *influencer* yang cocok dengan produk yang ditawarkan dan mengetahui *engagement rate* dari *influencer* tersebut adalah hal penting.

b. **Proses**

Untuk menggunakan *endorsement influencer* terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti, mengetahui *engagement rate* dari calon *influencer*, memastikan target market bisnis, serta menyediakan stok produk yang cukup.

c. **Output**

Menguatkan merek dan meningkatkan jangkauan penjualan dari produk Toko Sikece.

d. **Outcome**

Dengan menggunakan *endorsement influencer*, perusahaan mendapatkan jangkaun promosi yang lebih luas, serta mempengaruhi minat beli konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan pada produk Toko Sikece.

e. **Benefit**

Menjadi produk yang dapat dikenal lebih luas sehingga mendapatkan followers lebih banyak , dapat meningkatkan citra perusahaan, banyak pengguna Instagram yang mengunjungi sehingga dapat meningkatkan tingkat kunjungan.

f. **Impact**

Melalui *endorsement influencer* dapat diharapkan produk Toko Sikece dapat lebih dikenal pasar, meningkatkan penjualan produk, serta dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produk.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukan bahwa dalam menentukan strategi dan menetapkan suatu program untuk menjadi solusi dari isu bisnis harus didasari dengan kondisi internal perusahaan. Analisis yang dapat dilakukan mulai dari analisis internal perusahaan, analisis menentukan SCA dengan menggunakan VRIO dan analisis TOWS. Dengan mengetahui apa yang menjadi keunggulan kompetitif maka perusahaan dapat mengambil strategi atau keputusan yang tepat

untuk menyelesaikan isu bisnis. Terdapat dua usulan program yang dapat menjawab tujuan penelitian ini yaitu strategi promosi yang diusulkan oleh peneliti adalah mengoptimalkan pengelolaan Instagram dengan pembuatan konten humor dan *endorsement influencer*, strategi ini didasari dari permasalahan yang terjadi di perusahaan. Usulan program ini didukung dengan hasil analisis pada TOWS bahwa media sosial perusahaan kurang terkelola. Akan tetapi berdasarkan hasil analisis SCA untuk mengoptimalkan media sosial kurang mendukung dikarenakan hasil analisis SCA pada Sumber Daya Manusia pemasaran masih kurang berkompeten. Oleh Karena itu dalam pelaksanaannya Toko Sikece dapat menggunakan agensi sosial media khusus umkm untuk pengelola media sosialnya akan tetapi tetap dalam pemberian ide kontennya tetap dari Toko Sikece Melihat hal tersebut usulan program yang tepat yaitu dengan membangun *brand awareness* dengan membuat konten humor yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat beli pada produk Toko Sikece. Setelah dirasa pengelolaan Instagram optimal dengan konten humor maka usulan program yang kedua yaitu dengan melakukan *endorsement* dengan harapan produk dari toko sikece ini dapat dijangkau oleh pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan pada Toko Sikece.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada beberapa pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan pembuatan penelitian ini salah satunya yaitu pemilik Toko Sikece dan juga pelanggan Toko Sikece yang telah bersedia untuk memberikan data dan informasi yang dapat mendukung pada penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terimakasih kepada para dosen Strategi Pemasaran Bisnis Program studi Administrasi Bisnis Universitas Padjadjaran yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama proses penelitian ini berlangsung.

6. Daftar Pustaka

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ayem, S., & Wahidah, U. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 1-9.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Didiharyono, D. (2016). Analisis Kestabilan dan Keuntungan Maksimum Model Predator-Prey Fungsi Respon Tipe Holling III dengan Usaha Pemanenan. *Jurnal Masagena*, 11(2), 314-326.
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus akun Instagram @bylizzieparra). *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(01), 71-82.
- Firdaus, H. S., & Kusdibyo, L. (2019, August). Twitter dan Tawa: Humor Appeal pada Social Media Content Strategy. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 862-869).

- Irwan, I., & Haryono, D. (2015). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif)*. Bandung: Alfabeta
- Hardiyanto, Y., Ali, A. H. N., & Pambudi, H. A. (2005). Perancangan dan Pembuatan Sistem Informasi Pengukuran Kinerja Pemasaran dengan Metode Balanced Scorecard Studi kasus PT. Semen Gresik. *Jurnal, Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi*.
- Hatta, I. H. (2015). Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(4), 653-661.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A., (2019). Peningkatan Daya Saing Produsen Minuman Herbal Melalui Pembuatan Konten Kreatif Media Sosial Berbasis Pemasaran E-Marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2), 68
- Lubis, A. N. (2004). Strategi Pemasaran dalam persaingan bisnis. *Universitas Sumatera Utara*.
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT analysis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Saori, S., Anugerah, D. M. O., Ayu, A. A. P., Ibrohim, I., & Al Mugni, K. (2021). Analisis Kinerja Pemasaran Pada Industri Makanan (Studi Kasus UMKM CV. NJ Food Industries, Kabupaten Sukabumi). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2271-2276.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Situmorang, J.R., (2010) Matriks Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 114-131.
- Soleha, A. R. (2020). Kondisi UMKM Masa Pandemi Covid-19 Pada Pertumbuhan Ekonomi Krisis Serta Program Pemulihan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ekombis*, 6(2).
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58.



Pengaruh Informasi Laba Dan Arus Kas Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Muhammad Haekal Yunus ^{1*}, Abdullah ²

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Andi Djemma Palopo

**Correspondent Email: haekal@unanda.ac.id*

Article History:

Received: 07-04-2021; Received: Revised: 19-05-2021; Accepted: 13-07-2021

DOI:<http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.732>

Abstrak

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh informasi laba dan arus kas terhadap harga saham perusahaan manufaktur. Metode analisis data yang dipakai untuk menguji hipotesis pada penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda serta Teknik Sampel Datanya adalah purposive sampling. Hasil penelitian membuktikan bahwa informasi laba serta arus kas berpengaruh positif kepada harga saham. dengan cara parsial informasi laba berpengaruh secara signifikan kepada harga saham pada tingkat of significance kurang dari 5%, sebaliknya arus kas tidak mempengaruhi harga saham pada tingkat of significance lebih dari 5%, secara simultan terbukti berpengaruh secara signifikan kepada harga saham industri manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada tingkat kurang dari 5%. Informasi laba dipakai oleh penanam modal buat memperkirakan harga saham industri pada industri manufatur yang listing di Bursa Efek Indonesia pada rentang waktu 2015–2019. Adapun arus kas menunjukkan pengaruh yang lemah. Kemampuan prediksi dari variabel laba dan arus kas kepada harga saham sebesar 21,8%.

Kata kunci: *Laba, Arus Kas, Harga Saham*

Abstract

This study aims to determine the effect of earnings and cash flow information on stock prices of manufacturing companies. The data analysis method used to test the hypothesis in this study was Multiple Linear Regression and the data sample technique was purposive sampling. The research results prove that earnings information and cash flow have a positive effect on stock prices. by means of partial earnings information has a significant effect on stock prices at a level of significance of less than 5%, on the other hand cash flows do not affect stock prices at a level of significance of more than 5%, simultaneously it is proven to have a significant effect on stock prices of the manufacturing industry on the Stock Exchange. Indonesia at a rate of less than 5%. Investors use earnings information to estimate industrial stock prices in manufacturing industries listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2015–2019 timeframe. Meanwhile, cash flow shows a weak influence. The predictive ability of the earnings and cash flow variables to the stock price is 21.8%.

Keywords: *Profit, Cash Flow, Stock Price.*

1. Pendahuluan

Indonesia termasuk salah satu negara yang berkembang di dunia, hal ini terbukti dengan adanya pembangunan di segala bidang termasuk pembangunan sektor ekonomi. Perekonomian di Indonesia yang semakin membaik menyebabkan timbulnya gairah bagi pengusaha untuk dapat mengelola perusahannya di Indonesia. Salah satu pengelolaan yang harus diperhatikan adalah masalah keuangan yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, keuangan suatu perusahaan berkaitan dengan sumber dana dan penggunaannya semakin efisien penggunaan dan pengelolaan dana maka berarti semakin baik bagi perusahaan. Agar dana dalam perusahaan dapat dipenuhi secara cukup, maka dituntut adanya pengelolaan dan penentuan secara tepat terhadap sumber dana. Sumber dana dapat dipilih atau ditentukan apakah dari modal sendiri atau dari modal luar.

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan salah satu alternatif perolehan dana yang semakin lama semakin banyak digunakan oleh perusahaan, seperti data yang didapat pada situs resmi (BEI) yaitu www.idx.co.id per 25 Oktober 2020, terdapat 193 perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Melalui Bursa Efek Indonesia juga dapat dilihat dari perubahan-perubahan harga saham yang diperdagangkan. Perubahan harga saham dapat memberi petunjuk tentang kekuatan dan kelemahan aktivitas pasar modal serta pemodal dalam melakukan transaksi jual beli saham.

Rata-rata harga saham mengalami fluktuasi sehingga mengakibatkan naik turunnya harga saham. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan harga saham menurut Jogiyanto (2014:162) yaitu, arus kas merupakan salah satu komponen di dalam penentuan nilai perusahaan. Sementara itu, faktor eksternalnya adalah kebijakan pemerintah, kegiatan perekonomian pada umumnya, fluktuasi nilai tukar mata uang, rumor pasar, pergerakan suku bunga dan keadaan bursa saham

Ada banyak alasan mengapa laba menjadi tujuan yang penting tidak saja bagi pihak manajemen tetapi juga bagi pihak pemegang saham. Laba dapat digunakan sebagai pengukuran atas efisiensi manajemen serta sebagai pengukur keberhasilan dan sebagai pedoman pengambil keputusan manajemen di masa yang akan datang. Secara umum laba juga telah diterima sebagai ukuran pengembalian investasi. Semakin besar laba yang diperoleh, maka semakin baik suatu bisnis penanaman modal (Mangunsong dan Marpaung, 2001).

Informasi penting lainnya yang dapat diperoleh dari laporan keuangan adalah informasi tentang arus kas perusahaan. Menurut Carl S. Warren (2014), laporan arus kas dianggap menyajikan suatu informasi/laporan tentang aktivitas penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan selama periode tertentu. Kas menjadi sangat penting artinya karena menggambarkan daya beli umum dan dapat ditransfer segera dalam perekonomian pasar kepada individu atau organisasi untuk kebutuhan- kebutuhan khusus mereka dalam memperoleh barang dan jasa yang mereka inginkan dan tersedia di dalam perekonomian. Perusahaan umumnya memperoleh hak aktiva atas barang dan jasa dengan tujuan memproduksi barang dan jasa lainnya untuk dijual kepada pelanggan, dengan maksud membagikan bunga dan dividen kepada investor jangka panjang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh meythi dan Selvi hartono (2011) yang mengambil sampel pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan judul Pengaruh Informasi Laba Dan Arus Kas Terhadap Harga Saham. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa hipotesis parsial, laba yang signifikan berpengaruh positif terhadap harga saham, sedangkan arus kas operasi, arus kas investasi dan arus kas pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hasil pengujian hipotesis simultan juga menunjukkan keuntungan yang, arus kas operasi, arus kas investasi dan pendanaan arus kas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Informasi Laba dan Arus Kas Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”.

2. Metodologi

Penelitian ini dilaksanakan pada Bursa Efek Indonesia, melalui situs resmi www.idx.co.id dengan tahun pengamatan 2015-2019. Dalam upaya menjawab permasalahan yang ada, maka data yang dibutuhkan sebagai input untuk dianalisis adalah berupa data kuantitatif, mengingat dari serangkaian observasi/pengukuran hasilnya dapat dinyatakan dalam bentuk angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan pendekatan teknik analisis berganda.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Jumlah populasi sebanyak 149 perusahaan manufaktur. Pemilihan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metoda *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel secara tidak acak yang mempunyai tujuan atau target tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2002), dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representative sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Menurut Baharuddin Semmeila (2008: 558) bahwa metode pengambilan Sampel kelompok atau Cluster sample dimana unit-unit analisis dikelompokkan, dan pengelompokan sampel didasarkan pada kriteria tertentu. Dari total sampel perusahaan setelah ditentukan kriteria sampel yang terpilih berjumlah 22 perusahaan.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji data sekunder yang berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia, lewat situs resminya www.idx.co.id untuk periode tahun 2015-2019.

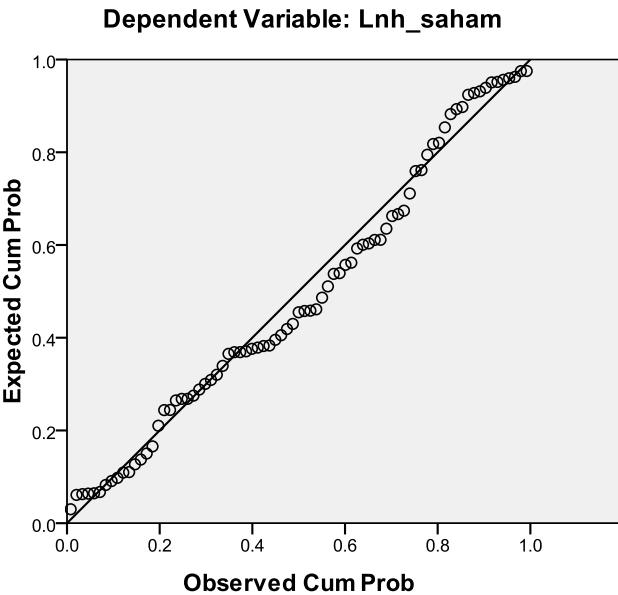
3. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Hasil Uji Normalitas

Eksperimen normalitas berarti untuk berupaya apakah dalam wujud regresi, fleksibel terbatas dan fleksibel leluasa keduanya mempunyai distribusi alami ataukah mendekati alami. Normalitas umumnya dideteksi dari brosur data pada kurva alami P- Alur apakah ada mendekati atau di dekat garis diagonal atau tidak. Apabila brosur ada mendekati atau terdapat di dekat garis diagonal, sampai data itu berdistribusi alami. Sebaliknya, apabila brosur menjauhi garis diagonal, sampai data itu tidak berdistribusi alami(Wibisono, 2000).

Hasil dari eksperimen normalitas ini, diterima hasil brosur yang ada di dekat garis diagonal atau mendekati garis diagonal. Sampai dapat disimpulkan jika data pada studi ini berdistribusi normal.



Gambar 1. Uji Normalitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Percobaan multikolinieritas bermaksud buat mencoba apakah bentuk regresi ditemui terdapatnya hubungan dampingi elastis leluasa. Buat mengetahui terdapat ataupun tidaknya multikolinieritas di dalam bentuk regresi merupakan dengan memandang angka tolerance serta Variance Inflation Factor(VIF). Angka yang biasa digunakan buat membuktikan terdapatnya multikolinieritas merupakan angka tolerance $\leq 0,10$ ataupun serupa dengan angka $VIF \geq 10$ (Imam Ghazali, 2001)

Tabel 1. Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

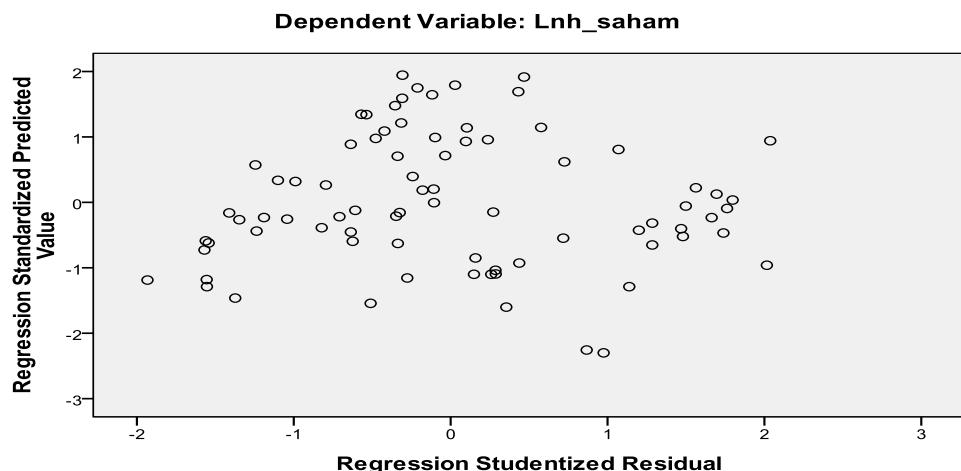
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Lnlaba	.431	2.318
LnT_AK	.432	2.315

a. Dependent Variable: Lnh_saham

Dari tabel di atas bisa diamati hasil kalkulasi dari angka VIF yang membuktikan tidak ada elastis leluasa yang nilainya ≥ 10 . Dengan begitu bisa disimpulkan kalau tidak ada pertanda multikolinieritas (homoskedastisitas) antara elastis leluasa dalam bentuk regresi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Percobaan Heteroskedastisitas dicoba buat memandang penyebaran informasi. Percobaan ini bisa dicoba dengan memandang diagram alur antara angka perkiraan elastis terikat (Zpred) dengan residualnya (Sresid). Bila dalam bentuk regresi tidak ada Heteroskedastisitas, hingga wajib penuhi ketentuan informasi berhamburan disekitar titik nihil. Bila tidak terdapat pola yang terdapat, dan titik- titik menabur di atas dengan di bawah nilai 0 pada sumbu Y, hingga tidak terjalin Heteroskedastisitas. Hasil diagram scatterplot selaku selanjutnya:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi bebas autokorelasi dengan menggunakan uji statistik dari Durbin Watson. Uji Autokorelasi dideteksi dengan menggunakan Durbin-Watson d Statistic test. Jika nilai Durbin-Watson (d) terletak antara $-2 < d < 2$, maka dapat dikatakan tidak adanya autokorelasi dalam model regresi (Gujarati,1995). Jika nilai $d < -2$, maka terkena autokorelasi positif. Jika nilai $d > 2$, maka terkena autokorelasi negatif (Gujarati,1995).

Tabel 2. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.467 ^a	.218	.187	1.62378	.790

a. Predictors: (Constant), LnT_AK, Lnlaba

b. Dependent Variable: Lnh_saham

Hasil dari percobaan autokorelasi ini, didapat angka $d= 0, 790$. Angka ini terdapat antara $-2 < d < 2$. Hingga bisa di simpulkan kalau dalam bentuk riset ini tidak ada pertanda autokorelasi.

Pembahasan

Dari hasil uji asumsi klasik bisa disimpulkan kalau informasi yang terdapat berdistribusi normal, tidak ada multikolinieritas ataupun autokorelasi, sehingga memenuhi persyaratan buat melaksanakan analisa regresi linear berganda. Analisa regresi linear berganda dipakai buat mengenali ikatan antara elastis bebas dengan elastis terbatas dengan memakai pertemuan linear. Hasil analisa regresi berganda bisa dikenal pada bagan koefisien selanjutnya ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-1.900	2.379		-.799	.427
Lnlab	.361	.136	.413	2.654	.010
LnAK	.042	.128	.051	.327	.744

a. Dependent Variable: Lnh_saham

Uji Hipotesis satu

Dari hasil analisis regresi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa laba (0,361), dan arus kas (0,42). Dengan demikian maka semua variable independen berpengaruh positif terhadap variable dependen (harga saham). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Meyti dan Selvy Hartono yang menunjukkan bahwa laba dan arus kas tidak berpengaruh positif terhadap harga saham.

Uji Hipotesis Dua

Untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variable dependen secara parsial dan simultan maka dilakukan uji t dan uji F seperti pada tabel berikut:

Tabel 4. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-1.900	2.379		-.799	.427
Lnlab	.361	.136	.413	2.654	.010
LnAK	.042	.128	.051	.327	.744

a. Dependent Variable: Lnh_saham

Hasil pengetesan tiap- tiap elastis bebas kepada elastis dependennya bisa dianalisis selaku selanjutnya:

1. Besarnya sig buat keuntungan sebesar 0, 010($\text{sig} < 0, 05$). Perihal ini berarti elastis keuntungan dengan cara penting mempengaruhi positif kepada harga saham. Hasil riset ini

tidak berubah-ubah dengan hasil riset terdahulu yang dicoba oleh Susanto serta Ekawati(2006) dan Atmini(2001) serta Black(1998) dalam Susanto serta Ekawati(2006) dalam Meyti serta Selvi Hartono(2012) yang melaporkan kalau besarnya keuntungan mempengaruhi penting serta berkaitan positif dengan angka pasar ekuitas.

2. Besarnya sig buat arus kas sebesar 0, 744(sig 0, 05). Perihal ini berarti elastis arus kas tidak mempengaruhi dengan cara penting kepada harga saham. Hasil riset ini searah dengan hasil riset terdahulu yang dicoba oleh Triyono serta Hartono (2000) dalam Meythi (2006) yang membuktikan kalau keseluruhan arus kas tidak memiliki ikatan yang penting dengan harga saham.

Tabel 5. Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	55.155	3	18.385	6.973	.000 ^a
Residual	197.750	75	2.637		
Total	252.904	78			

a. Predictors: (Constant), LnT_AK, Lnlaba

b. Dependent Variable: Lnh_saham

Bagan 5 membuktikan kalau angka penting pada percobaan Fhitung lebih kecil dari angka penting Ftabel sebesar 0. 05(0, 000< 0, 05). Perihal ini membuktikan kalau akibat elastis bebas oleh keuntungan serta arus kas dengan cara simultan mempengaruhi kepada harga saham closing price.

Tabel 6. Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Mod el	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.467 ^a	.218	.187	1.62378

a. Predictors: (Constant), LnAK_bersih, Lnlaba

b. Dependent Variable: Lnh_saham

Hasil Adjusted R Square pada bagan 6 diperlihatkan sebesar 0. 187. Perihal ini membuktikan kalau 18,7% elastis harga saham (harga saham closing price) bisa dipaparkan oleh keuntungan, serta arus kas. Lebihnya sebesar 81,3% dipengaruhi oleh elastis lain yang tidak dipaparkan oleh bentuk riset ini.

Uji Hipotesis Tiga

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap harga saham adalah Laba dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,36.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana telah diuraikan di atas, maka penulis menarik kesimpulan yaitu (1) secara keseluruhan variabel laba serta arus kas berpengaruh secara positif terhadap harga saham. (2) Secara parsial variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap harga saham adalah laba. Sedangkan untuk variabel *arus kas* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Secara simultan variabel independen laba dan arus kas berpengaruh signifikan terhadap harga saham. (3) Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap harga saham adalah laba. Adapun hal-hal yang dapat disarankan untuk penelitian yang akan datang adalah sebagai berikut (1) Bagi investor dan calon investor dalam melakukan investasi sebaiknya memperhatikan informasi dalam laporan keuangan khususnya laba yang diperoleh, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi yang tepat dan menguntungkan. (2) Pengambilan Sampel perusahaan hendaknya tidak hanya untuk perusahaan manufaktur saja, tetapi juga perusahaan *go public* lainnya, sehingga diharapkan dapat memberikan hasil yang dapat digeneralisasi untuk keseluruhan perusahaan di Indonesia. (3) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan harga saham sesaat setelah laporan keuangan diterbitkan, sehingga hasil penelitian dapat menjadi lebih akurat.

5. Daftar Pustaka

- Ang, Robert. (1997). *Pasar Modal Indonesia (The Intelligent Guide to Indonesia Capital Market)*. Mediasoft Indonesia. Jakarta.
- Atmaja, L.S. (2008). *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan*. Andi. Yogyakarta.
- Baharuddin, S. (2008). Karakteristik Individu, Sosial Ekonomi, Budaya dan Kesehatan terhadap produktivitas kerja Karyawan pada Industri kecil di Kota Makassar, Ekuitas Vo. 12 No. 4 Desember 2008: 549-567
- Belkaoui, A. (2007). *Accounting Theory*, 5th edition. Thomson Learning. Singapore.
- Brigham, E.F. and Joel, F.H. (2006). *Manajemen Keuangan*. Erlangga. Jakarta.
- Carl S. Warren, dkk. (2014). Pengantar Akuntansi-Adaptasi Indonesia Edisi 25. Penerjemah: Novrys Suhardianto, Devi S. Kalanjati. Salemba Empat, Jakarta.
- Darmadji, Tjiptono dan Hendry, M.F. (2001). *Pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab*. Salemba Empat. Jakarta.
- Hanafi, M. M. (2004). *Manajemen Keuangan*. BPFE. Yogyakarta.
- Hendriksen, E. S. (1997). *Accounting Theory*, 4th edition. Erlangga. Jakarta.
- Husnan, Suad. (2001). *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas Edisi ketiga*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2007). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Indriantoro, N., dan B. Supomo. (2002). Metodologi Penelitian Bisnis. 1st edition. BPFE. Yogyakarta.
- Jogiyanto. (2014). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE
- Kwang, T. E. (2002). *Pengaruh Koefisien Respon Laba Akuntansi Terhadap Harga Saham Dalam Masa Krisis Ekonomi di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Akuntansi FE-UKM, vol. 2, no. 1. pp. 63-73.

- Mangunsong, S., dan E. I. Marpaung. (2001). *Pengaruh Fee Based Income Terhadap Laba Per Lembar Saham*. Jurnal Ilmiah Akuntansi FE-UKM, vol. 1, no. 1. pp. 1-25.
- Meythi dan Hartono, S. (2012). *Pengaruh Informasi Laba Dan Arus Kas Terhadap Harga Saham*. Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi Nomor 07 Tahun Ke-3 Bulan Januari-April 2012 ISSN: 2086-4159
- Riyanto, Bambang. (1999). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. BPFE-Yogyakarta.
- Sartono, Agus, R. (1999). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. BPFE. Yogyakarta
- Simamora, Henry. (2000). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesepuluh. Salemeba Empat. Jakarta
- Smith, J. M., dan K. F. Skousen. (1989). *Intermediate Accounting*, 9th edition. South-Western Publishing Co.
- Wibisono. (2000). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: BPFE.
- Wil, J.J. Subramanyam, K.R. Hasley, R.F. (2001). *Financial Statement Analysis*. Mc. Graw Hill Internasional.

[www.idx.co.id.](http://www.idx.co.id)



Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening

Mitha Permata Ilmawati Ruswendi Pura ^{1*}, Putu Nina Madiawati ²

¹*Program Studi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom*

²*Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom*

**Correspondent Email: mithadifura@gmail.com*

Article History:

Received: 24-04-2021; Received in Revised: 22-06-2021; Accepted: 09-07-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.2021>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh promotion mix terhadap perilaku konsumen (2) pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen (3) pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian (4) pengaruh promotion mix terhadap keputusan pembelian melalui promotion mix (5) pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian melalui perilaku konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden pengguna aplikasi Shopee di Kota Bandung. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner melalui google form dan dibagikan menggunakan teknik purposive sampling. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dan pendekatan deskriptif kausal dengan menggunakan teknik analisis SEM PLS menggunakan software SmartPLS 3.0. Hasil deskriptif menunjukkan 4 variabel sudah masuk kedalam kategori baik dengan nilai masing-masing, Promotion Mix 79,3% Gaya Hidup 83,2% Keputusan Pembelian 79,6% dan Perilaku Konsumen 83,7%. Hasil uji hipotesis menunjukkan Promotion Mix berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumen dengan nilai tstatistik sebesar 3.513 dan p values sebesar 0,000. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumen dengan nilai tstatistik sebesar 6.576 dan p values sebesar 0,002. Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai tstatistik sebesar 28.230 dan p values sebesar 0,000. Promotion Mix berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Konsumen dengan nilai tstatistik sebesar 3.489 dan p value sebesar 0,001. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Konsumen dengan nilai tstatistik sebesar 6.199 dan p value sebesar 0.000.

Kata kunci: Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen, Promotion Mix

Abstract

This study aims to determine (1) the effect of the promotion mix on consumer behavior (2) the influence of lifestyle on consumer behavior (3) the influence of consumer behavior on purchasing decisions (4) the influence of the promotion mix on purchasing decisions through the promotion mix (5) the influence of lifestyle on purchasing decisions through consumer behavior. The sample in this study were 100 respondents who used the Shopee application in the city of Bandung. Methods of collecting data using a questionnaire method via google form and distributed using purposive sampling technique. This research method is quantitative and descriptive causal approach using SEM PLS analysis technique using SmartPLS 3.0 software. The descriptive results show that 4 variables have been included in the good category with their respective values, Promotion Mix 79.3% Lifestyle 83.2%

Purchase Decision 79.6% and Consumer Behavior 83.7%. The results of hypothesis testing show that Promotion Mix has a positive and significant effect on Consumer Behavior with a tstatistic value of 3.513 and a p value of 0.000. Lifestyle has a positive and significant effect on consumer behavior with a tstatistic value of 6.576 and a p value of 0.002. Consumer behavior has a significant effect on purchasing decisions with a tstatistic value of 28,230 and a p value of 0.000. Promotion Mix has a significant effect on Purchase Decisions through Consumer Behavior with a tstatistic value of 3.489 and a p value of 0.001. Lifestyle has a significant effect on Purchase Decisions through Consumer Behavior with a tstatistic value of 6199 and a p value of 0.000.

Keywords: Consumer Behavior, Lifestyle, Promotion Mix, Purchase Decision

1. Pendahuluan

Kondisi pandemi *Covid-19* mengharuskan masyarakat mengurangi aktivitas di luar rumah seperti bekerja, belajar, dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berbagai kegiatan dilakukan secara online dan menjadi kebiasaan baru yang timbul sebagai bentuk adaptasi manusia terhadap kondisi krisis kesehatan dunia yang terjadi hampir satu tahun terakhir ini. Penggunaan internet di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, terlebih dengan adanya pandemi *Covid-19* saat ini masyarakat menjadikan internet sebagai kebutuhan primer dalam melakukan aktivitas dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jumlah pengguna internet di Indonesia hingga kuartal II tahun ini naik menjadi 73,7 persen dari populasi atau setara 196,7 juta pengguna. Pembelajaran online dan kebijakan bekerja dari rumah (*work from home*) akibat pandemi *Covid-19* sejak Maret lalu menjadi salah satu pemicunya (www.arahkata.pikiran-rakyat.com, diakses 2021).

Melihat banyaknya peningkatan konsumen terhadap belanja online, pelaku bisnis memanfaatkan pemasaran melalui internet sebagai bentuk strategi bisnis mereka maka munculah istilah *E-commerce* (*electronic commerce*). Jumlah pelanggan *E-commerce* mengalami peningkatan hingga 38,3% selama masa pandemi Corona *Covid-19* yang dimulai sejak Januari hingga Juli 2020. Data tersebut sesuai catatan yang dilaporkan Exabytes (25/8/2020). Perubahan ini, sebut Exabytes, dibuktikan dengan data survei yang dikutip dari *Sea Insights* yang menemukan bahwa 45 persen pelaku usaha bisnis lebih aktif berjualan di *E-commerce* pada saat pandemi. Hal ini juga menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku bisnis yang mulai bergerak untuk go digital dengan membangun *platform online* sendiri untuk bisnis mereka (www.tirto.id, diakses 2020)



Gambar 1. Top *E-commerce* di Indonesia

Sumber : <https://data.tempo.co>, 2021

Website Shopee saat ini sangat ramai dikunjungi oleh para pengguna maupun konsumen untuk melakukan transaksi jual beli produk. Shopee adalah sarana jual beli online yang menyediakan berbagai produk untuk menunjang aktivitas sehari-hari karena mencakup fashion, gadget, alat kosmetik, alat elektronik, hobi dan koleksi, fotografi, perlengkapan olah raga, otomotif, vitamin dan suplemen, perlengkapan rumah, makanan dan minuman, souvenir dan pesta, hingga voucher belanja dan alat pembayaran jasa tersedia. Shopee sebagai marketplace ini telah membuka banyak peluang usaha yang dapat dijalankan secara *online*. Sehingga Shopee pun bisa menjadi marketplace terbesar di Indonesia ini karena beragamnya cara Shopee untuk mempromosikan *marketplace* tersebut.

Menurut Tjiptono (2016) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan kualitas produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen atau pembeli mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai kualitas produk atau merek tersebut sesuai dengan selera konsumen (Irwan & Haryono, 2015), dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang selanjutnya mengarah kepada keputusan pembelian.

Dalam hal ini Shopee harus memperhatikan perilaku konsumen dengan menyesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumennya, karena dengan seiring waktu perilaku konsumen terhadap konsumsi sebuah produk dapat berubah salah satunya karena faktor pandemi *Covid-19* ini. Menurut Kotler dan Keller (2016) perilaku konsumen adalah “Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”.

Dalam menentukan strategi pemasaran, perusahaan dapat memberikan promosi penjualan agar menarik perhatian konsumen sehingga dapat membuat keputusan pembelian dalam memilih produk dalam sebuah perusahaan, Shopee menggunakan *promotion mix* sebagai salah satu bentuk strateginya. Kotler & Keller (2016), menyebutkan bahwa bauran pemasaran terdiri dari empat komponen yaitu, produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Menurut Sunyoto (2015) adapun kegiatan promosi dapat dilakukan dengan beberapa cara yang disebut bauran promosi (*promotion mix*), adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahu, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Menurut Priansa (2017) Gaya hidup konsumen adalah gambaran perilaku konsumen yang terkait dengan bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

Dari uraian tersebut penulis tertarik untuk mengetahui besarnya pengaruh promotion mix terhadap perilaku konsumen, gaya hidup terhadap perilaku konsumen, perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian, promotion mix terhadap keputusan pembelian melalui promotion mix, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian melalui perilaku konsumen.

2. Metodologi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif kausal. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah

pengguna atau konsumen Shopee saat pandemi Covid-19 yang berdomisili di Kota Bandung, dengan pengambilan jumlah sampel menggunakan rumus Bernoulli (Sugiyono, 2017) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

■ z = nilai Z dari tingkat kepercayaan yang dibutuhkan

p = probabilitas ditolak

q = probabilitas diterima (1-p)

e = error tolerance maksimum (0,1)

Dalam penelitian ini menggunakan tingkat ketelitian (α) 5%, tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai Z = 1,96. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10%. Sementara itu, probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak (salah) masing-masing adalah 0,5. Berdasarkan rumus di atas, didapat hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{|1,96|^2 0,5 \times 0,5}{0,1}$$
$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$
$$n = 96,04 \approx 100$$

Berdasarkan hasil hitung sampel, diperoleh angka 96,04 untuk jumlah sampel minimum, tetapi penulis membulatkannya menjadi 100 responden untuk mengurangi kesalahan dalam pengisian kuesioner. Untuk olah data peneliti menggunakan analisis deskriptif dan analisis SEM-PLS dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.0 for Windows.

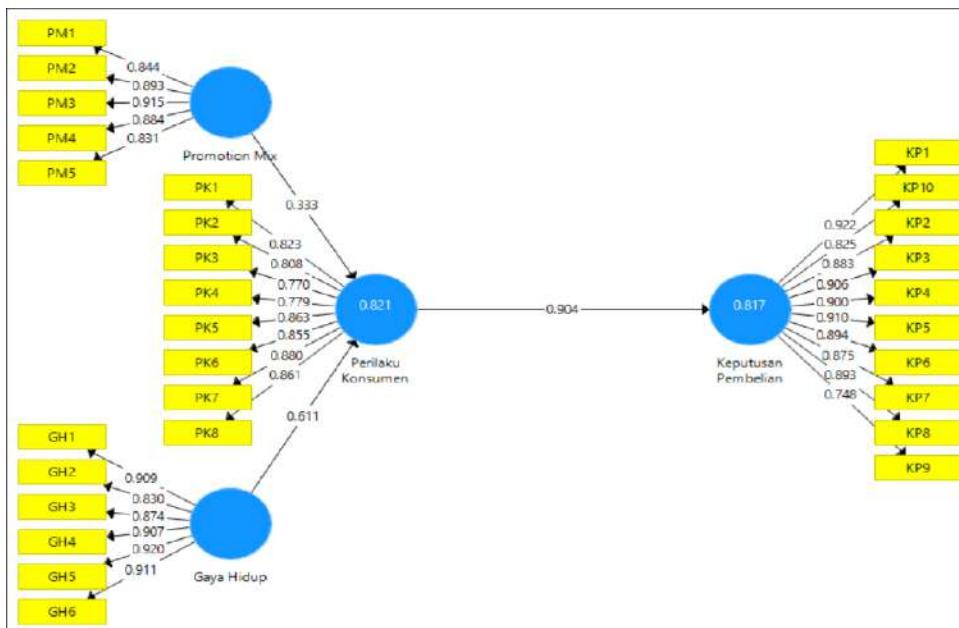
3. Hasil dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Berikut adalah hasil dari tanggapan responden mengenai variabel Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian. Variabel *Promotion Mix* (X_1) secara keseluruhan masuk kedalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 79,3%. Variabel Gaya Hidup (X_2) secara keseluruhan masuk kedalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 83,2%. Variabel Perilaku Konsumen (Y) secara keseluruhan masuk kedalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 79,6%. Variabel Keputusan Pembelian (Z) secara keseluruhan masuk kedalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 83,7%.

Analisis SEM-PLS

Dalam analisis data *Structural Equation Modelling-Partial Least Structural* (SEM-PLS) dengan menggunakan Software SmartPLS versi 3. Tahapan perhitungan PLS menggunakan 2 model yaitu Pengukuran Model (*Outer Model*) dan Pengujian Model Struktural (*Inner Model*).



Gambar 2. Outer Model Struktural Equation Modelling

Convergent validity dari model pengukuran dengan indikator refleksif dapat dilihat dari korelasi antara item indikator dengan nilai konstruknya. *Convergent validity* memiliki prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas dalam SMART PLS 3.0, suatu indikator dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai loading factor $> 0,7$ dan nilai AVE $> 0,5$ (Ghozali dan Latan, 2015).

Tabel 1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Variabel	Indikator	Faktor Loading	AVE	Kesimpulan
Promotion Mix (X1)	PM1	0.844	0.764	Valid
	PM2	0.893		Valid
	PM3	0.915		Valid
	PM4	0.884		Valid
	PM5	0.831		Valid
Gaya Hidup (X2)	GH1	0.909	0.796	Valid
	GH2	0.830		Valid
	GH3	0.874		Valid
	GH4	0.907		Valid
	GH5	0.920		Valid
	GH6	0.911		Valid
Perilaku Konsumen (Y)	PK1	0.823	0.691	Valid
	PK2	0.808		Valid
	PK3	0.770		Valid
	PK4	0.779		Valid
	PK5	0.863		Valid
	PK6	0.855		Valid
	PK7	0.880		Valid
	PK8	0.861		Valid
Keputusan Pembelian (Z)	KP1	0.922	0.769	Valid

KP2	0.883	Valid
KP3	0.906	Valid
KP4	0.900	Valid
KP5	0.910	Valid
KP6	0.894	Valid
KP7	0.875	Valid
KP8	0.893	Valid
KP9	0.748	Valid
KP10	0.825	Valid

Berdasarkan hasil pengolahan data yang disajikan pada tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa semua indikator memiliki loading factor lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE $>0,5$ maka dikatakan valid. Dapat disimpulkan bahwa semua indikator sudah valid dalam mengukur masing-masing variabel latennya.

Tabel 2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

	Gaya Hidup	Keputusan Pembelian	Perilaku Konsumen	Promotion Mix
Gaya Hidup	0.892			
Keputusan Pembelian	0.922	0.877		
Perilaku Konsumen	0.887	0.904	0.831	
Promotion Mix	0.828	0.862	0.839	0.874

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa nilai akar AVE dari masing-masing variabel latennya lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi tertinggi variabel tersebut dengan variabel lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

Selain dengan membandingkan akar AVE dengan korelasinya, validitas diskriminan juga dapat diuji dengan nilai *cross loading*. Untuk menguji model pengukuran *discriminant validity* adalah dengan cara melihat nilai *cross loading*, lebih baik nilai pengukuran AVE harus lebih besar dari 0,50 (Ghozali & Latan, 2015). Adapun hasil uji cross loading dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. *Cross Loading*

<i>Promotion Mix</i>	Gaya Hidup	Perilaku Konsumen	Keputusan Pembelian
PM1	0.844	0.651	0.700
PM2	0.893	0.835	0.868
PM3	0.915	0.778	0.809
PM4	0.884	0.664	0.679
PM5	0.831	0.670	0.680
GH1	0.743	0.909	0.826
GH2	0.685	0.830	0.743
GH3	0.761	0.874	0.784
GH4	0.719	0.907	0.820
GH5	0.763	0.920	0.773

GH6	0.762	0.911	0.799	0.875
PK1	0.736	0.690	0.823	0.716
PK2	0.611	0.681	0.808	0.680
PK3	0.617	0.595	0.770	0.635
PK4	0.630	0.637	0.779	0.685
PK5	0.700	0.810	0.863	0.818
PK6	0.741	0.778	0.855	0.784
PK7	0.735	0.800	0.880	0.812
PK8	0.782	0.856	0.861	0.843
KP1	0.804	0.855	0.850	0.922
KP2	0.769	0.804	0.809	0.883
KP3	0.798	0.819	0.831	0.906
KP4	0.750	0.828	0.790	0.900
KP5	0.747	0.823	0.825	0.910
KP6	0.761	0.840	0.797	0.894
KP7	0.719	0.819	0.795	0.875
KP8	0.778	0.868	0.773	0.893
KP9	0.687	0.678	0.663	0.748
KP10	0.740	0.741	0.776	0.825

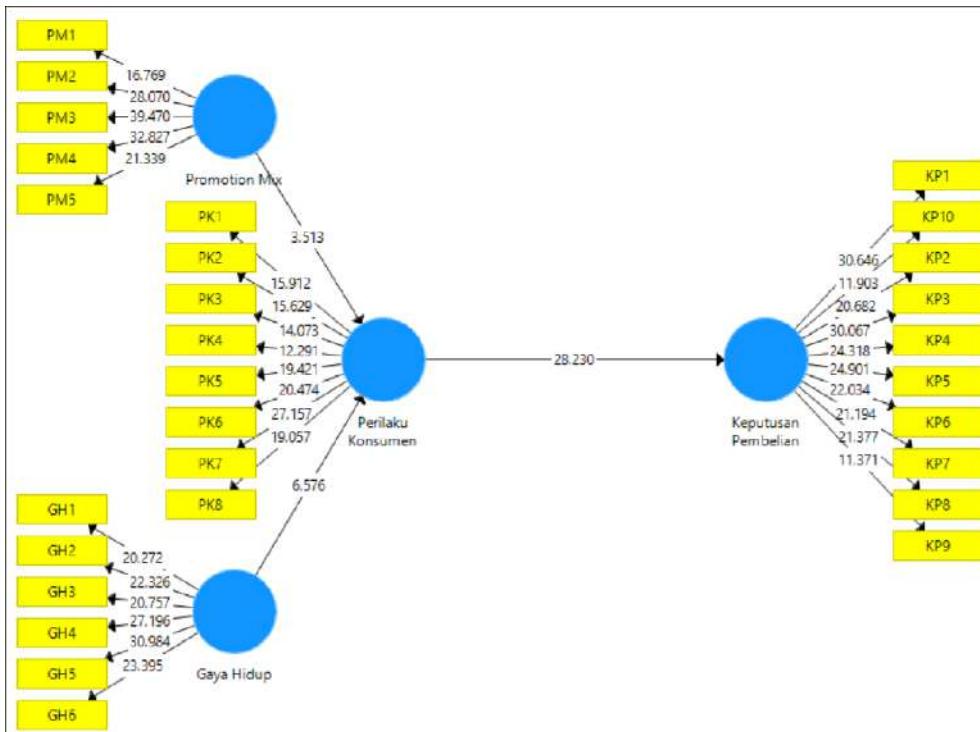
Berdasarkan data pada tabel 4.7 diatas, dapat dilihat nilai *cross loading factor* pada setiap indikator lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada konstruk lainnya. Maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan pada penelitian ini telah memenuhi syarat. Berdasarkan hasil dari kedua uji validitas yang telah dilakukan sebelumnya yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity* dapat disimpulkan bahwa 29 item tersebut pertanyaan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

Dalam *Partial Least Square* (PLS), untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan dua metode yaitu *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Konstruk dinyatakan reliable jika nilai *Composite Reliability* maupun *Cronbach's Alpha* diatas 0,7 (Ghozali dan Latan, 2015). Berikut hasil uji reliabilitas menggunakan software SmartPLS 3.0 :

Tabel 4. Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Kesimpulan
Promotion Mix	0.923	0.942	Reliabel
Gaya Hidup	0.949	0.959	Reliabel
Perilaku Konsumen	0.936	0.947	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.966	0.971	Reliabel

Berdasarkan data hasil uji reliabilitas pada tabel 4.8 diatas, nilai Composite Reliability maupun *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel memiliki nilai >0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut reliabel atau konsisten.



Gambar 3. Inner model Structural Equation Modelling

1. Uji R-Square

Pengujian R-square (R^2) merupakan cara untuk mengukur tingkat kebaikan suatu model struktural. Nilai R-square (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. Kriteria besarnya nilai R-square sebesar 0,75 dapat dikatakan bahwa model kuat, nilai R-square sebesar 0,50 maka dikatakan model cukup moderat, dan jika nilai R-square sebesar 0,25 model lemah (Ghozali dan Latan, 2015). Berikut adalah rangkuman hasil uji statistik model struktural untuk menjawab hipotesis penelitian:

Tabel 5. Uji R Square

Variabel Laten	R Square
Perilaku Konsumen (Y)	0,821
Keputusan Pembelian (Z)	0,817

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa Perilaku Konsumen memiliki nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,821 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Promotion Mix* dan *Gaya Hidup* memberikan pengaruh terhadap Perilaku Konsumen sebesar 82,1% dan 17,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai ini berada diatas angka 0,75 yang artinya *Promotion Mix* dan *Gaya Hidup* memberi pengaruh yang kuat terhadap Perilaku Konsumen.

Melalui tabel tersebut juga dapat diketahui bahwa variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,817 hal tersebut menunjukkan bahwa *Promotion Mix*, *Gaya Hidup*, dan *Perilaku Konsumen* memberikan pengaruh sebesar 81,7% terhadap Keputusan Pembelian, dan 18,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai ini berada diatas angka 0,75 yang artinya *Promotion Mix*, *Gaya Hidup*, dan *Perilaku Konsumen* memberi pengaruh yang kuat terhadap Keputusan pembelian.

2. Uji *Q-Square*

Pengujian lainnya adalah *predictive relevance* (Q^2) atau dikenal dengan *StoneGeisser's*, uji ini dilakukan untuk memvalidasi kemampuan prediksi model. Jika hasil dari Q^2 *predictive relevance* adalah $Q^2 > 0$ menunjukkan variabel laten eksogen baik sebagai variabel penjelas yang mampu memprediksi variabel endogennya. Pengujian *predictive relevance* Q^2 dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2)(1 - R2^2) \dots (1 - Rp^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,821^2)(1 - 0,817^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,6740)(1 - 0,6674)$$

$$Q^2 = 0,8916$$

*Ket : Dimana $R1^2$, $R2^2$... Rp^2 adalah R square variabel endogen dalam model

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh hasil Q^2 (*predictive relevance*) sebesar 0,8916 artinya $Q^2 > 0$, hal tersebut menunjukkan bahwa model memiliki nilai prediktif yang relevan.

Uji Hipotesis

Uji selanjutnya adalah melihat signifikansi pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T statistik yaitu melalui metode bootstrapping (Ghozali dan Latan,2015:82). Menurut Rangkuti (2017: 102), untuk melakukan pengujian hipotesis maka harus membandingkan nilai t-statistik (t_0) dengan nilai ttabel ($t_{\alpha/2}$). Dengan ketentuan penerimaan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_0 > t_{\alpha/2}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika nilai $t_0 < t_{\alpha/2}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Uji t merupakan pengujian hipotesis. Nilai t-tabel yang digunakan two-tailed test adalah 1,65 (tingkat signifikan 10%), 1,96 (tingkat signifikan 5%), dan 2,58 (tingkat signifikan 1%). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat alpha sebesar 5%, sehingga nilai ttabel yang digunakan yaitu 1,96.

a. Pengaruh Langsung

Tabel 6 . Koefisien Jalur

Hubungan Variabel	Original Sample	T Statistic	P Values
PM → PK	0.333	3.513	0.000
GH → PK	0.611	6.576	0.002
PK → KP	0.904	28.230	0.000

1. Hipotesis 1 Pengaruh *Promotion Mix* terhadap Perilaku Konsumen

Berdasarkan pada tabel diatas, diperoleh hasil pengujian dengan nilai tstatistik sebesar 3.513 dan p values sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan nilai tstatistik (3.513) lebih besar dibanding ttabel (1,96) dan p values (0,000) $< 0,05$, maka tingkat kekeliruan 5% (two tail) dinyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Perolehan hasil tersebut menunjukkan bahwa *Promotion Mix* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen.

Adapun nilai koefisien jalur *Promotion Mix* terhadap Perilaku Konsumen adalah positif yaitu sebesar 0,333 yang menunjukkan bahwa arah hubungan kedua variabel positif. Artinya semakin tinggi *Promotion Mix* maka akan semakin meningkatkan Perilaku Konsumen dan

sebaliknya semakin rendah *Promotion Mix* maka akan menurunkan tingkat Perilaku Konsumen.

2. Hipotesis 2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumen

Berdasarkan pada tabel diatas, diperoleh hasil pengujian dengan nilai $t_{statistik}$ sebesar 6.576 dan p values sebesar 0,002. Hasil tersebut menunjukkan nilai $t_{statistik}$ (6.576) lebih besar dibanding t_{tabel} (1,96) dan p values ($0,002 < 0,05$), maka tingkat kekeliruan 5% (two tail) dinyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Perolehan hasil tersebut menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumen.

Adapun nilai koefisien jalur Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumen adalah positif yaitu sebesar 0,611 yang menunjukkan bahwa arah hubungan kedua variabel positif. Artinya semakin tinggi Gaya Hidup maka akan semakin meningkatkan Perilaku Konsumen dan sebaliknya semakin rendah Gaya Hidup maka akan menurunkan tingkat Perilaku Konsumen.

3. Hipotesis 3 Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada tabel diatas, diperoleh hasil pengujian dengan nilai $t_{statistik}$ sebesar 28.230 dan p values sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan nilai $t_{statistik}$ (28.230) lebih besar dibanding t_{tabel} (1,96) dan p values ($0,000 < 0,05$), maka tingkat kekeliruan 5% (two tail) dinyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Perolehan hasil tersebut menunjukkan bahwa Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Adapun nilai koefisien jalur Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian adalah positif yaitu sebesar 0,904 yang menunjukkan bahwa arah hubungan kedua variabel positif. Artinya semakin tinggi Perilaku Konsumen maka akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian dan sebaliknya semakin rendah Perilaku Konsumen maka akan menurunkan tingkat Keputusan Pembelian.

b. Uji Variabel *Intervening* (Pengaruh Tidak Langsung)

Pengaruh tidak langsung adalah hubungan yang melibatkan beberapa keterkaitan antar konstruk. Pengaruh tidak langsung suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah melalui variabel lain yang disebut variabel antara (*intervening*).

1. Pengaruh *Promotion Mix* terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan

Tabel 7. Pengujian Hipotesis 4

Koefisien Jalur	Tstatistik	P Values	ttabel	H4
0.301	3.489	0.001	1,96	Diterima

Adapun dari tabel tersebut dapat diketahui hubungan tidak langsung H_4 *Promotion Mix* terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Konsumen memiliki besar koefisien jalur sebesar 0,301 dengan nilai $t_{statistik}$ sebesar 3.489 dan p value sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan $t_0 > t_0$ dan p value $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan dalam memediasi hubungan antara *Promotion Mix* dengan Keputusan Pembelian. Dengan kata lain, *Promotion Mix* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Konsumen.

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Konsumen

Tabel 8. Pengujian Hipotesis 5

Koefisien Jalur	tstatistik	P Values	ttabel	H5
0.553	6.199	0.000	1,96	Diterima

Adapun dari tabel tersebut dapat diketahui hubungan tidak langsung H5 Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Konsumen memiliki besar koefisien jalur sebesar 0.553 dengan nilai $t_{statistik}$ sebesar 6.199 dan p value sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan $t_o 6.199 > t_{\alpha} 1,96$ dan p value $0.000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan dalam memediasi hubungan antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian. Dengan kata lain, Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Konsumen.

Tabel 9 Hasil Kesimpulan Penelitian

Hubungan variabel	Keterangan	Hasil
Promotion Mix → Perilaku Konsumen	$t_o 3.513 > t_{\alpha} 1,96$	Positif dan Signifikan
Gaya Hidup → Perilaku Konsumen	$t_o 6.576 > t_{\alpha} 1,96$	Positif dan Signifikan
Perilaku Konsumen → Keputusan Pembelian	$t_o 28.230 > t_{\alpha} 1,96$	Positif dan Signifikan
Promotion Mix → Perilaku Konsumen → Keputusan Pembelian	$t_o 3.489 > t_{\alpha} 1,96$	Positif dan Signifikan
Gaya Hidup → Perilaku Konsumen → Keputusan Pembelian	$t_o 6.199 > t_{\alpha} 1,96$	Positif dan Signifikan

4. Kesimpulan

Hasil deskriptif menunjukkan 4 variabel sudah masuk kedalam kategori baik dengan nilai masing-masing, Promotion Mix 79,3% Gaya Hidup 83,2% Keputusan Pembelian 79,6% dan Perilaku Konsumen 83,7%. Hasil uji hipotesis menunjukkan Promotion Mix berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumen dengan nilai $t_{statistik}$ sebesar 3.513 dan p values sebesar 0,000 . Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumen dengan nilai $t_{statistik}$ sebesar 6.576 dan p values sebesar 0,002. Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai $t_{statistik}$ sebesar 28.230 dan p values sebesar 0,000. Promotion Mix berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Konsumen dengan nilai $t_{statistik}$ sebesar 3.489 dan p value sebesar 0,001. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Perilaku Konsumen dengan nilai $t_{statistik}$ sebesar 6.199 dan p value sebesar 0,000.

5. Daftar Pustaka

- Abedneigo, R. C. (2020). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Membeli Motor Merek Suzuki (Studi Kasus Pt . Sinar Galesong Mandiri Kabupaten Toraja Utara). *Jurnal of Economic, Management, and Accounting*, 3(4), 49–55.
- Budanti, H. S., Indriayu, M., & Sabandi, M. (2017). Pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa program studi pendidikan ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 3(2).
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: ALFABETA.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Irwan, I., & Haryono, D. (2015). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif)*. Bandung: Alfabeta
- Jaelani, E. (2018). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Konsumen Tokopedia di Bandung. In *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi: Vol. X* (Issue 2, pp. 57–64).
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165. <https://doi.org/10.26858/pdr.v1i1.13409>
- Joeda, R. R. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Perilaku Konsumen Pada Pembelian (Survei pada Pengguna E-Payment OVO di Kota Malang).
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-Commerce Shopee Di Indonesia the Effect of Consumer Behavior on Online Purchase Decision of Beauty Product Through E-Commerce Shopee in. *E-Proceeding Of Management*, 8(1), 397–408.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing An Introducing* Prentice Hall 12th Edition. England: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran* Jilid 2 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Minarti, M. S., & Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol. 4(3), 210–217.
- Nurkholiq, I., & Trianasari, N. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Kota Bandung .
- Oktari, R., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2020). The Effect of Promotion Mix on Consumer Decisions using Grab-Food in Palembang. *International Journal of Management and Humanities*, 4(5), 52–59. <https://doi.org/10.35940/ijmh.e0511.014520>
- Philip, K., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* 15.th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: ALFABETA.
- Rangkuti, F. (2017). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rahma, A., & Yuliati, A. L. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Matahari Department Store. *E-Proceeding of Management*, 6(3), 6252.
- Rahmah, K., Sumarwan, U., & Najib, M. (2018). The Effect Of Brand Equity, Marketing Mix, And Lifestyle To Purchase Decision At Maxx Coffee, Bogor. *Journal of Consumer Sciences*, 3(2), 01. <https://doi.org/10.29244/jcs.3.2.01-15>
- Ramadhan, F., & Mutiarsih, H. (2018). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada E-Commerce Shopee*. 5(3), 3138–3144.
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: ANDI.
- Santoso, S. (2018). *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academy Publishing Service).

- Surapati, U., & Mahsyar, S. (2020). Relationship Between Consumer Behavior, Discounts And Purchase Decision. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* .
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.
- Ulus, A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1134–1144. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2872>
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>



The Effect of Work Stress on Staff Productivity During the Pandemic Period in PT Telkom Akses Jakarta Utara

Allyfia Dhaneswari ^{1*}, Anita Silvianita ¹

¹ Bussiness Administration, Telkom University

**Email Corespondent: allyfiadhnswr@student.telkomuniversity.ac.id*

Article History:

Received: **xx-xx-xxxx**; Received in Revised: **xx-xx-xxxx**; Accepted: **xx-xx-xxxx**

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

Abstract

2020 was the year of the outbreak of the Covid-19 virus, which made things worse. The impact of the Covid-19 pandemic was also felt by employees of PT Telkom Akses North Jakarta which caused work stress which resulted in lowering the level of employee work productivity. This study aims to determine how much influence work stress has on employee work productivity. This research uses quantitative methods with the analysis technique used is simple linear regression. The population used is all employees of PT Telkom Akses and the sampling method is the probability sampling technique with the number of respondents is 68 respondents. Data collection techniques in this study are primary data using questionnaires and secondary data using literature study. The results of research conducted by researchers indicate that Work stress is in the good category, the Work Productivity variable is in the quite good category. From this research, it shows that there is a significant effect of Work stress on Work Productivity during the pandemic period at PT Telkom Akses partially. This shows that the higher the level of work stress, the lower the level of work productivity of PT Telkom Akses employees during the pandemic period.

Keywords: *Work Stress, Work Productivity, Pandemic*

1. Introducing

Human resources can be said as an important factor in a company or organization. In carrying out management activities properly, companies must recruit and have employees who are highly skilled and knowledgeable, make every effort to manage the company so that employee productivity increases. Human Resources can be interpreted as a process of human management in various ways, namely planning, achievement, selection, training, compensation, employment, safety, health, and maintenance of industrial relations to termination of employment to achieve common goals of the company and to improve the welfare of stakeholder (Kasmir, 2016). Human resource management is a central factor in an organization, whatever its form and purpose, the organization is formed based on the vision, mission, and goals for the benefit of humans, the implementation of the mission is managed and managed by humans, so that humans are a strategic factor in every institutional and

organizational activity (Larasati, 2018). While, work stress is work-related stress (Ekawarna, 2018). In addition, stress is also an organism's response to adapt to ongoing demands (Moh, 2020). The stress experienced by each individual due to the number of jobs provided, the information provided is too heavy, and the lack of technological knowledge (Puspitasari, 2020). If the employee as an individual can not adjust immediately then it can be perceived as a pressure that threatens him and the longer it can cause stress for employees (Pudjo & Georgius, 2019).

Achieving maximum work results or what is called organizational work productivity depends on how the work productivity is generated by employees (Rahayaan, 2019). Work productivity is a comparison between what is produced (output) and the production equipment that is used is jammed (input) (Bachrudin, 2015) One of the company's success is supported by the high level of employee productivity in the company (Rozalena & Dewi, 2016). An obstacle to employee productivity in the company is excessive work stress in the company. employees so that it can cause a rush effect for employees (Kenny & Satrianto, 2019) The problem of labor productivity is an urgent problem and needs to be discussed, although it is not an absolute certainty, but it is a sign that it can be realized that there are possible or seemingly insufficient signs of work productivity (Razy & Kalsum, 2019).

2020 is different from the previous year due to the outbreak of the Covid-19 virus in various countries which has only made things worse. The Covid-19 pandemic has become a threat to public health in the world, including Indonesia (Erina, Novitasari, Wirakhmi, 2020). The Covid-19 disaster also made many changes occur in economic, political, social and other aspects. Several companies have taken policies to reduce the spread of Covid-19 by implementing work from home (WFH). However, PT Telkom Akses, which is a company engaged in the construction and management of network infrastructure services, and requires employees to be in the location where they work, does not rule out the possibility of causing problems. This condition triggers work stress for employees during a pandemic. If this goes on for a long time, the work productivity of employees during the pandemic will also decline. The individual's speed factor in doing the work will also be impaired if the body experiences excessive fatigue. This can also have an impact on the results of the work done (Wibowo, 2020). Maintaining work productivity while carrying out work from home (WFH) during the quarantine period is the biggest challenge faced by employees today (Ishak & Mangundjaya, 2020). It is proven that feelings of anxiety and stress are certainly very natural for most people when they are in the midst of the Covid-19 pandemic, especially the recommended taboos to prevent the spread of Covid-19. So that there is a difference between work stress conditions before the pandemic condition and work stress conditions at the time of the pandemic (Riani & Handayani, 2020)

2. Research Method

The object chosen by the researchers in this study is PT Telkom Akses North Jakarta which is engaged in construction of construction and management of network infrastructure services. PT Telkom Akses commonly abbreviated as (PTTA) is a subsidiary of PT Telekomunikasi Indonesia,Tbk (Telkom), and its shares are wholly owned by PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. PT Telkom Akses itself is a company engaged in the construction of construction and management of network infrastructure services. PT Telkom

Akses was established on December 12, 2012. PT Telkom Akses is also a network management service provider business. The presence of PT Telkom Akses is expected to encourage the growth of broadband access network in Indonesia, because it is part of the strategy to optimize Telkom. As for the reason the researcher conducted research at PT Telkom Akses North Jakarta is considering PT Telkom Akses North Jakarta is one form of technological development and plays an important role in this pandemic, so it is necessary to conduct research.

Furthermore, the type of research used in this study is descriptive quantitative method. There are two variables independent variables consisting of Work Stress and dependent variables consisting of Work Productivity. Sampling was conducted using probability sample technique method with the number of respondents which is 68 respondents. The measurement scale for measuring the question instrument used is the Likert Scale. To get the best results, all the data analysis techniques used in this study are descriptive analysis and simple linear regression analysis using IBM SPSS 21 as a tool in processing data.

Based on descriptive analysis, the following are the results of respondent's responses to the work stress variable consisting of physiological, psychological, and behavioral dimensions.

a. Respondents Response Regarding Work Stress Variable (X)

20% - 36%	Sangat Tidak Baik
>36% - 52%	Tidak Baik
>52% - 68%	Cukup Baik
>68% - 84%	Baik
>84% - 100%	Sangat Baik

In this study, the analysis of descriptive analysis was used to effect of work stress on the work of employees of PT Telkom Akses Jakarta during the pandemic, using data techniques with dissemination of questionnaires to employees of PT Telkom Akses North Jakarta. At any time questionnaire is accompanied by five scales of which answers and which words by responden Respondent's responses to the Work Stress Variable get a total percentage of 74%, if seen in the table, it is included in the Good category. Pada persentase terkecil yaitu sebesar 71% This mattershows that it shows that respondents feel some physical pain while working during the pandemic such as back pain and headaches. In addition, feelings of anxiety, depression and feeling less than optimal in doing work during the pandemic.

b. Respondents' Responses Regarding Work Productivity Variables Employee (Y)

20% - 36%	Sangat Tidak Baik
>36% - 52%	Tidak Baik
>52% - 68%	Cukup Baik
>68% - 84%	Baik
>84% - 100%	Sangat Baik

In this study, the analysis of descriptive analysis was used to effect of work stress on the work of employees of PT Telkom Akses Jakarta during the pandemic, using data techniques with dissemination of questionnaires to employees of PT Telkom Akses North Jakarta. At any time questionnaire is accompanied by five scales of which answers and which words by responden. Respondent's responses to the Work Productivity Variable get a total percentage of 55%, if seen in the table, it is included in the Quite Good category This matter shows that not all respondents come to the office on time, complete tasks, and follow the rules during the pandemic.

3. Result and Discussion

a. Characteristics of Respondents

Collection data comes from a valid questionnaire with a total of 68 respondents, namely employees at PT Telkom Access North Jakarta. In this descriptive analysis, respondents' data grouped by job position, tenure, age, gender, and education.

1) Characteristics of Respondents Based on Job Position.

It is known that out of 68 respondents, the amount of 78% of employees occupy positions as technicians, a percentage of 6% shows employees occupying job positions as warehouse staff technicians, percentage of 5% indicates that employees occupy job positions as human resources staff, a percentage of 4% occupying job positions as staff finance and admin. Lastly, the smallest percentage of 3% indicates employees occupy job positions as procurement staff. Based on data it is known that the majority of respondents are part of the technician.

2) Characteristics of Respondents Based on Gender.

It is known that out of 68 respondents, the amount of 84% of respondents were male. The remaining 16% of respondents were female. Based on data shows that the majority of employees are male.

3) Characteristics of Respondents Based on Age Type.

It is known that out of the 68 respondents studied the highest percentage at the age of 19-29 years is 66%, while the low percentage of there are those aged 30-40s by 34%. Percentage of 0% for employees of age 41-50 years old and >50 years old. Based on this, PT Telkom Akses have employees who are quite productive in their work because the majority of employees 19-29 years old.

4) Characteristics of Respondents Based on Working Period.

It is known that out of the 68 respondents that 78% of respondents had worked for 1-5 years, 12% had worked over 5-10 years, and lastly 10% have worked for >1 year. By picture above there are no employees who have worked for <10 years. that the majority of employees at PT Telkom Access is within 1-5 years of employment.

5) Characteristics of Respondents Based on Last Education

It is known that out of the 68 respondents that who tasted education with a high school/high school/vocational level of 49%, the next received the last education with a bachelor's degree of 35%, the rest of the Diploma amounted to 16%.

b. Simple Linear Regression Analysis

It used to determine the effect of free variables is work stress on bound variables is the productivity of work performed on 68 respondents:

Table 1.Result Simple Linear Regression Analysis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	2.133	.104	
Work Stress	-.044	.044	.374

a. Dependent Variable: Work Productivity

Based on table 1, work stress has a negative effect on work productivity, so that can be interpreted that work stress has an inverse relationship with work productivity. This shows that the level of work stress in the company has a relationship with work productivity, the higher the work stress, then work productivity will decrease. Therefore, it is in accordance with the results of previous studies which stated that the success of a company can be obtained from high work productivity.

c. t-Test

To prove that the works stress has a corelation with work productivity of staff in PT Telkom Akses North Jakarta, this research also test the hypothesis related to these two variables using t-test approach.

Table 2.Result t Test

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Standard Error	Beta		
1	(Constant)	2.133	.104	20.502	.000
	Work Stress	-.044	.044	.374	.003

a. Dependent Variable: Work Productivity

According table 2 above, it can be seen that the p-value for work stress is 0.003, which is < 0.05 . Therefore, it can be concluded that work stress has a significant effect on work productivity. This result can be interpreted that work stress greatly affects the level of work productivity of employees during the pandemic era at PT Telkom Akses North Jakarta as there are still jobs that are not maximized due to work stress felt by employees, so that is indicating decreased work productivity.

d. Coefficient of Determination (R^2)

The following is a table of the results of the determination coefficient test as follows:

Table 3.Result Coefficient of Determination (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.374 ^a	.139	.001	.170

a. Predictors: (Constant), Work Stress

Based on the table above, in this research, work stress contribute only 13.9% to the level of work productivity. Even though work stress shows a significant effect on work productivity, however, in PT Telkom Akses North Jakarta there are still many other variables that can affect the work productivity of its employees.

The year 2020, is the year of entry covid-19 virus outbreak to various countries that make various circumstances more putrefy. It is also felt in employees of PT Telkom Akses. If conditions last for a long time, allowing it to cause stress for employees and decreased work productivity levels. To find out whether it is properly felt and how much influence work stress has on productivity, the penelliti conducts a pre-questionnaire dissemination then continued by conducting interviews and dissemination of questionnaire. Based on the pre-questionnaire results that the researchers distributed, it showed that during the pandemic there are several effects of work stress that will trigger decrease in work productivity. To find out more about work stress felt by employees during the pandemic, researchers dig back into the through interviews with three employees of PT Telkom Akses. From the results of the interview, showed by working in the pandemic resulting in a decrease in employee performance. Examples such as during pandemic that causes employees to work from home for some time, making coordination with co-workers more difficult than while doing work in the office.

Based on the results of Descriptive Analysis, it can be concluded Stress Variables Work (X) according to the responses of all respondents is in the good category. It is indicated by the overall score obtained by the Work Stress Variable of 74%, meaning that the work stress felt or experienced by employees is is true. Although in that category, there is a statement with the lowest score is the statement Personal problems that are increasingly complicated at the time covid-19 pandemic, makes it difficult for me to focus on work, gets the lowest score 71%. This shows that there are still some employees who feel no trouble focusing on the job.

Work Productivity Variable (Y) according to the response of all respondents in the category is quite good. Based on that category, shows that some respondents feel that they are still in good work productivity and some respondents have been in poor work productivity. It is evidenced by the statement I can certainly carry out the work in accordance with the standards set by the company during the pandemic with 28 respondents responded simply agree, meaning that there are still employees who carrying out the work in accordance with the standards set during the pandemic. Next in the

statement I stick to the company's rules that always changed during the pandemic with 38 respondents answering disagree, which means there are still employees who do not follow the rules during the pandemic.

4. Conclusions

Based on the discussion above, there are three conclusions which can be obtained from this research. The results shows that employee work stress during pandemic at PT Telkom Akses North Jakarta has a negative effect on work productivity, work stress affects employee productivity during the pandemic at PT Telkom Akses North Jakarta, and there are another variables that can be affect the work productivity for employees at PT Telkom Akses North Jakarta that can be explore in the future research. Based on the results of the study, there are several suggestions for further research is expected to conduct research on similar companies, so that the results can be used as comparisons, conducting research with similar factors or variables may have a greater and significant influence on employee productivity, and for further research, it is hoped that further research is related to dimensions of each variable using the theories of different experts and latest.

5. References

- Bachrudin Y. (2015). *Human Resource Management in Islamic Financial Institutions*. Raja Grafindo Persada.
- Ekawarna, H. (2018). *Conflict and Stress Management*. Bumi Aksara.
- Erina, Novitasari, D., & Wirakhmi, I. N. (2020). The Effectiveness of Music Therapy on Reducing Work Stress of Nurses in the Outpatient Installation of the Harapan General Hospital of Mrs. Purbalingga during the Covid-19 Pandemic. *Viva Medika*, 14(1), 110–119.
- Ishak, M., & Mangundjaya, W. L. (2020). Managing stress and increasing work productivity while working from home during the COVID-19 pandemic. *Journal of Psychology Udayana*, 7(2), 93–109. <https://doi.org/10.24843/JPU.2020.v07.i02.p.09>
- Kasmir. (2016). *Human Resource Management (Theory and Practice)*. PT Rajagrafindo Persada.
- Kenny, & Satrianto, H. (2019). The Effect of Job Satisfaction and Job Stress on Employee Work Productivity at PT Sinar Surya Baja Profilindo. *Journal of Economics and Business*, 17.
- Moh, M. (2020). Stress Management during the Covid-19 Pandemic ” 193. *Journal of Business Management*, 23(2), 192–201.
- Pudjo, W., & Georgius, L. (2019). The Effect of Work Stress and Work Conflict on Employee Productivity at PT Media Bernas Jogja. *Journal of Economics and Bussiness*, 17.

Puspitasari, W. (2020). Management of Librarians' Work Stress on Library Services of the Faculty of Economics, University of Semarang during the Pandemic. *Information Science and Library*, 1(2), 24–31. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jils>

Rahayaan, N., Tjilen, A. P., & Tambajong, H. (2019). The Effect of Work Stress on Work Productivity of the Central Bureau of Statistics concerned employees is maintained and there are no significant physical obstacles; 2(1), 1–13.

Razy, M., & Kalsum, M. (2019). (n.d.). The Effect of Work Stress on Employee Work Productivity at the Rantauprapat POS Office.

Riani, N., & Handayani, N. S. (2020). The Impact of Librarian Work Stress During the Covid-19 Pandemic On College Library Services. *Journal of FIHRIS: Library and Information Science*, 15(1), 97–114.

Rozalena, A., & Dewi, S. (2016). Practical Guide to Organizing Career Development and Employee Training (1st edition). Penebar Swadaya Group.

Larasati, S. (2018). *Human Resource Management*. Deepublish.

Wibowo, S. (2020). Determinants of Lecturer Performance in Teaching Online Methods During the Covid-19 Pandemic With Stress Factors as Mediating. *Journal of Business & Applied Management*, 13(2), 131–146. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-appliedmanagement/article/view/2227>



Perilaku *Premature Sign Off* atas Prosedur Audit Serta Kaitannya dengan *Time Pressure* dan *Audit Risk*

Arzal Syah ^{1*}, Muh. Abdi Imam ¹, Hamida ¹

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palopo

*Email Corespondent: arzal_syah@iainpalopo.ac.id

Article History:

Received: 30-07-2021; Received in Revised: 19-8-2021; Accepted: 30-08-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i1.801>

Abstrak

Praktik premature sign off atas prosedur audit, akan berpengaruh secara langsung terhadap kualitas laporan audit yang dihasilkan oleh auditor, sebab apabila salah satu langkah dalam prosedur audit dihilangkan maka kemungkinan auditor dalam membuat judgment yang salah akan semakin tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh antara *time pressure* dan *audit risk* terhadap perilaku *premature sign off* atas prosedur audit. Populasi dari penelitian ini adalah auditor di kantor akuntan publik yang ada di Kota Makassar, Indonesia. Pemilihan sampel menggunakan teknik *sampling sensus*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *time pressure*, cenderung meningkatkan usahanya untuk melakukan penghentian secara prematur prosedur audit (*Premature sign Off*). Auditor yang merasakan risiko audit yang tinggi cenderung untuk melakukan penghentian secara prematur prosedur audit. Ketika auditor menetapkan bahwa materialitas yang melekat pada prosedur audit rendah maka terdapat kecenderungan auditor untuk mengabaikan prosedur audit dikarenakan auditor menganggap jika terdapat salah saji material pada pelaksanaan prosedur audit nilainya tidaklah material sehingga auditor melakukan perilaku premature sign off.

Kata Kunci: *Audit Risk, Premature Sign Off, Time Pressure*

Abstract

The practice of premature sign off on audit procedures will directly affect the quality of the audit report produced by the auditor, because if one of the steps in the audit procedure is omitted, the possibility of the auditor making wrong judgments will be higher. This study aims to empirically prove the effect of time pressure and audit risk on premature sign off behavior on audit procedures. The population of this study is the auditor in the public accounting firm in Makassar City, Indonesia. Sample selection using census sampling technique. The results of this study indicate that time pressure tends to increase their efforts to prematurely terminate audit procedures (Premature sign Off). Auditors who perceive high audit risk tend to prematurely terminate audit procedures. When the auditor determines that the materiality inherent in the audit procedure is low, there is a tendency for the auditor to ignore the audit procedure because the auditor considers that if there is a material misstatement in the

implementation of the audit procedure, the value is not material so that the auditor conducts premature sign off behavior.

Keywords: Audit Risk, Premature Sign Off, and Time Pressure

1. Pendahuluan

Auditor yang profesional dalam melakukan pemeriksaan dituntut untuk menghasilkan audit yang memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh organisasi. Profesionalitas merupakan sikap yang harus dimiliki oleh auditor dalam menjalankan fungsinya. Menurut *Committee Assurance Service* dari AICPA dalam buku Sukrisno Agoes (2012), akhir-akhir ini, akuntan public mulai melakukan jenis jasa *assurance service*. *Assurance Service* didefinisikan sebagai Jasa seorang profesional yang independen yang meningkatkan kualitas informasi untuk para pengambil keputusan. *Assurance service* mempunyai ruang lingkup yang lebih luas dari auditing. Misalnya, suatu perusahaan bisa saja meminta akuntan publicnya untuk mengevaluasi keandalan sistem informasinya, atau menilai kecukupan dari sistemnya untuk mengelola resiko bisnis, atau menilai efektivitas dari sistem pengukuran kinerja.

Penyusunan program audit dan anggaran waktu audit merupakan wujud kepatuhan KAP terhadap standar pekerjaan lapangan butir pertama yang mensyaratkan auditor harus merencanakan dan mengendalikan pekerjaannya secara efisien dan efektif (IAI 2001, SA Seksi 150.02). Program audit merupakan kumpulan dari prosedur audit yang harus dilaksanakan selama proses audit, sedangkan anggaran waktu audit merupakan taksiran atau estimasi waktu yang dialokasikan untuk pelaksanaan setiap prosedur audit (Fleming, 1980, Otley dan Pierce, 1996) dalam Adanan (2009).

Menurut (Suryanita *et al*, 2007), berkurangnya kualitas informasi yang dihasilkan dari proses audit dapat terjadi karena beberapa tindakan, seperti : mengurangi jumlah sampel dalam audit, melakukan *review* dangkal terhadap dokumen klien, tidak memperluas pemeriksaan ketika terdapat pos yang dipertanyakan, memberikan opini ketika semua prosedur audit belum dilaksanakan secara lengkap. Praktik *premature sign off* atas prosedur audit, akan berpengaruh secara langsung terhadap kualitas laporan audit yang dihasilkan oleh auditor, sebab apabila salah satu langkah dalam prosedur audit dihilangkan maka kemungkinan auditor dalam membuat *judgment* yang salah akan semakin tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Cohen Commision (1978), Rhode (1978), Alderman dan Deitrick (1982), serta Raghunathan (1991) terdeteksi alasan-alasan mengapa auditor melakukan penghentian prematur prosedur audit (*Prematur Sign- Off Audit Procedures*), yaitu: terbatasnya jangka waktu pengauditan yang ditetapkan, adanya anggapan prosedur audit yang dilakukan tidak penting (risiko kecil), prosedur audit tidak material, prosedur audit yang kurang dimengerti, adanya batas waktu penyampaian laporan audit, adanya pengaruh faktor kebosanan dari auditor. Dari hasil penelitian tersebut juga terdeteksi bahwa penghentian prematur atas prosedur audit pada umumnya terjadi pada prosedur analitik, pada saat pemeriksaan pekerjaan auditor intern, dan pada saat supervise terhadap pekerjaan bawahan (Raghunathan, 1991).

Penelitian Heriningsih (2002) menunjukkan bahwa terdapat urutan prioritas prosedur audit yang dihentikan dalam kondisi *time pressure*. Prosedur yang sering ditinggalkan oleh

auditor adalah mengurangi jumlah sampel yang telah direncanakan dalam audit laporan keuangan. Sedangkan prosedur yang jarang ditinggalkan adalah melakukan konfirmasi dalam audit laporan keuangan. Selain *time pressure*, risiko audit juga berpengaruh terhadap penghentian prematur atas prosedur audit. Sementara itu, tingkat materialitas secara statistik tidak berhubungan signifikan terhadap penghentian prematur atas prosedur audit. Weningtyas, dkk (2006) membuktikan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *time pressure*, risiko audit, materialitas serta prosedur reviu dan kontrol kualitas terhadap penghentian prosedur audit. *Time pressure* dan risiko audit berhubungan positif dengan penghentian prosedur audit. Sedangkan materilitas serta prosedur reviu dan kontrol kualitas berhubungan negatif terhadap perilaku penghentian prosedur atas audit.

Dari penelitian sebelumnya penulis menemukan keterbatasan dalam penulisannya, Keterbatasan itu berupa prosedur audit yang digunakan sebagai alat ukur untuk menguji terjadinya penghentian prematur prosedur audit hanya terbatas pada prosedur perencanaan audit dan prosedur pekerjaan lapangan, sehingga kurang membuktikan prosedur audit yang digunakan dalam proses audit secara menyeluruh.

Selain itu, Penelitian ini juga mengacu pada *Theory Behavioral Decision*. *Theory Behavioral Decision* ini merupakan teori yang berhubungan dengan perilaku seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Teori ini dikembangkan oleh Bowditch dan Buono (1990), dalam Sekar Mayangsari (2003) mengatakan bahwa teori ini berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan. Teori ini berbeda dengan *classical decision theory* yang menyatakan bahwa seseorang dapat mengambil keputusan yang tepat karena semua alternatif tindakan yang dapat diambil dapat diketahui sepenuhnya.

Behavioral decision theory menyatakan bahwa seseorang mempunyai keterbatasan pengetahuan dan bertindak hanya berdasarkan persepsinya terhadap situasi yang sedang dihadapi. Selain itu, setiap orang mempunyai struktur pengetahuan yang berbeda dan kondisi ini akan mempengaruhi cara memperhatikan informasi dalam rangka pembuatan keputusan (Sekar Mayangsari, 2003). Pembuatan keputusan tidak dapat dilepaskan dari berbagai konteks sosial yang ada dalam praktik. Konteks sosial yang dimaksud yaitu adanya hubungan sosial dengan *auditee*, tekanan dari *auditee*, adanya intervensi dari atasan, dan lain sebagainya. Tujuan perilaku seseorang dalam proses pengambilan keputusan adalah untuk mempertahankan hubungan yang tidak memihak antara keberadaan profesi sebagai auditor internal dengan pihak-pihak lainnya yang terkena pengaruh dari hasil audit yang dilakukan.

2. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan kepada auditor yang bekerja di seluruh Kantor Akuntan Publik (KAP) yang ada di wilayah kota Makassar dengan kriteria yang mempunyai jabatan junior auditor sampai manager. Jumlah Kantor Akuntan Publik (KAP) yang ada di makassar adalah 7 Kantor Akuntan Publik (KAP). Adapun populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh auditor baik senior maupun junior yang terdapat pada Kantor Akuntan Publik (KAP) di Makassar, Sulawesi Selatan yakni berjumlah 38 auditor. Pada penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling sensus* yang dimana peneliti mengambil seluruh anggota populasi untuk dijadikan sampel yaitu sebanyak 38 sampel.

Model analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan alasan metode ini dapat digunakan sebagai model prediksi terhadap satu variabel dependen dengan dua variabel independen dengan persamaan sebagai berikut :

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

Y	= Penghentian Prematur Prosedur Audit
X ₁	= <i>Time Pressure</i>
X ₂	= Risiko Audit
α	= konstanta, perpotongan garis pada sumbu Y
β_1	= koefisien regresi X ₁
β_2	= koefisien regresi X ₂
e	= error (tingkat kesalahan)

Dalam penelitian ini digunakan beberapa istilah sehingga di-definisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional tersebut adalah :

Prematur Sign Off

Praktek *premature sign off* atas prosedur audit terjadi ketika auditor mendokumentasikan prosedur audit secara lengkap tanpa benar-benar melakukannya atau mengabaikan atau tidak melakukan beberapa prosedur audit yang disyaratkan tapi harus memberikan opini atas suatu laporan keuangan. Variabel ini diukur dengan memodifikasi 10 item pertanyaan prosedur audit yang telah disesuaikan dengan kondisi di Indonesia, yang memungkinkan terjadi *premature sign off* atas prosedur audit. Skala yang digunakan adalah skala likert 1 sampai dengan 5 poin. Jawaban dari responden digunakan untuk menentukan tingkat *premature sign off* prosedur audit oleh auditor, yaitu tingkat penghentian prosedur audit yang rendah untuk jawaban pada skala rendah dan sebaliknya tingkat penghentian prosedur audit yang lebih tinggi untuk jawaban pada skala yang tinggi.

Time Pressure

Adanya tuntutan bagi auditor untuk melakukan efisiensi biaya dan waktu dalam melaksanakan audit, mengakibatkan timbulya *time pressure*. variable *time pressure* diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Heriningsih (2002) yang secara spesifik mengukur terjadinya *time pressure* yang terdiri dari *time budget pressure* dan *time deadline pressure*. Instrumen variable ini terdiri dari 5 item pertanyaan yang dijawab dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5 poin. Jawaban dari responden digunakan untuk menentukan tingkat *time pressure* dari yang dihadapi oleh auditor, yaitu tingkat *time pressure* yang rendah untuk jawaban pada skala rendah dan sebaliknya tingkat *time pressure* yang lebih tinggi untuk jawaban pada skala tinggi.

Audit Risk

Risiko yang dimaksud dalam penelitian ini adalah resiko deteksi. Variabel risiko audit ini diukur dengan menggunakan instrumen variable yang terdiri dari 3 item pertanyaan yang dijawab dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5 poin. Jawaban dari responden digunakan untuk menentukan tingkat risiko audit dari yang dihadapi oleh auditor, yaitu tingkat risiko audit

yang rendah untuk jawaban pada skala rendah dan sebaliknya tingkat risiko audit yang lebih tinggi untuk jawaban pada skala tinggi.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Persamaan dan Perhitungan Koefisien Regresi

Untuk menguji *time pressure* dan *Audit Risk* berpengaruh secara signifikan terhadap *premature sign off* atas prosedur audit digunakan analisis regresi berganda. Hasil pengolahan data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil perhitungan koefisien regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29.700	5.538		5.363	.000
X1	.198	.266	.154	.744	.463
X2	.683	.469	.302	1.746	.027

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel XI di atas, maka dibentuk suatu persamaan regresi:

$$Y = 29,70 + 0,198X_1 + 0,683X_2 + e$$

Model ini menunjukkan bahwa koefisien regresi hasil taksiran variabel *time pressure* bertanda positif (0,198), nilai koefisien regresi pada taraf 0,05 dengan *p value* 0,463. Hasil ini memberikan gambaran bahwa adanya pengaruh yang positif dari variabel *time pressure* terhadap *premature sign off* atas prosedur audit namun tidak signifikan, yang berarti semakin tinggi tingkat *time pressure* maka belum tentu hal tersebut akan menyebabkan *premature sign off* atas prosedur audit. Dapat dijelaskan variabel *time pressure* memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,198 yang berarti bahwa apabila *time pressure* mengalami kenaikan sebesar 1% maka *premature sign off* atas prosedur audit juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,198%.

Model ini juga menunjukkan bahwa koefisien regresi hasil taksiran variabel *audit risk* bernilai positif. Hasil ini memberikan gambaran bahwa adanya pengaruh yang positif dari variabel *Audit Risk* terhadap *premature sign off* atas prosedur audit, yang berarti semakin tinggi tingkat risiko audit maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap *premature sign off* atas prosedur audit.

Pengaruh *time pressure* (X₁) terhadap Perilaku *Premature Sign Off* (Y)

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa *time pressure* tidak berpengaruh terhadap *premature sign off* atas prosedur audit. Hal ini terjadi karena berdasarkan jawaban responden yang menyatakan bahwa mereka seringkali menyediakan waktu lembur diluar jam kerjanya untuk menyelesaikan pekerjaan audit, sehingga *premature sign off* atas prosedur audit tidak akan terjadi. Hasil ini membuktikan bahwa Sekalipun auditor bekerja di bawah tekanan Waktu (*time Pressure*), tapi auditor akan tetap berusaha untuk memberikan hasil audit yang berkualitas tinggi yang dapat digunakan oleh para pengguna laporan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Iman *et. Al* (2011) dan Basuki dan Krisna (2006) menunjukkan bahwa *time pressure* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *premature sign off*. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rhode (1978), Alderman dan Deitrick (1982), serta Raghunathan (1991), Taufik Qurahman *et. al*(2012), Stephani (2011), Mutia *et. al*(2010), Heriningsih (2012), Suryanita *et. Al* (2007), Sososutikno (2003) yang mengemukakan bahwa *time pressure* berpengaruh positif terhadap *premature sign off*.

Pengaruh Audit Risk terhadap perilaku Premature Sign Off

Pengujian atas variabel *Audit risk* ditemukan bukti empiris bahwa *Audit Risk* memiliki pengaruh positif terhadap *premature sign off* atas prosedur audit pada Kantor Akuntan Publik di Makassar. Hasil Analisa deskriptif menunjukkan nilai rata-rata *audit risk* dari auditor yang melakukan *premature sign off* atas prosedur audit sebesar 83% sedangkan nilai rata-rata auditor yang tidak melakukan *premature sing off* hanya 17%. Hasil ini menunjukkan bahwa Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Taufiq (2012), Stefani (2011), Pieter (2009), Heriningsih (2002), Suryanita *et. al* (2007) dan (Weningtyas, *et.al*, 2007). Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Iman *et. al* (2011) yang menunjukkan bahwa *audit risk* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penghentian prematur atas prosedur audit. Perbedaan ini disebabkan oleh adanya persepsi responden terhadap pertimbangan tingkat risiko audit yang dihentikan.

Uji Simultan (uji F)

Untuk menguji secara bersama-sama pengaruh *time pressure* dan risiko audit terhadap *premature sign off* atas prosedur audit maka dilakukan uji F, untuk itu digunakan analisis of varians (Anova).

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis

ANOVA^b

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1 <i>Regression</i>	99.717	2	49.858	2.648	.089 ^a
	<i>Residual</i>	508.450	27	18.831	
	<i>Total</i>	608.167	29		

a. *Predictors: (Constant), X₁, X₂*

b. *Dependent Variable: Y*

Berdasarkan data pada tabel diatas, dimana nilai F_{hit} variabel X sebesar 2,648 dan signifikan sebesar 0,89. Kemudian dari F_{tab} pada tingkat kepercayaan 95 % dan derajat bebas (28) yang diperoleh dari $(n-k-1) (20 - 1 - 1 = 18)$ maka diperoleh nilai $F_{tab} = 2,471$. Oleh karena F_{hit} lebih besar dibanding F_{tab} , maka dengan derajat kekeliruan 5% ($\alpha = 0,05$) dapat dikatakan bahwa secara simultan *time pressure* dan risiko audit berpengaruh signifikan terhadap *premature sign off* atas prosedur audit.

Analisis Koefisien Determinasi

Dari hasil pengolahan data diperoleh koefisien determinasi dari variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model Summary

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.805 ^a	.642	.102	4.33952

Pada tabel di atas terlihat bahwa koefisien determinasi variabel *time pressure* dan *audit risk* terhadap *Premature Sign off* atas prosedur audit sebesar 0,642 (nilai *R square*), yang berarti bahwa variabel *time pressure* dan *audit risk* memberikan kontribusi atau berpengaruh terhadap *premature sign off* atas prosedur audit sebesar 64,20%, dan sebesar 35,80% (100% - 64,20%) merupakan faktor-faktor lain yang turut berpengaruh terhadap *premature sign off* atas prosedur audit yang tidak diamati oleh peneliti dalam kasus penelitian ini.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *Time pressure* dan *audit risk* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *premature sign off* atas prosedur audit. Artinya semakin tinggi *time pressure* dan *audit risk* maka semakin tinggi pula *premature sign off* atas prosedur audit, namun secara parsial hanya *audit risk* yang berpengaruh signifikan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa *time pressure*, cenderung meningkatkan usahanya untuk melakukan penghentian secara prematur prosedur audit (*Premature sign Off*). Auditor yang merasakan risiko audit yang tinggi cenderung untuk melakukan penghentian secara prematur prosedur audit. Ketika auditor menetapkan bahwa materialitas yang melekat pada prosedur audit rendah maka terdapat kecenderungan auditor untuk mengabaikan prosedur audit dikarenakan auditor menganggap jika terdapat salah saji material pada pelaksanaan prosedur audit nilainya tidaklah material sehingga auditor melakukan perilaku *premature sign off*. Auditor diharapkan mampu meningkatkan profesionalisme serta meningkatkan rasa tanggung jawab dalam melaksanakan tugas audit serta meningkatkan independensi auditor supaya opini audit yang dikemukakan betul merupakan opini yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan responden dari kota-kota besar lainnya, agar dapat mengetahui dan membuktikan seberapa besar *time budget pressure*, risiko audit dan materialitas keputusan auditor berpengaruh terhadap penghentian prematur prosedur

audit di kota-kota besar lainnya. Selain itu, diharapkan penelitian selanjutnya bisa menggunakan responden yang lebih bervariatif dan memperluas cakupan sampel yang digunakan. Selain itu Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan variabel atau pengujian faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi terjadinya penghentian prematur atas prosedur audit baik di Kantor Akuntan Publik maupun di tempat-tempat penelitian lainnya.

5. Daftar Pustaka

- Agoes, Sukrisno. (2012). *Auditing: Petunjuk Praktis Pemeriksaan Akuntan oleh Akuntan Publik*. Edisi 4. Buku 1. Jakarta. Salemba Empat.
- Alfred F. Kaunang. (2012). “ Pedoman Audit Internal “. PT. Bhuana Ilmu Populer. Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Arifuddin, faridah, Yusni Wahyudi. (2002). *Hubungan Antara Judgmen Audit Dengan Resiko dan Materialitas*. Jurnal Bisnis Dan Akuntansi, Vol.4, No. 1.
- Donely, D. P., Jeffrey J.Q, and David. (2009). *Auditor Acceptance of Dysfungsional Audit Behavior : An Explanatory Model using Auditors Personal Characteristics*. Journal of Behavioral Research in Accounting. Vol.15.
- Herningsih, Sucahyo. (2002), *Penghentian prematur atas prosedur audit : Studi empiris pada kantor akuntan publik*. Wahana, Vol. 5, No. 2.
- Hyatt, T., D. Prawitt. (2001). *Does Congruence Between Audit Structure and Auditors Locus of control Affect Job Performance*. The Accounting Review, 76.
- Indri,Kartika. Provita Wijayanti. (2007). *Locus of Control sebagai Anteseden Hubungan Kinerja Pegawai dan Penerimaan Perilaku Disfungsional Audit*. Simposium Nasional Akuntansi X. Makassar.
- Institut Akuntan Publik Indonesia. (2011). *Standar Profesional Akuntan Publik*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mulyadi. (2002). *Auditing 1 : Edisi Enam*. Salemba Empat. Jakarta.
- Palestine, Halima Shatila. (2005). *Analisis Profesionalisme Auditor Terhadap Tingkat Materialitas dalam Pengauditan Laporan Keuangan*. UNDIP. Semarang
- Rudy Suryanto; Yosita Indriyani; Hafiez Sofyani. (2017). Determinan Kemampuan Auditor dalam Mendeteksi Kecurangan. Jurnal Akuntansi dan Investasi, Vol. 18 No. 1, Hlm: 102-118, Januari 2017.
- Suryanita, Dody, Hanung Triatmoko. (2007). *Penghentian Prematur atas Prosedur Audit*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol.10 No.1.
- Sofyani, H dan Y. D. Pramita. (2013). Otoritas Atasan, Retaliasi dan Locus Of Control Sebagai Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Manipulasi Laporan Realisasi Anggaran. Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan, 3 (2), 415-506.

- Sososutikno Christina. ((2003). *Hubungan Tekanan Anggaran Waktu dengan Perilaku Disfungsional serta Pengaruh Terhadap Kualitas Audit*. Simposium Nasional Akuntansi VI. Surabaya.
- Tesser, A. (1993). *The Importance of Heritability in Psychological Research: The Case of Attitudes*. Psychological Review, 100 (1), 129.
- Tuanakotta, T. M. (2012). *Akuntansi forensik dan audit investigatif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tuanakotta, T. M. (2013). Audit Berbasis ISA (International Standards on Auditing). Jakarta: Salemba Empat.



Analisis Struktur Modal dan Laba pada Perusahaan Umum Air Minum Daerah (Perumda) Tirta Mangkaluku Kota Palopo Tahun 2016 - 2020

Renaldi ^{1*}, Suryati ¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Andi Djemma Palopo

*Correspondent Email: tomalattarenaldi27@gmail.com

Article History:

Received: 07-07-2021; Received in Revised: 15-08-2021; Accepted: 06-09-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.847>

Abstrak

Struktur modal dikatakan optimal bilamana dapat meminimumkan biaya modal rata-rata tertimbang (Weighted Average Cost of Capital) dan memaksimumkan Return On Equity (ROE). Disamping itu akan tergambar apakah struktur modal tersebut menghasilkan Leverage yang positif yaitu suatu kondisi dimana Rentabilitas Ekonomi lebih besar dari biaya modal rata-rata tertimbang. Penelitian yang dilakukan pada Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Kota Palopo untuk menganalisis pengaruh struktur modal terhadap biaya modal yang ditimbulkan, menganalisis berapa besar proporsi modal pinjaman jangka panjang pada beberapa alternatif struktur modal (2016 – 2020) dan menganalisis tingkat laba yang diperoleh perusahaan pada setiap alternatif struktur modal tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal pada perusahaan ini khususnya tahun 2019 dan 2020, sudah optimal dimana Return On Equity (ROE) setelah hutang jangka panjang adalah 1,45% (2019) dan 1,60% (2020) yang lebih besar dari biaya modal rata-rata tertimbang yaitu 0,50% (2019) dan 0,37% (2020). Selain hal diatas, Struktur modal tersebut juga telah menghasilkan Leverage positif dimana secara rata-rata Rentabilitas Ekonomi diangka 1,52% jauh lebih besar dari rata-rata biaya modal rata-rata tertimbang yaitu sebesar 0,60%. Dengan mempertahankan komposisi struktur modal yang ada atau mengembangkan pada komposisi yang lebih baik, maka semakin menjamin kontribusi dari laba Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Palopo.

Kata Kunci : Biaya Modal, Kinerja Keuangan, Struktur Modal

Abstract

The optimization of capital Structure can happen if there's a condition where the Weighted Average Cost of Capital can be minimized and the Return of Equity (ROE) is maximized. The result will tell whether the capital structure can bring out the positive leverage or not. The positive leverage is a condition where economic rentability is bigger than the Weighted Average Cost of Capital. The purpose of the research on Mangkaluku Municipal Waterwork in Palopo City are to analyze the impact of capital structure toward the capital cost, to analyze the proportion of long-term capital loan on some alternatives of capital structure from 2016 to 2020 and to analyze the profit rate that is gained by the company on those alternatives of capital structure. The result of this study is showing that the capital structure rate of this company, especially in 2019 until 2020 shows the optimization of Return of equity (ROE) in this company after the long-term debt. The Return of Equity (ROE) in 2019 and 2020 reached 1,45% and 1,60%. The number is bigger than the Weighted Average Cost of Capital as much of 0,50% in 2019 and 0,37% in 2020. Besides, that structure modal has resulted in positive leverage,

where the average of economic rentability is 1,52%, which is 0,60% bigger than the Weighted Average Cost of Capital. By maintaining the existing modal structure composition or to develop the better composition, it will secure the profit contribution in the company of Mangkaluku Municipal Waterpark toward the locally-generated revenue of Palopo City.

Keyword: Capital Structure Analisys, Cost of Capital, Financial Performance

1. Pendahuluan

Keberhasilan suatu program pembangunan pada dasarnya didukung oleh ketersediaan dana yang relatif cukup untuk membiayai pembangunan tersebut. Untuk pemerintah daerah harus memperoleh kewenangan penguasaan akan sumber-sumber produksi yang dapat menghasilkan pendapatan dan dimanfaatkan seoptimal mungkin untuk membiayai kegiatan-kegiatan rutin dan pembangunan.

Pemerintah daerah yang selama ini mempunyai ketergantungan yang tinggi terhadap pembiayaan pembangunan dari pusat, saat ini sepatutnya lebih memacu diri untuk kreatif menggali sumber-sumber pendapatan daerah untuk membiayai program pembangunannya agar lebih mandiri. Hal yang tidak kalah penting juga bahwa akumulasi pembiayaan pembangunan negara kita sebagian besar bersumber dari pinjaman luar negeri yang nota bene kurang menguntungkan dan beresiko bagi anak cucu dikemudian hari. Hal ini dapat kita lihat sekarang, betapa kewalahannya pemerintah Indonesia dalam mengangsur pokok pinjaman dan bunga yang terus membengkak akibat nilai rupiah terhadap \$ US yang terus terdepresiasi. Disamping itu banyak kebijakan pinjaman luar negeri tersebut terimplementasi pada kegiatan-kegiatan subsidi yang jelas tidak memacu produksi.

Pemerintah Kota Palopo dalam upaya meningkatkan kemandirian tahun anggaran 2021 ini telah menargetkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar Rp 167.917.529.330. Bila dibandingkan dengan total Pendapatan Kota Palopo T.A 2021 Rp 982.408.360.370, maka kontribusi PAD terhadap Pendapatan Daerah berkisar 17%. Angka ini masih relatif kecil bila kita mengharapkan daerah ini untuk mandiri sepenuhnya, sementara Dana Pembangunan (DAU, DAK, dll) yang dijatahkan dari pusat masih sangat dominan dari total APBD Kota Palopo untuk tahun anggaran ini.

Sumber-sumber pendapatan asli daerah yang diharapkan untuk ditingkatkan antara lain melalui aktivitas pelayanan, pajak-pajak dan retribusi daerah, investasi/ penanaman model serta optimalisasi pengelolaan badan-badan usaha milik daerah (Syukri & Didiharyono, 2018). Salah satu BUMD milik Pemerintah Kota Palopo yang cukup strategis saat ini adalah Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku (PamTm) yang sampai saat ini belum dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap pendapatan daerah, juga karena adanya kewajiban jangka panjang yang harus diselesaikan berupa angsuran pokok dan bunga atas penggunaan modal pinjaman yang digunakan perusahaan. Kondisi ini telah berlangsung sejak beberapa tahun terakhir yaitu 2016 s/d 2020. Adapun besarnya kontribusi laba Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku (PamTm) Kota Palopo dari tersebut diatas, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Kontribusi Penyisihan Laba Perumda Tirta Mangkaluku terhadap PAD Kota Palopo
Tahun 2016 – 2020

Tahun	Kontribusi dari Laba	Pendapatan Asli Daerah Kota Palopo	%
2016	472.111.300.00	134.110.076.220.35	0.35
2017	-	167.307.130.609.15	0.00
2018	-	139.282.846.484.07	0.00
2019	570.882.033 .00	165.664.354.780.08	0.34
2020	634.044.325.00	132.854.839.330.65	0.48

Sumber : Data diolah 2021

Dari tabel diatas memperlihatkan keterbatasan kontribusi laba PAMTM terhadap pendapatan Asli Daerah Kota Palopo 2016 – 2020 oleh karena keterbatasan laba yang diakibatkan tingginya beban-beban biaya dan kewajiban jangka panjang lainnya.

Terkait hal kewajiban jangka panjang yang berupa angsuran pokok dan bunga adalah konsekwensi dari kebijakan finansial atas pemenuhan kebutuhan modal dari sumber-sumber eksternal (pinjaman). Untuk itulah keputusan atas pembiayaan investasi dengan menggunakan modal pinjaman akan menimbulkan risiko berupa beban tetap kepada perusahaan, sehingga perlu di analisis secara cermat akan sejauh mana modal pinjaman tersebut memberikan leverage positif terhadap perusahaan (Kasse dkk, 2021).

Perusahaan Umum Air Minum Daerah (Perumda) Tirta Mangkaluku Palopo dalam rencana-rencana investasi kedepan, memperhatikan struktur modal yang optimal, dengan mengembangkan berbagai alternatif permodalan, agar perusahaan ini dapat lebih berlaba (Amiruddin & Mursida, 2018). Dari hal yang digambarkan diatas, belum cukup untuk menyimpulkan kondisi keuangan perusahaan ini dan masih perlu dilakukan analisis lebih dalam tentang perbandingan dari berbagai faktor sebelum ditarik kesimpulan.

2. Metodologi

Jenis Data dan Sumber Data

Data kualitatif meliputi gambaran umum/profil serta informasi lainnya yang bersifat verbal dari Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku dan Badan Pengelola Keuangan Daerah Kota Palopo. Data kuantitatif meliputi laporan keuangan (Neraca, Laba/Rugi), perkembangan produksi air, tingkat kebocoran dan perkembangan jumlah pelanggan perusahaan ini dari tahun 2016 – 2020.

Metode Pengumpulan Data

Studi Pustaka

Menurut Nasir (2013), studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi terhadap buku-buku literatur dan catatan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan informasi baik dari perusahaan maupun lembaga yang terkait yang tertulis dan tersaji dalam bentuk laporan yang sifatnya berkala atau periodik serta dijadikan sebagai sumber data primer dan sekunder.

Metode Analisis

Peralatan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Analisis Struktur Modal

Menganalisis struktur modal, berawal dari data-data yang tersaji pada Neraca perusahaan ini (2016 – 2020), yaitu dengan menghitung Ratio total aset (Aktiva) terhadap kewajiban jangka panjang (Debt) begitu juga dengan Ratio Aset (Aktiva) terhadap total modal sendiri (Equity) seperti formulasi dibawah ini :

$$\text{Modal Sendiri (Equity)} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$
$$\text{Modal Pinjaman Jangka Panjang (Debt)} = \frac{\text{Total Pinjaman Jangka Panjang (Debt)}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Dari analisis modal diatas, akan diperoleh komposisi dari masing-masing modal tersebut.

- Analisis biaya modal rata-rata tertimbang (Weighted Average Cost of Capital)

yaitu bahwa dalam rencana capital budgeting, modal tidak hanya dilihat pada penggunaannya, tapi juga perimbangan (*weighted*) setiap komponen modal dan struktur modal secara keseluruhan. Adapun rumus hal dimaksud menurut Sartono (2000: 235) sebagai berikut:

$$K_o = \left| \frac{D}{D + E} \right| (K_i) + \left| \frac{D}{D + E} \right| (K_e)$$

- Analisis Indifference Point

Yaitu untuk menentukan atau untuk mengetahui Struktur modal (Capital Structure) yang optimal menyangkut kombinasi dari hutang jangka panjang (Debt) dengan modal sendiri (Equity) menurut Bambang Riyanto (2002: 297) sebagai berikut :

$$\frac{X(1-t)}{S_1} = \frac{(X-C)(1-t)}{S_2}$$

- Analisis Rentabilitas Ekonomi

Yaitu analisis yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentabilitas Ekonomi} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Total Aktiva}} \text{ atau } \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

1. Analisis Struktur Modal

Hasil olahan data dari Neraca Perusahaan Umum Air Minum Daerah (Perumda) Tirta Mangkaluku Kota Palopo tahun 2016 – 2020 diperoleh komposisi struktur modal sesuai tabel dibawah ini :

Tabel 2. Komposisi Struktur Modal Perumda Tirta Mangkaluku Kota Palopo
Tahun 2016 – 2020

Tahun	Sumber Modal	Struktur Modal	
		Rupiah	%
2016	Debt	14.773.328.750	16,12
	Equity	76.858.338.674	83,88
2017	Debt	12.559.690.000	14,02
	Equity	77.003.623.313	85,08
2018	Debt	10.397.690.000	11,84
	Equity	77.452.837.161	88,16
2019	Debt	8.235.690.000	9,49
	Equity	78.594.601.226	90,51
2020	Debt	6.073.690.000	7,10
	Equity	79.632.437.867	92,90
Rata-rata	Debt	-	11,71
	Equity	-	88,29

Sumber : Data diolah 2021

2. Analisis Biaya Modal

Hasil olahan dan data dari Neraca dan Laporan laba/rugi Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Kota Palopo tahun 2016 – 2020 diperoleh biaya modal rata-rata tertimbang sesuai proporsi modal sendiri yang modal pinjaman jangka panjang dan menurut Sartono (2000: 235) dengan rumus :

$$K_o = \left| \frac{E}{D + E} \right| (K_e) \left| \frac{D}{D + E} \right| (K_i)$$

Maka Tahun 2016 :

$$K_o = \left| \frac{83,88}{100} \right| (0) + \left| \frac{16,12}{100} \right| (0)$$

$$K_o = 0$$

Tahun 2017 :

$$K_o = \left| \frac{85,05}{100} \right| (0) + \left| \frac{14,02}{100} \right| (5,97)$$

$$K_o = 0,83$$

Tahun 2018 : $K_o = 0,67$

Tahun 2019 : $K_o = 0,50$

Tahun 2020 : $K_o = 0,37$

Tabel 3. Biaya Modal Rata-rata Tertimbang Perumda Tirta Mangkaluku Kota Palopo tahun 2016 – 2020

Tahun	Sumber Modal	Proporsi Modal (%)	Biaya Modal Tertimbang	Biaya Modal Rata-rata Tertimbang
2016	Debt	16,12	-	-
	Equity	83,88	-	-
2017	Debt	14,02	0,83	0,83
	Equity	85,08	-	-
2018	Debt	11,84	0,67	0,67
	Equity	88,16	-	-
2019	Debt	9,49	0,50	0,50
	Equity	90,51	-	-
2020	Debt	7,10	0,37	0,37
	Equity	92,90	-	-
Rata-rata		-	-	0,60

Sumber : Data diolah 2021

3. Analisis Indifference Point (EBIT – EPS)

Dalam mengukur tingkat efisiensi penggunaan modal yang menggunakan Analisis Indifference Point (Analisis EBIT – EPS), maka sebagai pengganti EPS terlebih dahulu dilakukan penghitungan Return On Equity (ROE) sebelum dan sesudah diperhitungkan bunga hutang jangka panjang seperti data dibawah ini :

Tabel 4. ROE Sebelum dan Sesudah Hutang Jangka Panjang (2016 – 2020)

Tahun	ROE Sebelum Hutang Jangka Panjang (%)	ROE Sesudah Hutang Jangka Panjang (%)
2016	-2,91	0,92
2017	-3,39	-3,51
2018	1,48	-0,22

2019	2,09	1,45
2020	1,30	1,60
Rata-rata	-0,29	0,05

Sumber : Data diolah 2021

Tingkat EBIT pada Indifference Point Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Kota Palopo tahun 2016 – 2020 dengan pendekatan rumus :

$$\frac{x(1-t)}{S_1} = \frac{(x-C)(1-t)}{S_2}$$

$$S_2 x = S_1 (x - C)$$

$$S_2 x = S_1 x - S_1 C$$

$$(S_2 - S_1) = S_1 C$$

$$x = \frac{S_1 C}{(S_1 - S_2)}$$

Dimana :

x = EBIT Indifference Point

t = Tingkat Pajak Perusahaan

c = Bunga Pinjaman Jangka Panjang

S_1 = ROE sebelum bunga pinjaman jangka panjang

S_2 = ROE setelah bunga pinjaman jangka panjang

Diperoleh hasil dari olah data pada tabel 4 tingkat EBIT pada Indifference Point dan EBIT pada Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Kota Palopo tahun 2016 – 2020 sesuai **tabel 5** dibawah :

Tahun	EBIT Perusahaan	Perkembangan (%)	EBIT Indifference Point	Perkembangan (%)
2016	2.240.515.625	-	-	-
2017	2.614.995.240	16,71	27.567.600	-
2018	1.148.818.879	-127,84	877.241.907	3082
2019	3.329.119.412	189,78	2.064.273.405	135
2020	2.832.178.973	-17,54	2.252.470.142	9,17

Sumber : Data diolah 2021

4. Analisis Rentabilitas Ekonomi

Menurut Riyanto (2001: 36), dengan formulasi :

$$(Rentabilitas Ekonomi) = \frac{RE}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Maka diperoleh hasil seperti data dibawah ini :

Table 6. Rentabilitas Ekonomi dan Biaya Modal Rata-rata Tertimbang Perumda Tirta Mangkaluku Kota Palopo 2016 – 2020

Tahun	Rentabilitas Ekonomi (%)	Biaya Modal Rata-rata Tertimbang (0%)
2016	2,32	-
2017	- 2,78	0,83
2018	1,25	0,67
2019	3,66	0,50
2020	3,16	0,37
Rata - Rata	1,52	0,60

Sumber : Data diolah 2021

3.2. Pembahasan

1. Analisis Struktur Modal

Komposisi struktur modal ini menjelaskan tentang proporsi dan besaran utang jangka panjang yang digunakan perusahaan dalam operasi usaha sekaligus menggambarkan kekuatan penjaminan modal sendiri terhadap pinjaman jangka panjang tersebut.

Disamping hal tersebut diatas, komposisi struktur modal ini juga menggambarkan proporsi utang jangka panjang dengan tingkat biaya modal apakah lebih besar atau lebih kecil dari tingkat laba untuk menjelaskan Leverage kinerja struktur modal.

Dari hasil pengolahan data seperti pada tabel 2, dapat dijelaskan bahwa dari tahun 2016 – 2020, rata-rata struktur modal perusahaan ini diangka **11,71%** untuk modal pinjaman jangka panjang dan **88,29%** adalah modal sendiri. Dengan besarnya jumlah modal sendiri perusahaan ini, yang dapat dilihat pada tabel 2 tersebut, memberi gambaran bahwa Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Palopo mempunyai kekuatan penjaminan atas kebijakan pinjaman jangka panjang yang dilakukan dalam operasi perusahaan. Juga dapat dilihat bahwa ratio/modal sendiri terhadap modal pinjaman tertinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu **92,90 : 7,10** atau **13 : 1** yang berarti bahwa kebijakan untuk melakukan pinjaman jangka panjang yang baru kedepan dalam upaya untuk pengembangan perusahaan masih sangat dimungkinkan.

2. Analisis Biaya Modal

Untuk mengetahui optimalnya struktur modal perusahaan, maka terlebih dahulu dilakukan perhitungan biaya modal rata-rata tertimbang (Weighted Average Cost of Capital) kemudian membandingkannya dengan Rate Of Return on Equity. Hal ini dilakukan karena menurut Sartono (2000: 580) pendekatan dalam menentukan biaya modal sendiri pada bisnis Non Laba antara lain sama dengan **Nol (0)**. Mengingat Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Kota Palopo sebagai Badan Usaha Milik Daerah Palopo dalam penyediaan air bersih untuk kebutuhan dasar masyarakat, biaya modal (non laba) sendiri sama dengan **Nol (0)**.

Berdasarkan hasil Analisis seperti data yang tersaji pada tabel 3, maka dijelaskan bahwa dari tahun 2016 – 2020, biaya modal rata-rata tertimbang Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Palopo mengalami penurunan dari tahun ketahun. Dimana tertinggi pada tahun 2017 sebesar **0,83%** dan terendah pada tahun 2020 yaitu sebesar **0,37%**. Kecenderungan penurunan ini, terlihat berbanding lurus dengan penurunan proporsi pinjaman jangka panjang yang tertinggi di 2016 sebesar **16,12%** dan menurun hingga **7,10%** di tahun 2020.

Adapun angka rata-rata dari biaya modal rata-rata tertimbang perusahaan ini 2016 – 2020 adalah **0,60%** atau relatif kecil dan memberi gambaran bahwa struktur modal pada perusahaan ini **optimal** oleh karena dapat meminimumkan biaya modal rata-rata tertimbang.

3. Analisis Indifference Point (EBIT – EPS)

Oleh karena Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Palopo tidak mengeluarkan saham biasa maupun saham preferen, maka manurut Husnan (1993: 276) dalam mengukur tingkat efisiensi penggunaan modal yang menggunakan Analisis Indifference Point (Analisis EBIT – EPS), maka sebagai pengganti EPS terlebih dahulu dilakukan perhitungan Return On Equity (ROE) sebelum dan sesudah hutang jangka panjang.

Dari tabel 4 diatas, terlihat bahwa ROE sebelum hutang jangka panjang dari tahun 2016 – 2020, berfluktuasi dari angka **-2,91%** (minus) sampai dengan **1,37%** ditahun 2020. Adapun angka rata-ratanya sebesar **-0,29%** (minus). Sementara ROE sesudah hutang jangka panjang walaupun juga berfluktuasi dan mengalami angka minus ditahun 2017 (**-3,51%**) dan 2018 (**-0,22%**), tapi mengalami peningkatan dengan angka positif yaitu **1,45%** ditahun 2019 dan **1,60%** ditahun 2020. Adapun angka rata-rata masing-masing ROE ini yaitu **(-0,29%)** dan **0,05%**, maka dapat dikatakan bahwa ROE setelah hutang jangka panjang jauh lebih baik dari ROE sebelum hutang jangka panjang.

Dari hasil analisis data pada **tabel 5** diatas, tergambar tingkat EBIT pada Indifference Point (titik kesamaan) dengan EBIT pada Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku tahun 2016 – 2020. Pada EBIT Perusahaan terjadi perkembangan yang negatif yaitu pada tahun 2018 (**-127,84%**) dan tahun 2020 (**-17,59%**).

Dari perbandingan angka-angka EBIT tersebut, menunjukkan bahwa EBIT Indifference Point lebih baik dari EBIT Perusahaan baik dilihat dari fluktuasi Nilai Nominalnya, maupun Prosentase perkembangannya yang **positif**.

4. Analisis Rentabilitas Ekonomi

Dalam menganalisis tingkat Leverage perusahaan, maka kita akan membandingkan berapa besar tingkat biaya modal rata-rata tertimbang dengan tingkat Rentabilitas Ekonomi yang diperoleh perusahaan.

Hasil analisis pada tabel 6 diatas, bahwa dari 5 (lima) tahun (2016 – 2020) perhitungan Rentabilitas Ekonomi pada Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Palopo, menunjukkan angka positif kecuali RE pada tahun 2017 (**-2,78%**) dimana pada tahun itu awal dari pembayaran angsuran pokok dan bunga dari pinjaman jangka panjang perusahaan ini. Sementara 4 (empat) tahun selebihnya, semuanya diangka positif bahkan ditahun 2019 – 2020 kecenderungannya meningkat.

Dari sisi biaya modal rata-rata tertimbang, tahun 2016 – 2020 memperlihatkan angka yang menurun yaitu **0,83%** ditahun 2017, menjadi **0,37%** ditahun 2020 berangsur turun dengan stabil. Adapun data WACC pada tahun 2016, belum tersaji oleh karena tahun tersebut masih masuk masa Grace period (masa tenggang) atau belum ada kewajiban bagi perusahaan ini untuk mengangsur pokok maupun bunga pinjaman.

Terkait dengan Nilai Capaian Rentabilitas Ekonomi terhadap Biaya modal rata-rata tertimbang (WACC), kecuali angka ditahun 2017 **(-2,78)** maka 4 (empat) tahun sebelumnya, Rentabilitas Ekonomi perusahaan ini jauh lebih besar dari Capaian biaya modal rata-rata tertimbangnya. Bila dirata-ratakan (2016-2020), maka Rentabilitas Ekonomi perusahaan ini **(1,52%)** lebih besar dari biaya modal rata-rata tertimbang **(0,60%)** ini memberikan gambaran bahwa **kinerja Leverage yang positif**.

4. Kesimpulan dan Saran

Struktur modal Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Kota Palopo tahun 2016 – 2020 dimana komposisi modal sendiri rata-rata sebesar **88,29%** dibanding modal pinjaman sebesar **11,71%**, ini artinya perusahaan ini mempunyai **kekuatan penjaminan** atas kebijakan pinjaman jangka panjang yang telah dilakukan maupun untuk rencana peminjaman berikutnya. Biaya modal rata-rata tertimbang (*Weighted Average Cost of Capital*) Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku 2016 -2017, memperihatkan angka penurunan yang stabil dari tahun ke tahun yaitu **0,83%** pada tahun 2017 dan menjadi **0,37%** pada tahun 2020. Atas hal ini, maka dapat dikatakan bahwa Struktur Modal pada perusahaan ini adalah **optimal** oleh karena dapat **meminimumkan biaya modal rata-rata tertimbang**.

Dari perbandingan hasil Analisis EBIT perusahaan dengan EBIT Indifference Point, menunjukkan bahwa EBIT Indifference Point lebih baik dari EBIT perusahaan, baik dilihat dari fluktuasi Nilai Nominalnya maupun Prosentase perkembangannya dengan angka yang **positif**. Rentabilitas Ekonomi Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Palopo dari 2016 -2020 mempunyai nilai prosentase yang lebih besar dari biaya modal rata-rata tertimbang. Bila hal ini dirata-ratakan, maka Rentabilitas Ekonomi perusahaan ini sebesar **1,52%**, lebih besar dari rata-rata biaya modal rata-rata tertimbang yaitu **0,60%** sekaligus memberi gambaran bahwa **kinerja Leverage yang positif**.

Mengingat Struktur Modal membutuhkan keputusan yang penting dalam mengatur proporsinya, maka disarankan kepada pihak manajemen tetap lebih cermat lagi dalam memutuskan proporsi dimaksud agar perusahaan dapat lebih optimal dalam perolehan laba dan peningkatan nilai. Meskipun Nilai akhir dari hasil Analisis ini menggambarkan nilai Kinerja Leverage yang positif, tapi masih terlihat angka-angka yang fluktuatif, baik nilai ROE, EBIT maupun Rentabilitas Ekonomi sehingga disarankan kiranya tetap dibutuhkan Kinerja manajemen yang stabil ke depan.

Disarankan kepada pihak manajemen membuka diri dengan menawarkan atau memberi kesempatan kepada masyarakat atau lembaga-lembaga penelitian melakukan kajian atau analisis pada Perusahaan Umum Air Minum Daerah ini, sebagai bentuk saran tindak yang lebih konkret atas masalah yang membutuhkan solusi. Selanjutnya, disarankan bahwa dengan mempertahankan komposisi struktur modal yang ada atau mengembangkan pada komposisi

yang lebih baik, maka semakin menjamin kontribusi dari Laba Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Palopo kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palopo.

5. Ucapan Terima Kasih

Atas selesainya penelitian ini maka kami sebagai penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Walikota Palopo, Direktur Utama Perusahaan Umum Air Minum Daerah Tirta Mangkaluku Palopo dan jajaran, Dekan Fakultas Ekonomi serta pihak-pihak lain yang tidak dapat kami sebut satu per satu. Semoga bantuan yang diberikan baik berupa arahan, motivasi serta dukungan lainnya bernilai ibadah dan memberi berkah dalam upaya pengembangan ilmu pengetahuan kedepan.

6. Daftar Pustaka

- Alwi, S. (1993). *Alat Analisis dalam Pembelaaran*, Edisi keempat, cetakan pertama, Andi Offset, Yogyakarta.
- 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.
- Arsyad, L. (1999). *Pengantar perencanaan pembangunan Ekonomi Daerah*, Edisi pertama, BPPE, Yogyakarta.
- Awat, N. J. & Mulyadi, M. (1996). *Keputusan-keputusan Keuangan Perusahaan (Teori dan hasil pengujian empirik)*, cetakan pertama edisi kedua, Liberty Yogyakarta
- BPS Kota Palopo, (2020). *Statistik Perekonomian dan potensi wilayah Kota Palopo*.
- Harmono, (2014). *Manajemen Keuangan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Kasse, I., Mariani, A., Utari, S., & Didiaryono, D. (2021). Investment Risk Analysis On Bitcoin With Applied of VaR-APARCH Model. *JTAM (Jurnal Teori dan Aplikasi Matematika)*, 5(1), 1-13.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Martin, D.J. (1995). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisis kelima, Jilid I cetakan ketiga, Prentice Hall. Inc.
- Mardiasmo, (2002). *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta : penerbit Andi.
- Munawir, S. (2000). *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi keempat, Liberty, Yogyakarta.
- Osborn, D. & Gabler, T. (1996). *(Reinventing Goverment)*, PT. Pustaka Binaman Pressing, Jakarta (terjemahan).
- Perumda Tirta Mangkaluku, (2020). Laporan Keuangan Perumda Tirta Mangkaluku Kota Palopo 2016 – 2020.
- Perumda Kota Palopo, (2019). Peraturan Daerah Kota Palopo No. 7/2019 tentang Perusahaan Umum Air Minum Daerah Kota Palopo.
- Perumda Kota Palopo, (2021). Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kota Palopo tahun 2021.

Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 13 tahun 2006 tentang pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah.

Renaldi, (2001). *Analisis Struktur Modal dan Laba.* (tesis) Universitas Muslim Indonesia Makassar.

Sunarti, (1999). *Indikator berpengaruh terhadap Biaya Modal dan Kaitannya dengan struktur modal (tesis),* Universitas Muslim Indonesia Makassar.

Sutrisno, (2008). *Manajemen Keuangan, Teori, Konsep dan Aplikasi.* Yogyakarta : Ekonosia.

Syukri, M. & Didiharyono, D. (2018). Pengaruh PAD, Dana Perimbangan Dan PMA Terhadap Tingkat Kemajuan Daerah Kabupaten Dan Kota Di Provinsi Sulavesi Selatan. *Jurnal Masagena, 13*, 525-534.

Undang-undang No. 23 tahun 2014 tentang Otonomi Daerah.