

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PEGADAIAN

Firman Aulia Yudha Prawira¹, Dany Mahendra Utama², Rasito³

Email correspondence: firman.prawira@pegadaian.co.id

Program Pascasarjana Program Magister Manajemen, Universitas Wijaya Putra
Surabaya , Indonesia

ABSTRACT

The Influence of Product Quality, Customer Trust on Purchasing Decisions through Customer Satisfaction at PT. Pegadaian Madiun Area Office, The purpose of this study is to test and analyze the Effect of Product Quality, Customer Trust on Purchasing Decisions through Customer Satisfaction at PT. Pegadaian Madiun Area Office. Sampling method using Purposive Sampling. The number of samples used in this study was 100 respondents of PT. Pegadaian Madiun Area Office. The scope of this study is only on variables related to Product Quality, Customer Trust which directly or indirectly affect Purchasing Decisions through Customer Satisfaction. The approach of this study is the Quantitative approach method. This research data analysis technique uses the Partial Least Square (PLS) method with the SmartPLS application program Version 4.00 which includes the process of designing the Inner Model structure model, outer model structure model and Hypothesis testing (Resampling Bootstrapping). The results of the study found that there is no direct effect of Product Quality on Customer Satisfaction at PT. Pegadaian Madiun Area Office. There is a direct influence of Customer Trust on Customer Satisfaction at PT. Pegadaian Madiun Area Office. There is a direct influence of Product Quality on Purchasing Decisions at PT. Pegadaian Madiun Area Office. There is a direct influence of Customer Trust on Purchasing Decisions at PT. Pegadaian Madiun Area Office. There is a direct influence of Purchasing Decisions on Customer Satisfaction at PT. Pawnshop Madiun Area Office. There is no indirect influence of Product Quality on Purchasing Decisions through Customer Satisfaction at PT. Pegadaian Madiun Area Office. There is an indirect influence of Customer Trust on Purchasing Decisions through Customer Satisfaction at PT. Pegadaian Madiun Area Office

Keywords : Product Quality, Customer Trust, Purchasing Decisions, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

PT. Pegadaian (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau lembaga pekreditan yang dikelola oleh pemerintah yang kegiatan utamanya melaksanakan penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai. Penyaluran uang pinjaman tersebut dilakukan dengan cara yang mudah, cepat, dan aman sehingga tidak memberatkan masyarakat yang melakukan pinjaman dan tidak menimbulkan masalah yang baru bagi peminjam setelah melakukan pinjaman di pegadaian. *Teori gab* dalam penelitian ini antara lain, menurut (Wiku et al., 2021) kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya, dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan konsumen bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk atau merek. Kepercayaan akan timbul dari benak konsumen apabila produk yang dibeli mampu memberikan manfaat atau nilai yang diinginkan konsumen pada suatu produk (Jefryansyah & Muhajirin, 2020). Karena meningkatkan kepercayaan pelanggan akan membuat berkembangnya suatu usaha semakin meningkatnya perkembangan perusahaan PT. Pegadaian di kota-kota besar maupun di pelosok desa, PT. Pegadaian merupakan salah satu perusahaan yang dapat membantu permasalahan masyarakat dengan memberikan produk dan jasa yang memudahkan konsumennya untuk melakukan pembelian barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jaminan kualitas produk dan kepercayaan pelanggan yang membuat PT. Pegadaian Kantor Area Madiun ini mampu bersaing dengan perusahaan pegadaian kompetitor yang lainnya guna mempertahankan dan menarik minat pelanggan dan pelanggan dapat memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian produk atau jasa di perusahaan PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.

(Kertajaya, 2022) keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana pelanggan memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Keputusan pembelian dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Sedangkan (Kartika & Indrawati, 2022) mengemukakan “Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku pelanggan yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”. untuk melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan dengan kualitas produk yang ditawarkan dan kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan merupakan suatu hal yang penting, pengalaman pelanggan saat melakukan proses pembelian akan menentukan kepuasan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Tidak menutup kemungkinan bahwa kepuasan pelanggan akan memicu meningkatnya jumlah pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang di peroleh (Kotler et al., 2022).

Research gap penelitian ini adalah riset penelitian yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening” oleh (Lubis, 2020) menyatakan bahwa pengaruh kualitas dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan riset yang dilakukan oleh (Fadila et al., 2021) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, *Electronic Word Of Mouth* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada *Shopee* di Pangkalan Brandan” menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. *Research Gap* dalam penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2022) pada variabel kualitas produk yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Roemah Kayu *Coffe Shop*” Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil riset yang dilakukan oleh (Kartika et al., 2020) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Fenomena gab dalam penelitian ini adalah seiring dengan berkembangnya zaman maka semakin banyak perkembangan perusahaan jasa yang bermunculan yang dapat membantu keinginan dan kebutuhan pelanggan salah satunya produk yang berhubungan dengan keuangan dan jasa yang dapat meringgankan permasalahan perekonomian seluruh masyarakat apalagi melihat Kota Madiun yang memiliki jumlah penduduk sekitar 201.460 menurut informasi badan statistic kependudukan maka dari itu kebutuhan dan keinginan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan semakin meningkat pula sehingga masyarakat akan membutuhkan produk atau jasa yang berhubungan dengan perputaran financial yang dapat membantu permasalahan perekonomian. Fenomena ini membawa peluang besar bagi perusahaan PT. Pegadaian (Persero) Kantor Area Madiun untuk selalu siap membantu permasalahan masyarakat dalam meningkatkan perekonomiannya seseuai dengan filosofi *posisioning* perusahaan PT. Pegadaian yaitu “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah” yang mempunyai arti bahwa pihak pegadaian menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan non-perbankan yang menyalurkan kredit kepada masyarakat dengan bunga yang tidak tinggi serta sistem yang sederhana. PT. Pegadaian Kantor Area Madiun dapat memberikan kualitas produk terbaik bagi pelanggan serta membangun hubungan kepercayaan yang erat dengan pelanggan. Maka dari itu semakin selektifnya pelanggan melihat kualitas produk yang akan dibeli adalah sebuah tantangan bagi pihak perusahaan PT. Pegadaian Kantor Area Madiun agar tetap menjaga kualitas produk sehingga memunculkan rasa kepercayaan bagi pelanggan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat berdampak pada keputusan pembelian pada perusahaan PT. Pegadaian Kantor Area Madiun. Berdasarkan latar belakang dan fenomena gab tersebut maka penulis ingin meneliti permasalahan tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian Dan Pendekatan Penelitian

Menurut (M. Lestari, 2020) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. (Sugiyono, 2019) menyatakan Kendati bervariasi, pendekatan penelitian dapat dikelompokkan ke dalam dua bagian besar, yakni pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Penelitian kualitatif menekankan pada pembangunan naratif atau deskripsi tekstual atas fenomena yang diteliti.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini Dilakukan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun beralamat di Jl. Cokroaminoto No.45, Kejuron, Kec. Taman, Kota Madiun, Jawa Timur 63132. Adapun juga alasan memilih lokasi penelitian tersebut, yaitu saya sebagai penulis adalah pegawai di perusahaan tersebut sehingga saya menetapkan penelitian ini di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun sebagai lokasi penelitian.

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas *obyek/subyek* yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan Catur et al., (2018). Populasi dalam penelitian ini yaitu para pelanggan yang datang melakukan transaksi pembelian produk di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun. Menurut (Sugiyono, 2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) dan ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah kisaran 30 sampai dengan 500. Maka dari itu dalam penelitian ini menggunakan sampel sebesar 100 pelanggan yang ada di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun dikarenakan secara empiris sampel yang sudah peneliti tentukan berdasarkan kriteria yang sudah peneliti tentukan terlebih dahulu dan sudah ditetapkan sesuai dengan karakteristik pelanggan tersebut. Dan Alasan mengapa peneliti memilih sampel sebanyak 100 responden secara empiris dikarenakan dari 100 pelanggan tersebut merupakan pelanggan tetap yang sering kali bertransaksi dan sering datang untuk melakukan pembelian produk dalam kurun waktu 1(satu) minggu sekali di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam teknik penarikan sampel terdapat dua teknik penarikan sampel yang dapat digunakan yaitu *Probability sampling* dan *Non Probability Sampling* (Fauzan & Rohman, 2020). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria atau pertimbangan tertentu dari populasi yaitu yang telah memenuhi syarat. Adapun Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut :

1. Pelanggan Warga Negara Indonesia.
2. Pelanggan yang sudah dewasa dan sering datang dalam 1 (satu) minggu sekali untuk membeli produk di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
3. Pelanggan tetap yang sering melakukan investasi produk dan membeli produk-produk yang dimiliki oleh PT. Pegadaian Kantor Area Madiun

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dan menggunakan Kuisioner yang disebar di PT. Pegadaian Cabang Madiun dan menggunakan Penelitian Kepustakaan. Dalam penelitian yang dilakukan ini hanya menggunakan empat tingkatan skala *Likert* karena kebanyakan responden di Indonesia cenderung memilih netral atau ragu-ragu dan menghindari hasil penelitian yang tak lazim. Berikut skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut: Setiap poin jawaban memiliki skor yang berbeda-beda, yaitu: untuk jawaban STS memiliki skor 1, jawaban TS memiliki skor 2, jawaban KS memiliki skor 3, jawaban S memiliki skor 4, dan jawaban SS memiliki skor 5. Metode ini digunakan agar peneliti dapat mengetahui dan memiliki data mengenai penilaian yang diberikan kepada responden untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulan.

Metode Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis pemodelan persamaan struktural *SmartPLS (Partial Least Square)*. Melalui pendekatan *SmartPLS* Versi 4.00 (berbasis varian), diasumsikan bahwa semua varian yang dihitung merupakan varian yang berguna untuk penjelasan. Pendekatan pendugaan variabel laten dalam *SmartPLS (Partial Least Square)* adalah sebagai kombinasi linier dari indikator, sehingga mampu menghindarkan masalah *indeterminacy* dan menghasilkan skor komponen yang tepat.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian :

Tabel 1 :

Bootstraping (direct effects)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KUALITAS PRODUK (X1) -> KEPUASAN PELANGGAN (Y1)	-0,057	-0,054	0,096	0,591	0,555
KUALITAS PRODUK (X1) -> KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y2)	0,441	0,454	0,141	3,124	0,002
KEPERCAAN PELANGGAN (X2) -> KEPUASAN PELANGGAN (Y1)	0,635	0,635	0,092	6,883	0,000
KEPERCAAN PELANGGAN (X2) -> KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y2)	0,268	0,261	0,147	1,825	0,068
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y2->	0,386	0,384	0,082	4,703	0,000

KEPUASAN PELANGGAN (Y1)					
----------------------------	--	--	--	--	--

Sumber : Data Dikelola *Smart PLS* Ver 4.0, (2024)

Interpretasi Data Hasil Penelitian :

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Secara Langsung Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1), dengan nilai koefisien parameter 0.057 (Satuan Negatif). Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $0.591 < 1,96$ dan nilai *p-value* $0.555 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) pada sampel penelitian ini, sehingga H1 yang menyatakan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) dan Hipotesis Penelitian berarti ditolak (Tidak didukung).
2. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Secara Langsung Terhadap Keputusan Pembelian (Y2). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Terhadap Keputusan Pembelian (Y2), dengan nilai koefisien parameter 0.441. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $3.124 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.002 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2) pada sampel penelitian ini, sehingga H2 yang menyatakan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y2) dan Hipotesis Penelitian berarti diterima (didukung).
3. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan (X2) Secara Langsung Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa Kepercayaan Pelanggan (X2) memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) dengan nilai koefisien parameter 0.635. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $6.883 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Pelanggan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) pada sampel penelitian ini, sehingga H3 yang menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan

Pelanggan (Y1) dan Hipotesis Penelitian berarti diterima (didukung).

4. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan (X2) Secara Langsung Terhadap Keputusan Pembelian (Y2). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa Kepercayaan Pelanggan (X2) memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2), dengan nilai koefisien parameter 0.268. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.825 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.068 > 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Pelanggan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2) pada sampel penelitian ini, sehingga H4 yang menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y2) dan Hipotesis Penelitian berarti diterima (didukung).
5. Pengaruh Keputusan Pembelian (Y2) Secara Langsung Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa Keputusan Pembelian (Y2) memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1), dengan nilai koefisien parameter 0.386. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $4.703 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian (Y2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) pada sampel penelitian ini, sehingga H5 yang menyatakan bahwa Keputusan Pembelian (Y2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1) dan Hipotesis Penelitian berarti diterima (didukung).

Tabel 2 :

Bootstraping (indirect effects)

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KEPERCAYAAN PELANGGAN (X2) -> KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y2)-> KEPUASAN PELANGGAN (Y1)	0,103	0,099	0,059	1,749	0,080
KUALITAS PRODUK (X1) -> KEPUTUSAN	0,170	0,175	0,069	2,481	0,013

PEMBELIAN (Y2)-> KEPUASAN PELANGGAN (Y1)					
--	--	--	--	--	--

Sumber : Data Dikelola *Smart PLS* Ver 4.0, (2024)

Interpretasi Data Hasil Penelitian :

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Secara Tidak Langsung Terhadap Keputusan Pembelian (Y2) Melalui Kepuasan Pelanggan (Y1). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa Kualitas Produk (X1) memiliki nilai tidak berpengaruh secara signifikan Terhadap Keputusan Pembelian (Y2) Melalui Kepuasan Pelanggan (Y1), dengan nilai koefisien parameter 0.103. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.749 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.080 > 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian (Y2) tidak berpengaruh signifikan melalui Kepuasan Pelanggan (Y2) pada sampel penelitian ini, sehingga H6 yang menyatakan bahwa Kualitas Produk (X1) secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian (Y2) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) dan Hipotesis Penelitian berarti ditolak (tidak didukung).
2. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan (X2) Secara Tidak Langsung Terhadap Keputusan Pembelian (Y2) Melalui Kepuasan Pelanggan (Y1). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa Kepercayaan Pelanggan (X2) memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1), dengan nilai koefisien parameter 0.170. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $2.481 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.013 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Pelanggan (X2) Secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian (Y2) berpengaruh signifikan melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) pada sampel penelitian ini, sehingga H7 yang menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan (X2) secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian (Y2) melalui Kepuasan Pelanggan (Y1) dan Hipotesis Penelitian berarti diterima (didukung).

Pembahasan Penelitian :

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian yang diperoleh dari *t-statistics* dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai signifikansi sebesar $0.555 > 0.05$ dan koefisien bernilai 0.057 (satuan negatif), maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut (Lesmana, 2017) dan (Ibrahim & Thawil, 2019) “Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan

fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. (Muhamad Pauzy & Riksa Wibawa, 2023) Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal". Kualitas suatu produk menjadi salah satu faktor keunggulan yang kompetitif, (Afnina & Hastuti, 2018) menjelaskan kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). (Putri et al., 2020) kepuasan pelanggan merupakan salah satu alat ukur untuk melihat daya saing suatu perusahaan. Ervianah, (2020) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan kepuasan pelanggannya karena makin tinggi kepuasan pelanggan, berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu Izzuddin & Muhsin, (2020) yang menyatakan dimana kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini berarti semakin baik kualitas produk yang diberikan belum tentu bisa membuat pelanggan merasa puas. Setiap perusahaan harus mampu memperhatikan faktor-faktor utama yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen seperti misal tingkat Kualitas Produk maupun harga yang harus dikorbankan untuk mendapatkan produk tersebut. Dengan demikian kualitas produk berpengaruh namun tidak signifikan dalam terbentuknya kepuasan konsumen. Artinya Kepuasan Pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun tidak semata-mata karena kualitas produk yang tinggi saja tetapi menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian yang diperoleh dari *t-statistics* dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk bisa berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dengan nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$ dan koefisien bernilai 0.441, maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. (Muhamad Pauzy & Riksa Wibawa, 2023) Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal". Kualitas suatu produk menjadi salah satu faktor keunggulan yang kompetitif, (Afnina & Hastuti, 2018) menjelaskan kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Menurut (Arif & Chintya, 2023) mengemukakan bahwa "Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian". "Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, dan *process*" (Ainur et al., 2019)

Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu Nisa, (2020) menyebutkan kualitas produk adalah “kemampuan perusahaan untuk memberi identitas atau ciri pada setiap produk sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut.” Adapun indikator Kualitas Produk yakni Kinerja Kualitas Produk, Daya Tahan, Kesesuaian Produk dan Kualitas yang dirasakan. Dengan demikian semakin tinggi Kualitas Produk yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Kantor Area Madiun, maka akan semakin tinggi pula tingkat Keputusan Pembelian oleh pelanggan terhadap produk atau jasa gadai PT. Pegadaian Kantor Area Madiun. Demikian juga sebaliknya apabila Kualitas Produk tidak sesuai yang diharapkan maka Keputusan Pembelian akan mengalami penurunan pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.

Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian yang diperoleh dari *t-statistics* dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan Pelanggan bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan koefisien bernilai 0.635, maka dapat disimpulkan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut (Saputro et al., 2024) menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Ada tiga faktor penting yang dapat mengembangkan kepercayaan, komitmen dan kerjasama barang atau jasa yang efektif dalam pemasaran relasional yaitu *economic content*, *resource content*, dan *social content*. Faktor sosial ini merupakan hal mendasar bagi kesuksesan pemasaran relasional dan dapat membantu mengembangkan kepercayaan dan komitmen ketika tingkat persaingan tinggi dan produk atau jasa perusahaan kurang dapat dibedakan dengan pesaing juga menemukan bahwa hubungan *customer employee*, konsep yang berhubungan dengan social benefit, secara signifikan berhubungan dengan kepuasan terhadap penyedia jasa. (Faozi & Handayani, 2019) berpendapat ketika pelanggan mempercayai sebuah perusahaan, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga kepada perusahaan tersebut. (Saputro et al., 2024) Pemasaran yang efektif dan efisien. Dalam mendapatkan strategi pemasaran yang tepat maka diperlukan suatu riset untuk mengetahui perilaku pelanggan, tingkat kualitas layanan yang sudah ada sekarang, tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang diproduksi perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu A. N. Cahyono, (2019) Kepercayaan Pelanggan didefinisikan sebagai suatu harapan pelanggan bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Kepercayaan Pelanggan terhadap penyedia jasa akan meningkatkan nilai hubungan yang terjalin dengan penyedia jasa sehingga pelanggan merasa puas dengan demikian Kepercayaan Pelanggan pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya semakin baik Kepercayaan Pelanggan yang menggunakan produk atau jasa gadai pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun menunjukkan semakin meningkatnya Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian yang diperoleh dari *t-statistics* dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan pelanggan bisa berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai signifikansi sebesar $0.068 < 0.05$ dan koefisien bernilai 0.268, maka dapat disimpulkan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut (Saputro et al., 2024) menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Ada tiga faktor penting yang dapat mengembangkan kepercayaan, komitmen dan kerjasama barang atau jasa yang efektif dalam pemasaran relasional yaitu *economic content*, *resource content*, dan *social content*. Faktor sosial ini merupakan hal mendasar bagi kesuksesan pemasaran relasional dan dapat membantu mengembangkan kepercayaan dan komitmen ketika tingkat persaingan tinggi dan produk atau jasa perusahaan kurang dapat dibedakan dengan pesaing juga menemukan bahwa hubungan *customer employee*, konsep yang berhubungan dengan social benefit, secara signifikan berhubungan dengan kepuasan terhadap penyedia jasa. Menurut (Arif & Chintya, 2023) mengemukakan bahwa “Keputusan Pembelian adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian”. “Keputusan Pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, dan *process*” (Ainur et al., 2019) Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu Siska Permata, (2017) agar Keputusan Pembelian pelanggan bisa lebih meningkat maka harus lebih meningkatkan lagi Kepercayaan Konsumen seperti kehandalan, kejujuran, kepedulian dan memiliki kredibilitas. Dengan demikian Kepercayaan Pelanggan pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya semakin baik Kepercayaan Pelanggan yang menggunakan produk atau jasa gadai PT. Pegadaian Kantor Area Madiun menunjukkan semakin meningkatnya Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian yang diperoleh dari *t-statistics* dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan koefisien bernilai 0.386, maka dapat disimpulkan keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Arif & Chintya, 2023) mengemukakan bahwa “Keputusan Pembelian adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian”. “Keputusan Pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, dan *process*”. (Muhamad Pauzy & Riksa Wibawa, 2023) Kepuasan Pelanggan adalah evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja *alternative* produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Hasil penelitian ini didukung dengan

penelitian terdahulu menurut Riko Pratama, Susi Hendriani, (2019) menyatakan bahwa tingkat keyakinan pelanggan dalam membuat keputusan pembelian sangat ditentukan oleh pilihan merek (*brand choice's*), produk (*product*), tempat membeli (*outlet* atau *dealer*), ketersediaan barang saat membeli (*time*), dan metode pembayaran (*payment*). Apabila semua hal tersebut terpenuhi, maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan. Dengan demikian Keputusan Pembelian pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya semakin baik keputusan pembelian yang dilakukan pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun menunjukkan semakin meningkatnya Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian yang diperoleh dari *t-statistics* dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk bisa berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan. Dengan nilai signifikansi sebesar $0.080 > 0.05$ dan koefisien bernilai 0.103, maka dapat disimpulkan Kualitas Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan. (Pramudita et al., 2022) Kualitas Produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. (Rustawati et al., 2022) Keputusan Pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. (Apri, 2023) Kepuasan Pelanggan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu menurut Paludi & Nurchorimah, (2021) menyebutkan keputusan pembelian merupakan jalur untuk mencapai Kepuasan Pelanggan pada pengaruh Kualitas Produk. Sehingga Kepuasan Pelanggan didapatkan dengan cara meningkatkan Kualitas Produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan dampaknya akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian secara tidak langsung Kualitas Produk berpengaruh namun tidak signifikan dalam terbentuknya keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan. Artinya dalam memperoleh Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pembelian di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun tidak semata-mata karena Kualitas Produk yang tinggi

Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian yang diperoleh dari *t-statistics* dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan Pelanggan bisa berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan. Dengan nilai signifikansi sebesar $0.013 < 0.05$ dan koefisien bernilai 0.170, maka dapat disimpulkan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan. (Hendayana & Sari, 2021) Kepercayaan Pelanggan merupakan semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan

tentang objek, atribut, dan manfaatnya. (Rustawati et al., 2022) Keputusan Pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan Keputusan Pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. (Apri, 2023) Kepuasan Pelanggan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu (calvina octavia, 2021) menyatakan secara umum, kepercayaan pelanggan adalah tiang dari bisnis, dimana membangun dan menciptakan pelanggan merupakan salah satu faktor yang paling penting bagi keberhasilan penjualan suatu produk yang akan dibeli pelanggan, sehingga kepercayaan pelanggan membuktikan bahwa produk tersebut layak untuk dipasarkan sehingga memenuhi kepuasan pelanggan. Dengan demikian secara tidak langsung Kepercayaan Pelanggan yang diberikan pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui kepuasan pelanggan. Artinya Kepercayaan Pelanggan yang baik pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun di mata pelanggan maka Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan akan semakin baik pula. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Pelanggan pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun sangat baik dalam memberikan pelayanan secara menyeluruh sehingga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.

KESIMPULAN

1. Kualitas Produk pada indikator X1.1 menyatakan bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju 0 responden menjawab tidak setuju, 80 responden menjawab setuju dan 20 responden menjawab sangat setuju. Variabel Kualitas Produk pada indikator X1.2 menyatakan bahwa 69 responden menjawab setuju, 31 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Kepercayaan Pelanggan pada indikator X2.1 menyatakan bahwa 31 responden menjawab setuju, 69 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Kepercayaan Pelanggan pada indikator X2.2 menyatakan bahwa 38 responden menjawab setuju, 62 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Kepuasan Pelanggan pada indikator Y1.1 menyatakan bahwa 40 responden menjawab setuju, 60 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab sangat tidak setuju dan 0 responden menjawab tidak setuju. Kepuasan Pelanggan pada indikator Y1.2 menyatakan bahwa 28 responden menjawab setuju, 72 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Variabel Kepuasan Pelanggan pada indikator Y1.3 menyatakan bahwa 69 responden menjawab setuju, 31 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Keputusan Pembelian pada indikator Y2.1 menyatakan

bahwa 42 responden menjawab setuju, 55 responden menjawab sangat setuju, 5 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Variabel Keputusan Pembelian pada indikator Y2.2 menyatakan bahwa 33 responden menjawab setuju, 67 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Variabel Keputusan Pembelian pada indikator Y2.3 menyatakan bahwa 24 responden menjawab setuju, 76 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Kesimpulannya maka Deskripsi variabel kualitas produk (X_1) sebagian besar responden dari PT. Pegadaian Kantor Area Madiun mempunyai persepsi baik. Pada variabel kepercayaan pelanggan (X_2) sebagian besar responden mempunyai persepsi baik. Sementara variabel kepuasan pelanggan (Y_1) sebagian besar responden mempunyai persepsi baik Dan variabel keputusan pembelian (Y_2) sebagian besar responden mempunyai persepsi baik.

2. Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun
3. Kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
4. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
5. Kepercayaan pelanggan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
6. Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
7. Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
8. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

Bagi PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.

Kualitas produk dan kepercayaan pelanggan yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan, dan tentunya hal tersebut dapat memberi keuntungan pada PT. Pegadaian Kantor Area Madiun sehingga dapat menarik daya tarik pelanggan. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini PT. Pegadaian Kantor Area Madiun harus membenahi dan meningkatkan kualitas pada produk atau jasa gadai yang akan diberikan pada pelanggan agar dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA :

- Hasibuan, D. (2019). Pengaruh Kompensasi dan Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan PT. Herfinta Aek Batu Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 6(1), 9-15.
- Leatemia, S. Y. (2018). Pengaruh Pelatihan dan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja Pegawai (Studi pada Kantor Badan Pusat Statistik di Maluku). *Manis: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1-10.
- Meithiana, I., & Ansory, H. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Indomedia Pustaka.
- Pradipta, P. S. A., & Suwandana, I. G. M. (2019). Pengaruh Kompensasi, Kepuasan Kerja dan Pengembangan Karir Terhadap Retensi Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(4), 2409-2437.
- Rachman, Mohammad Munir. 2018. *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Adi Buana University Press.
- Rachman, Mohammad Munir. 2019. *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Aplikasi Komputer Statistik.
- Suryani, N. L., & Hastono, H. (2020). Pengaruh Kompensasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Mitra Agung Persada di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 3(3), 322-332.
- Theodore, A., & Lilyana, B. (2017). Pengaruh Kompensasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 3(1), 1-13.

MODEL VARIABEL KOMITMEN ORGANISASI, TRANSFORMASI KEPEMIMPINAN DAN KOMPETENSI PEGAWAI TERHADAP KINERJA PEGAWAI MELALUI KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Alvin Krisnawan¹, Lutfi Wihanarko²

Email correspondence: alvin.krisnawan@pegadaian.co.id

Program Pascasarjana Program Magister Manajemen, Universitas Wijaya Putra
Surabaya , Indonesia

ABSTRACT

This research is entitled The Effect of Organizational Commitment, Leadership Transformation and Employee Competence on Employee Performance through Job Satisfaction at the PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan. The purpose of this study is to find out and analyze the Effect of Organizational Commitment, Leadership Transformation and Employee Competence on Employee Performance through Job Satisfaction at the PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan. The research method used is a type of explanatory research and quantitative research approach with a population and a sample of 100 respondents in employees of the PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan. The sampling technique uses saturated samples and the research instrument uses a likert scale and data analysis using validity tests, reliability tests and analysis methods using Partial Least Square (PLS). It is hoped that the results of the study will contribute to improving employee performance and job satisfaction in employees of the PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan. The results of the study that organizational commitment does not have a direct and significant effect on job satisfaction, leadership transformation does not have a direct and significant effect on job satisfaction, employee competence has a direct and significant effect on job satisfaction, organizational commitment has a direct and significant effect on employee performance, leadership transformation does not have a direct and significant effect on employee performance, Employee Competence has a direct effect on employee performance, Job satisfaction has a direct effect on employee performance, Organizational commitment does not have an indirect and significant effect on employee performance through job satisfaction, Leadership transformation does not have an indirect and significant effect on employee performance through job satisfaction, Employee competence has an indirect and significant effect on employee performance through job satisfaction.

Keywords: Organizational Commitment, Leadership Transformation and Employee Competence, Employee Performance, Job Satisfaction

PENDAHULUAN

Research Gap dalam penelitian ini antara lain (Sulkifli Ar & Dirwan, 2020) hasil penelitian terdahulu menghasilkan latar belakang pendidikan tidak berpengaruh terhadap kinerja, sedangkan kemampuan kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Kolaka. Selanjutnya penelitian terdahulu dari (Yani et al., 2021) hasil penelitiannya adalah ada pengaruh signifikan kepemimpinan transformasional terhadap motivasi karyawan dan ada pengaruh secara signifikan kepemimpinan transformasional terhadap kinerja karyawan. Selanjutnya penelitian terdahulu dari (Mardiyana et al., 2019) menghasilkan temuan menunjukkan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Kepuasan kerja dan komitmen organisasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Fenomena gap yang terjadi pada penelitian ini adalah hal yang paling mencolok dari adanya kebijakan tersebut adalah mutasi pegawai dinas terkait secara besar-besaran. Sejauh mana efektivitas kebijakan tersebut berimbas pada kinerja pegawai, kepuasan pegawai, peningkatan kompetensi pada kualitas layanan publik dan kepuasan masyarakat atas kinerja jajaran pegawai di lingkungan Pemerintah Kota Surabaya, menjadi tantangan sekaligus pertarungan integritas Walikota Surabaya. Oleh karena itu peneliti hendak mengungkap Pengaruh Komitmen Organisasi, Transformasi Kepemimpinan Dan Kompetensi Pegawai Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kerja Pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan. Perumusan masalah adalah pengarah tujuan dari sebuah tulisan ilmiah agar fokus terhadap pembahasan hal tertentu. Solusi untuk memudahkan penulis dalam meneliti karena fokus penelitian yang sudah dipersempit, rumusan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya fokus penelitian yang bisa melebar dan tidak sesuai dengan tujuan awal pembuatan. (Sugiyono, 2018).

METODE PENELITIAN

Research Gap dalam penelitian ini antara lain (Sulkifli Ar & Dirwan, 2020) hasil penelitian terdahulu menghasilkan latar belakang pendidikan tidak berpengaruh terhadap kinerja, sedangkan kemampuan kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Kolaka. Selanjutnya penelitian terdahulu dari (Yani et al., 2021) hasil penelitiannya adalah ada pengaruh signifikan kepemimpinan transformasional terhadap motivasi karyawan dan ada pengaruh secara signifikan kepemimpinan transformasional terhadap kinerja karyawan. Selanjutnya penelitian terdahulu dari (Mardiyana et al., 2019) menghasilkan temuan menunjukkan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Kepuasan kerja dan komitmen organisasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Fenomena gap yang terjadi pada penelitian ini adalah hal yang paling mencolok dari adanya kebijakan tersebut adalah mutasi pegawai dinas terkait secara besar-besaran. Sejauh mana efektivitas kebijakan tersebut berimbas pada kinerja

pegawai, kepuasan pegawai, peningkatan kompetensi pada kualitas layanan publik dan kepuasan masyarakat atas kinerja jajaran pegawai di lingkungan Pemerintah Kota Surabaya, menjadi tantangan sekaligus pertarungan integritas Walikota Surabaya. Oleh karena itu peneliti hendak mengungkap Pengaruh Komitmen Organisasi, Transformasi Kepemimpinan Dan Kompetensi Pegawai Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kerja Pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan. Perumusan masalah adalah pengaruh tujuan dari sebuah tulisan ilmiah agar fokus terhadap pembahasan hal tertentu. Solusi untuk memudahkan penulis dalam meneliti karena fokus penelitian yang sudah dipersempit, rumusan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya fokus penelitian yang bisa melebar dan tidak sesuai dengan tujuan awal pembuatan. (Sugiyono, 2018).

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian :

Pengujian hipotesis pada Model Penelitian dengan estimasi koefisien jalur yang dapat dievaluasi berdasarkan nilai *t-statistics*. Estimasi koefisien jalur menunjukkan nilai estimasi yang menggambarkan hubungan antar variabel laten yang diperoleh dengan prosedur *bootstrapping*. Item pengukuran yang digunakan dikatakan signifikan apabila skor/nilai *t-statistics* lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* kurang dari 0,05 pada taraf signifikansi 0,05 (5%) . Sedangkan koefisien parameter menunjukkan arah pengaruh dengan melihat positif atau negatifnya *original sample* sekaligus besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen (Sugiyono, 2018). Berikut adalah tabel *path coefficient* untuk melihat nilai *t-statistic*.

Tabel 1
Path Coefficient Pengujian Secara Langsung (*Direct Effect*)

Pengaruh Total					
	Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Koefisien Interval	Koefisien Interval Bias-Diagnostic	Sampel	Salin ke Clipboard
	Mean	STDEV	T-Values	P-Values	
	Sample Mean (O)	Beta value Sample Co...	Standard Deviant (STDEV)	T-Statistic (O /STDEV)	P-Value
KEPUASAN KERJA (Y1) → KINERJA PEGAWAI (Y2)	0.335	0.323	0.073	4.465	0.000
KOMITMEN ORGANISASI (X1) → KEPUASAN KERJA (Y1)	0.219	0.230	0.132	1.579	0.115
KOMITMEN ORGANISASI (X1) → KINERJA PEGAWAI (Y2)	0.497	0.457	0.077	3.322	0.000
KOMPETENSI PEGAWAI (X2) → KEPUASAN KERJA (Y1)	0.407	0.405	0.170	2.388	0.017
KOMPETENSI PEGAWAI (X2) → KINERJA PEGAWAI (Y2)	0.453	0.425	0.090	4.531	0.000
TRANSFORMASI KEPEMIMPINAN (X3) → KEPUASAN KERJA (Y1)	0.215	0.218	0.173	1.245	0.214
TRANSFORMASI KEPEMIMPINAN (X3) → KINERJA PEGAWAI (Y2)	0.073	0.074	0.064	1.148	0.252

Sumber : Data SEM *SmartPLS* Versi 3.0 Data Dikelola, (2025)

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* pada tabel 1 diatas maka dapat digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Komitmen Organisasi Secara Langsung Terhadap Kepuasan Kerja. Hasil Penelitian menunjukan bahwa pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa komitmen organisasi memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.219. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.579 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.115 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan

secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H1 yang menyatakan bahwa komitmen organisasi tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti ditolak (tidak didukung).

2. Pengaruh Transformasi Kepemimpinan Secara Langsung Terhadap Kepuasan Kerja. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa transformasi kepemimpinan memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.215. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.245 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.214 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H2 yang menyatakan bahwa transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti ditolak (tidak didukung).
3. Pengaruh Kompetensi Pegawai Secara Langsung Terhadap Kepuasan Kerja. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa kompetensi pegawai memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.407. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $2.398 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.017 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi pegawai berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H3 yang menyatakan bahwa kompetensi pegawai berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti diterima (didukung).
4. Pengaruh Komitmen Organisasi Secara Langsung Terhadap Kinerja Pegawai. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa komitmen organisasi memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, dengan nilai koefisien parameter 0.447. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $5.823 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada sampel penelitian ini, sehingga H4 yang menyatakan bahwa komitmen organisasi berpengaruh secara langsung dan

signifikan terhadap kinerja pegawai dan hipotesis penelitian berarti diterima (didukung).

5. Pengaruh Transformasi Kepemimpinan Secara Langsung Terhadap Kinerja Pegawai. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa transformasi kepemimpinan memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai, dengan nilai koefisien parameter 0.073. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.148 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.252 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada sampel penelitian ini, sehingga H5 yang menyatakan bahwa transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai dan hipotesis penelitian berarti ditolak (tidak didukung).
6. Pengaruh Kompetensi Pegawai Secara Langsung Terhadap Kinerja Pegawai. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa kompetensi pegawai memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, dengan nilai koefisien parameter 0.433. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $4.831 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi pegawai berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada sampel penelitian ini, sehingga H6 yang menyatakan bahwa kompetensi pegawai berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai dan hipotesis penelitian berarti diterima (didukung).
7. Pengaruh Kepuasan Kerja Secara Langsung Terhadap Kinerja Pegawai. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa kepuasan kerja memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, dengan nilai koefisien parameter 0.339. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $4.669 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada sampel penelitian ini, sehingga H7 yang menyatakan bahwa kepuasan kerja secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai dan hipotesis penelitian berarti diterima (didukung).

Tabel 2
Path Coefficient Pengujian Secara Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Efek Tidak Langsung Spesifik						
Mean, STDEV, T-Value, P-Value	Koefisien Interval	Koefisien Interval Bias Diperbaiki	Sampel	Sampel	Sampel	Sampel
Mean	STDEV	T-Value	P-Value	Lower Bound	Upper Bound	Format Excel
Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T-Statistic (O/STDEV)	P-Value		
KOMITMEN ORGANISASI (X1) → KEPUASAN KERJA (Y1) → KINERJA PECAWAI (Y2)	0.074	0.074	0.050	1.490	0.137	
TRANSFORMASI KEPEMIMPINAN (X2) → KEPUASAN KERJA (Y1) → KINERJA PECAWAI (Y2)	0.073	0.074	0.054	1.148	0.252	

Sumber : Data SEM SmartPLSVersi3.0 Data Dikelola, (2025)

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* pada tabel 2 diatas maka dapat digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Komitmen Organisasi Secara Tidak Langsung Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kerja. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.17 diatas dapat diketahui bahwa komitmen organisasi memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan Terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.074. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.490 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.0137 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi secara tidak langsung terhadap kinerja pegawai tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan melalui kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H8 yang menyatakan bahwa komitmen organisasi tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti ditolak (tidak didukung).
2. Pengaruh Transformasi Kepemimpinan Secara Tidak Langsung Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kerja. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.17 diatas dapat diketahui bahwa transformasi kepemimpinan memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan Terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.073. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.148 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.252 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa transformasi kepemimpinan secara tidak langsung terhadap kinerja pegawai tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan melalui kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H9 yang menyatakan bahwa transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti ditolak (tidak didukung).

3. Pengaruh Kompetensi Pegawai Secara Tidak Langsung Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kerja. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa kompetensi pegawai memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap Kinerja pegawai melalui kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.138. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $2.365 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.018 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi pegawai berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H10 yang menyatakan bahwa kompetensi pegawai secara berpengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti diterima (didukung).

Diskusi :

Pengaruh Komitmen Organisasi Berpengaruh Secara Langsung Terhadap Kepuasan Kerja.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa komitmen organisasi memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.219. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.579 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.115 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H1 yang menyatakan bahwa komitmen organisasi tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti ditolak (tidak didukung). (Darmin et al., 2022) mendefinisikan komitmen sebagai suatu keadaan dimana seorang individu memihak organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi. Sedangkan (Murgianto et al., 2016) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai derajat dimana karyawan percaya dan mau menerima tujuan-tujuan organisasi dan akan tetap tinggal atau tidak akan meninggalkan organisasinya). (Asbari et al., 2020) kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja. Menurut (Asbari et al., 2020) bahwa kepuasan kerja menjadi masalah yang cukup menarik dan penting, karena terbukti besar manfaatnya bagi kepentingan individu, industri dan masyarakat. Bagi individu, penelitian tentang sebab-sebab dan sumber-sumber kepuasan kerja memungkinkan timbulnya usaha-usaha peningkatan kebahagiaan hidup mereka. (Mardiyana et al., 2019) penelitian dengan judul pengaruh kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Kepuasan kerja dan komitmen organisasi secara bersama-sama

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Secara empiris dari hasil penelitian ini pimpinan kantor sangat memperhatikan tingkat komitmen yang dimiliki setiap pegawai dengan cara melakukan pendekatan secara persuasive agar masing-masing pegawai dapat mempertahankan tingkat komitmen yang ada sehingga kepuasan kerja yang dimiliki oleh setiap pegawai di PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan dapat meningkat.

Pengaruh Transformasi Kepemimpinan Berpengaruh Secara Langsung Terhadap Kepuasan Kerja.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa transformasi kepemimpinan memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.215. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.245 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.214 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H2 yang menyatakan bahwa transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti ditolak (tidak didukung). Menurut (Winarso, 2019) tujuan utama dari terjadinya transformasi kepemimpinan adalah untuk meningkatkan kemampuan organisasi dari setiap dan semua orang di dalam organisasi yang pada gilirannya memang biasanya tercermin dalam peningkatan kemampuan organisasi sebagai keseluruhan. (Djaja & Zainurrafiqi, 2021) menyatakan berubah itu adalah memilih tindakan yang berbeda dari sebelumnya, perbedaan itulah yang menghasilkan suatu perubahan. (Asbari et al., 2020) kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja. Menurut (Asbari et al., 2020) bahwa kepuasan kerja menjadi masalah yang cukup menarik dan penting, karena terbukti besar manfaatnya bagi kepentingan individu, industri dan masyarakat. Bagi individu, penelitian tentang sebab-sebab dan sumber-sumber kepuasan kerja memungkinkan timbulnya usaha-usaha peningkatan kebahagiaan hidup mereka. (Wardani et al., 2017) penelitian dengan judul Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kepuasan kerja dan kinerja dengan komitmen organisasi sebagai variabel intervening di Rumah Sakit Sslam Lumajang. (Jurnal Akreditasi shinta 4). Hasil penelitian mengatakan menunjukkan bahwa pada hipotesis pertama yaitu ada pengaruh yang positif antara Gaya kepemimpinan terhadap Komitmen Organisasi. Dengan demikian hasil pengujian variabel gaya kepemimpinan terhadap komitmen organisasi terbukti ada pengaruh positif secara tidak signifikan antara kualitas pelayanan terhadap komitmen organisasi. Secara empiris bahwa transformasi kepemimpinan yang dimiliki setiap pimpinan perlu diperhatikan Kembali dan perlu ditingkatkan dalam kemampuan memimpin organisasi di PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan sehingga tingkat kepuasan kerja dari masing-masing pegawai dapat meningkat pula.

Pengaruh Kompetensi Pegawai Berpengaruh Secara Langsung Terhadap Kepuasan Kerja.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kompetensi pegawai memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.407. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $2.398 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.017 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi pegawai berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H3 yang menyatakan bahwa kompetensi pegawai berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti diterima (didukung). (Sundusiah, Irwansyah, 2019) mengemukakan bahwa kompetensi kerja adalah kapasitas seseorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan (Putri Pradityana Evanda, 2018). Kompetensi pegawai adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral Pegawai sesuai dengan kebutuhan pekerjaan, jabatan melalui pendidikan dan latihan. Selanjutnya (Ramadhanu et al., 2021) kompetensi pegawai mendefinisikan bahwa “*a Competency is an underlying characteristic of a person, which enable s them to deliver superior performance in a given job, role or situation*”. Artinya bahwa kompetensi adalah ciri dasar seseorang, yang memungkinkan mereka menghasilkan kinerja superior dalam pekerjaan, peran atau situasi”. Menurut (Asbari et al., 2020) bahwa kepuasan kerja menjadi masalah yang cukup menarik dan penting, karena terbukti besar manfaatnya bagi kepentingan individu, industri dan masyarakat. Bagi individu, penelitian tentang sebab-sebab dan sumber-sumber kepuasan kerja memungkinkan timbulnya usaha-usaha peningkatan kebahagiaan hidup mereka. (Murgianto et al., 2016) penelitian dengan judul *the effects of commitment, competence, work satisfaction on motivation, and performance of employees at integrated service office of east java*. Pada *International Journal of Advanced Research*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah dilaksanakan pelayanan terpadu satu pintu telah terjadi peningkatan kinerja pegawai karena dengan motivasi kerja sebagian memediasi pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai. Variabel dominan dalam mempengaruhi motivasi karyawan adalah komitmen, selanjutnya kompetensi dan kepuasan kerja. Secara empiris hasil penelitian menunjukan bahwa kompetensi dapat berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan kerja. Dan dari hasil penelitian ini yang perlu diperhatikan bahwa pimpinan dapat mengevaluasi setiap semester untuk mengetahui kompetensi yang dimiliki oleh masing-masing pegawai PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan kerja dengan baik. Variabel dominan dalam mempengaruhi kinerja karyawan adalah motivasi, setelah itu kepuasan, komitmen, dan kompetensi. Variabel dominan dalam mempengaruhi kinerja karyawan adalah motivasi, kemudian kepuasan, komitmen, dan kompetensi. Secara umum dapat disimpulkan bahwa komitmen, kompetensi, dan kepuasan kerja masing-masing berpengaruh signifikan terhadap motivasi karyawan yang bekerja di PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan. Komitmen, kompetensi dan kepuasan kerja masing-masing juga berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan, diterima kebenarannya. Sementara itu, motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan.

Pengaruh Komitmen Organisasi Berpengaruh Secara Langsung Terhadap Kinerja Pegawai.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa komitmen organisasi memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, dengan nilai koefisien parameter 0.447. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $5.823 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada sampel penelitian ini, sehingga H4 yang menyatakan bahwa komitmen organisasi berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai dan hipotesis penelitian berarti diterima (didukung). (Murgianto et al., 2016) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai derajat dimana karyawan percaya dan mau menerima tujuan-tujuan organisasi dan akan tetap tinggal atau tidak akan meninggalkan organisasinya). Menurut (Fitriano et al., 2020) Kinerja Pegawai merupakan hasil kerja yang dapat dicapai seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Armstrong dan Baron dalam (Sari et al., 2017) menyatakan Kinerja Pegawai merupakan hasil perkerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, Kepuasan Kerja, dan memberikan kontribusi ekonomi. (Mardiyana et al., 2019) penelitian dengan judul pengaruh kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Kepuasan kerja dan komitmen organisasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Secara empiris dari hasil penelitian bahwa semakin tinggi komitmen organisasi dapat meningkatkan pula kinerja pegawai, saat ini dilapangan komitmen organisasi sangatlah dibutuhkan dikarenakan dapat menjadi acuan semua pegawai dalam melakukan aktivitasnya dan pimpinan di PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan dapat konsisten untuk mempertahankan komitmen organisasi agar dapat tercapai *outcome* yang diharapkan yaitu kinerja pegawai semakin meningkat.

Pengaruh Transformasi Kepemimpinan Berpengaruh Secara Langsung Terhadap Kinerja Pegawai.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa transformasi kepemimpinan memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kinerja pegawai, dengan nilai koefisien parameter 0.073. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.148 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.252 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada sampel penelitian ini, sehingga H5 yang menyatakan bahwa transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai dan hipotesis penelitian berarti

ditolak (tidak didukung). Menurut (Winarso, 2019) tujuan utama dari terjadinya perubahan adalah untuk meningkatkan kemampuan organisasi dari setiap dan semua orang di dalam organisasi yang pada gilirannya memang biasanya tercermin dalam peningkatan kemampuan organisasi sebagai keseluruhan. Amstrong dan Baron dalam (Sari et al., 2017) menyatakan Kinerja Pegawai merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, Kepuasan Kerja, dan memberikan kontribusi ekonomi. (Ferry Muliadi Manalu, 2020) hasil penelitian dapat diketahui bahwa gaya kepemimpinan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan dengan koefisien regresi sebesar nilai t hitung $-1,393 < t$ table $1,678$ dan tingkat signifikan $0,170 > 0,05$, motivasi kerja tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai t hitung $0,596 < t$ table $1,678$ dan tingkat signifikan $0,554 > 0,05$, kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai t hitung $2,307 > t$ table $1,678$ dan tingkat signifikan $0,025 < 0,05$, stres kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai dengan nilai t hitung $4,606 > t$ table $1,678$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, hasil pengujian F hitung $8,242 > F$ table $2,81$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka hal ini mengindikasikan bahwa antara keempat variabel yang diteliti yaitu gaya kepemimpinan, motivasi kerja, kompensasi dan stress kerja berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan. Secara empiris bahwa transformasi kepemimpinan yang dimiliki oleh pimpinan PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan dapat ditingkatkan lagi sehingga dapat mempengaruhi kinerja pegawai.

Pengaruh Kompetensi Pegawai Berpengaruh Secara Langsung Terhadap Kinerja Pegawai.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kompetensi pegawai memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, dengan nilai koefisien parameter 0.433 . Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $4.831 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi pegawai berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada sampel penelitian ini, sehingga H_6 yang menyatakan bahwa kompetensi pegawai berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai dan hipotesis penelitian berarti diterima (didukung). (Sundusiah, Irwansyah, 2019) mengemukakan bahwa kompetensi pegawai adalah kapasitas seseorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan (Putri Pradityana Evanda, 2018). Kompetensi pegawai adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral Pegawai sesuai dengan kebutuhan pekerjaan, jabatan melalui pendidikan dan latihan. Amstrong dan Baron dalam (Sari et al., 2017) menyatakan kinerja pegawai merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, Kepuasan Kerja, dan memberikan kontribusi ekonomi. (Noor & Limakrisna, 2019) penelitian dengan judul *The Model of Workload and Competence, and Employee Performance*. Hasil penelitian Beban Kerja dan Kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai di Dinas Pangan dan Peternakan Provinsi Jawa Barat secara serentak dan parsial. Tetapi sebagian Kompetensi dominan mempengaruhi kinerja

karyawan daripada Beban Kerja. Karena Kinerja Kompetensi yang lebih dominan, maka prioritas dalam meningkatkan kinerja. Oleh karena itu, Dinas Pangan dan Peternakan Provinsi Jawa Barat disarankan untuk meningkatkan potensi kompetensi yang ada setiap pegawai, agar dapat bekerja lebih profesional Kinerja Pegawai di Dinas Pangan dan Peternakan Provinsi Jawa Barat saat ini dinilai baik. Beban Kerja dan Kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai di Dinas Pangan dan Peternakan Provinsi Jawa Barat secara serentak dan parsial. Tetapi sebagian Kompetensi dominan mempengaruhi kinerja karyawan daripada Beban Kerja. Karena Kinerja Kompetensi yang lebih dominan, maka prioritas dalam meningkatkan kinerja. Secara empiris semakin tinggi kompetensi organisasi yang dimiliki semakin tinggi pula kinerja pegawai, saat ini memang setuju dengan hasil penelitian ini dikarenakan kompetensi organisasi sangatlah di perhatikan oleh pimpinan PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan sehingga dapat meningkatkan kinerja pegawai.

Pengaruh Kepuasan Kerja Berpengaruh Secara Langsung Terhadap Kinerja Pegawai.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan kerja memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, dengan nilai koefisien parameter 0.339. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $4.669 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada sampel penelitian ini, sehingga H7 yang menyatakan bahwa kepuasan kerja secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai dan hipotesis penelitian berarti diterima (didukung). Menurut (Asbari et al., 2020) bahwa kepuasan kerja menjadi masalah yang cukup menarik dan penting, karena terbukti besar manfaatnya bagi kepentingan individu, industri dan masyarakat. Bagi individu, penelitian tentang sebab-sebab dan sumber-sumber kepuasan kerja memungkinkan timbulnya usaha-usaha peningkatan kebahagiaan hidup mereka. Armstrong dan Baron dalam (Sari et al., 2017) menyatakan Kinerja Pegawai merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, Kepuasan Kerja, dan memberikan kontribusi ekonomi. Secara empiris bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan kerja semakin tinggi pula kinerja pegawai dikarenakan saat ini dilihat dari hasil kenyataan lapangan bahwa semakin tinggi kepuasan kerja yang dimiliki oleh masing-masing pegawai di PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan semakin mempengaruhi tingkat kinerja pegawai tersebut.

Pengaruh Komitmen Organisasi Secara Tidak Langsung Berpengaruh Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kerja.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa komitmen organisasi memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan Terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.074. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.490 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.0137 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi secara tidak langsung terhadap kinerja pegawai tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan melalui

kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H8 yang menyatakan bahwa komitmen organisasi tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti ditolak (tidak didukung). (Darmin et al., 2022) mendefinisikan komitmen sebagai suatu keadaan dimana seorang individu memihak organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi. Sedangkan (Murgianto et al., 2016) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai derajat dimana karyawan percaya dan mau menerima tujuan-tujuan organisasi dan akan tetap tinggal atau tidak akan meninggalkan organisasinya). Armstrong dan Baron dalam (Sari et al., 2017) menyatakan Kinerja Pegawai merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, Kepuasan Kerja, dan memberikan kontribusi ekonomi. Menurut (Winarso, 2019) tujuan utama dari terjadinya perubahan adalah untuk meningkatkan kemampuan organisasi dari setiap dan semua orang di dalam organisasi yang pada gilirannya memang biasanya tercermin dalam peningkatan kemampuan organisasi sebagai keseluruhan. Menurut (Asbari et al., 2020) bahwa kepuasan kerja menjadi masalah yang cukup menarik dan penting, karena terbukti besar manfaatnya bagi kepentingan individu, industri dan masyarakat. Bagi individu, penelitian tentang sebab-sebab dan sumber-sumber kepuasan kerja memungkinkan timbulnya usaha-usaha peningkatan kebahagiaan hidup mereka. (Mardiyana et al., 2019) penelitian dengan judul pengaruh kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia. Vol.9 No.2, Desember 2019 (pp.100-113). (Jurnal Akreditasi shinta 2). Hasil penelitian menunjukkan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Kepuasan kerja dan komitmen organisasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Secara empiris bahwa dilapangan semakin tinggi komitmen organisasi semakin tidak mempengaruhi kinerja pegawai dikarenakan banyak hal antara lain ketidakkosistenan komunikasi yang diberikan ke masing-masing pegawai dan dalam pengambilan keputusan masih belum bisa dikatakan konsisten sehingga kepuasan kerja dari masing-masing pegawai PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan semakin mempengaruhi juga.

Pengaruh Transformasi Kepemimpinan Secara Tidak Langsung Berpengaruh Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kerja.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa transformasi kepemimpinan memiliki nilai pengaruh yang positif dan tidak signifikan Terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.073. Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $1.148 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.252 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa transformasi kepemimpinan secara tidak langsung terhadap kinerja pegawai tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan melalui kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H9 yang menyatakan bahwa transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja dan hipotesis

penelitian berarti ditolak (tidak didukung). Menurut (Winarso, 2019) tujuan utama dari terjadinya perubahan adalah untuk meningkatkan kemampuan organisasi dari setiap dan semua orang di dalam organisasi yang pada gilirannya memang biasanya tercermin dalam peningkatan kemampuan organisasi sebagai keseluruhan. (Djaja & Zainurrafiqi, 2021) menyatakan berubah itu adalah memilih tindakan yang berbeda dari sebelumnya, perbedaan itulah yang menghasilkan suatu perubahan. Amstrong dan Baron dalam (Sari et al., 2017) menyatakan Kinerja Pegawai merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, Kepuasan Kerja, dan memberikan kontribusi ekonomi. Menurut (Winarso, 2019) tujuan utama dari terjadinya perubahan adalah untuk meningkatkan kemampuan organisasi dari setiap dan semua orang di dalam organisasi yang pada gilirannya memang biasanya tercermin dalam peningkatan kemampuan organisasi sebagai keseluruhan. Menurut (Asbari et al., 2020) bahwa kepuasan kerja menjadi masalah yang cukup menarik dan penting, karena terbukti besar manfaatnya bagi kepentingan individu, industri dan masyarakat. (Ferry Muliadi Manalu, 2020) pada Jurnal Equilibria Akreditasi Shinta 3 Volume 7 No. 1 Tahun 2020 ISSN. 2503-1546 penelitian dengan Judul : Pengaruh gaya kepemimpinan, motivasi kerja, kompensasi dan stress kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Rancang Adhya Selaras. hasil penelitian dapat diketahui bahwa gaya kepemimpinan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan dengan koefisien regresi sebesar nilai t hitung $-1,393 < t \text{ table } 1,678$ dan tingkat signifikan $0,170 > 0,05$, motivasi kerja tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai t hitung $0,596 < t \text{ table } 1,678$ dan tingkat signifikan $0,554 > 0,05$, kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai t hitung $2,307 > t \text{ table } 1,678$ dan tingkat signifikan $0,025 < 0,05$, stres kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai dengan nilai t hitung $4,606 > t \text{ table } 1,678$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, hasil pengujian F hitung $8,242 > F \text{ table } 2,81$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka hal ini mengindikasikan bahwa antara keempat variabel yang diteliti yaitu gaya kepemimpinan, motivasi kerja, kompensasi dan stress kerja berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan. Secara empiris bahwa transformasi kepemimpinan yang dimiliki oleh pimpinan masih belum menunjukkan harapan yang pasti sehingga dapat mempengaruhi kinerja pegawai dan semakin menurun pula tingkat kepuasan kerjanya masing-masing pegawai di PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan

Pengaruh Kompetensi Pegawai Secara Tidak Langsung Berpengaruh Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Kepuasan Kerja.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kompetensi pegawai memiliki nilai pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap Kinerja pegawai melalui kepuasan kerja, dengan nilai koefisien parameter 0.138 . Hal ini dapat dilihat dari hasil *path koefisien* yang menunjukkan nilai *t-statistic* sebesar $2.365 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0.018 < 0,05$. Berdasarkan perhitungan secara *statistic* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi pegawai berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja pada sampel penelitian ini, sehingga H_{10} yang menyatakan bahwa kompetensi pegawai secara

berpengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja dan hipotesis penelitian berarti diterima (didukung). (Sundusiah, Irwansyah, 2019) mengemukakan bahwa kompetensi pegawai adalah kapasitas seseorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan (Putri Pradityana Evanda, 2018). Kompetensi pegawai adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral Pegawai sesuai dengan kebutuhan pekerjaan, jabatan melalui pendidikan dan latihan. Armstrong dan Baron dalam (Sari et al., 2017) menyatakan Kinerja Pegawai merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan kerja, dan memberikan kontribusi ekonomi. Menurut (Asbari et al., 2020) bahwa kepuasan kerja menjadi masalah yang cukup menarik dan penting, karena terbukti besar manfaatnya bagi kepentingan individu, industri dan masyarakat. Bagi individu, penelitian tentang sebab-sebab dan sumber-sumber kepuasan kerja memungkinkan timbulnya usaha-usaha peningkatan kebahagiaan hidup mereka. . (Murgianto et al., 2016) penelitian dengan judul *the effects of commitment, competence, work satisfaction on motivation, and performance of employees at integrated service office of east java*. Pada *International Journal of Advanced Research*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah dilaksanakan pelayanan terpadu satu pintu telah terjadi peningkatan kinerja pegawai karena dengan motivasi kerja sebagian memediasi pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai. Variabel dominan dalam mempengaruhi motivasi karyawan adalah komitmen, selanjutnya kompetensi dan kepuasan kerja. Armstrong dan Baron dalam (Sari et al., 2017) menyatakan Kinerja Pegawai merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, Kepuasan Kerja, dan memberikan kontribusi ekonomi. (Noor & Limakrisna, 2019) penelitian dengan judul *The Model of Workload and Competence, and Employee Performance*. Hasil penelitian Beban Kerja dan Kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai di Dinas Pangan dan Peternakan Provinsi Jawa Barat secara serentak dan parsial. Tetapi sebagian Kompetensi dominan mempengaruhi kinerja karyawan daripada Beban Kerja. Karena Kinerja Kompetensi yang lebih dominan, maka prioritas dalam meningkatkan kinerja. Oleh karena itu, Dinas Pangan dan Peternakan Provinsi Jawa Barat disarankan untuk meningkatkan potensi kompetensi yang ada setiap pegawai, agar dapat bekerja lebih profesional Kinerja Pegawai di Dinas Pangan dan Peternakan Provinsi Jawa Barat saat ini dinilai baik. Beban Kerja dan Kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai di Dinas Pangan dan Peternakan Provinsi Jawa Barat secara serentak dan parsial. Tetapi sebagian Kompetensi dominan mempengaruhi kinerja karyawan daripada Beban Kerja. Karena Kinerja Kompetensi yang lebih dominan, maka prioritas dalam meningkatkan kinerja. Secara empiris dilapangan bahwa semakin tinggi kompetensi pegawai yang bagus semakin tinggi pula kinerja pegawai dan akan berdampak pada meningkatnya kepuasan kerja pada masing-masing pegawai di PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan dan dalam hal ini dapat dipertahankan.

KESIMPULAN

1. Variabel Komitmen Organisasi, Transformasi Kepemimpinan, Kompetensi Pegawai, Kepuasan Kerja dan Kinerja Pegawai Pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan semua responden yang menjawab pertanyaan pada masing-

masing variabel yang diberikan oleh peneliti menunjukkan nilai frekuensi yang seimbang pada masing-masing indikator semua variabel yang diteliti. Sehingga dapat memberikan gambaran secara jelas bagaimana keterkaitan variabel Komitmen Organisasi, Transformasi Kepemimpinan, Kompetensi Pegawai, Kepuasan Kerja dan Kinerja Pegawai yang dialami semua pegawai menjadi lebih jelas dari hasil pernyataan atau pertanyaan yang disajikan sehingga semua responden dapat memahami dengan baik dan sesuai dengan harapan masing-masing pegawai PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan

2. Komitmen organisasi tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan
3. Transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan
4. Kompetensi pegawai berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan
5. Komitmen organisasi berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan
6. Transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan
7. Kompetensi Pegawai berpengaruh secara langsung terhadap kinerja pegawai pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan
8. Kepuasan kerja berpengaruh secara langsung terhadap kinerja pegawai pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan
9. Komitmen organisasi tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan
10. Transformasi kepemimpinan tidak berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan
11. Kompetensi pegawai berpengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap kinerja pegawai melalui kepuasan kerja pada PT. Pegadaian Wilayah IV Balikpapan

DAFTAR PUSTAKA :

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Remaja Rosdakarya:Bandung.
- Adam, F., & Kamase, J. (2019). The effect competence and motivation to satisfaction and performance. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 132–140.
- Asbari, M., Bernarto, I., Pramono, R., Purwanto, A., Hidayat, D., Sopa, A., Alamsyah, V. U., Senjaya, P., Fayzhall, M., & Mustofa. (2020). The effect of work-family conflict on job satisfaction and performance: A study of Indonesian female employees. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(3), 6724–6748.

- Badudu J.S dan Zain, S. M. (2018). Filosofi Mempengaruhi alat Kinerja Pegawai. *Jurnal Ilmu Dan Kebudayaan No 5-6 Vol, V, Jakarta.*, 5–6(5), 125–135.
- Darmin, D., Muksin, A., & Yulius, Y. (2022). Importance of Organizational Commitment, Motivation and Incentives in Improving Employee Performance. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 3(2), 289–301. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v3i2.1063>
- Davidescu, A. A. M., Apostu, S. A., Paul, A., & Casuneanu, I. (2020). Work flexibility, job satisfaction, and job performance among romanian employees- Implications for sustainable human resource management. *Sustainability (Switzerland)*, 12(15). <https://doi.org/10.3390/su12156086>
- Djaja, M. H., & Zainurrafiqi, Z. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening (Survey pada Karyawan PT. Marinal Assyarikah: *Journal of Islamic*, 2(1), 1–16. <http://ejournal.idia.ac.id/index.php/Assyarikah/article/view/367>
- Emron. Yohny anwar, I. komariyah. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Estiningsih, E. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Kerja dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja. *Mbia*, 17(2), 47–58. <https://doi.org/10.33557/mbia.v17i2.344>
- Ferdinand, A. 2014. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas. Diponegoro. Semarang.
- Ferry Muliadi Manalu. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Pengaruh Gaya Kerja, Motivasi Stres, D A N Terhadap, Kerja Manajemen, Program Studi Ekonomi, Fakultas Kepulauan, Universitas Riau. *Jurnal Equilibria Universitas Riau*, 7(1), 100–113.
- Fitriano, A., Chandra, R., Gunawan, A., & Sari, I. (2020). *Pengaruh Stres Kerja, Disiplin Kerja dan Komunikasi Kerja Terhadap Kinerja Karywan Pada PT. NATIONAL SUPER*. 14, 81–103.
- Hidayat, A. S. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Dan Turnover Intention. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(1), 51–66. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i1.2516>
- Mardiyana, Sutanto, A., & Abdul Choliq Hidayat. (2019). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 100–113.
- Mudawanah, S. (2019). Determinan Motivasi, Partisipasi Anggaran, dan Komunikasi Terhadap Kinerja Organisasi dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 7(1), 47. <https://doi.org/10.17509/jpak.v7i1.15902>
- Murgianto, Sulasmi, S., & Suhermin. (2016). the Effects of Commitment, Competence, Work Satisfaction on Motivation, and Performance of Employees At Integrated Service Office of East Java. *International Journal of Advanced Research*, 3(February), 378–396. <http://www.journalijar.com>

- Noor, Z. Z., & Limakrisna, N. (2019). The model of workload and competence, and employee performance. *Test Engineering and Management*, 81(11–12), 4322–4330.
- Pangaribuan, D., & Pardomuan Robinson Sihombing. (2022). The Effect of Competence on Employee Performance Mediated on Job Satisfaction (Case Study; Ministry of Finance PPSDM Employee). *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 1(4), 203–211. <https://doi.org/10.33258/economit.v1i4.586>
- Priyatmo, C. L. (2018). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Mediasi Kepuasan Kerja. *Jurnal Ekonomi*, 9(1), 13–21.
- Putri Pradityana Evanda. (2018). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Bagian Produksi UD Medali Mas Kota Kediri). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 61(No. 3), 183–189.
- Ramadhanu, F., Rukmini, & Munawaroh. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Displin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Di Dinas Tanaman Pangan Dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 163–173.
- Sari, I. L., Lengkong, V. P. K., & Sepang, J. L. (2017). the influence of job stress and work environment on employee performance in PT. WENANGCEMERLANG PRESS. *Jurnal EMBA*, 5(3), 4445–4454.
- Solimun, (2017). (2017). *Modul Pelatihan Aplikasi Software Smart PLS dan AMOS, Fakultas MIPA dan Program Pascasarjana, Universitas Brawijaya Malang*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. S.,
- Sulkifli Ar & Dirwan. (2020). *Pengaruh latar belakang kemampuan terhadap kinerja pegawai KCP Bank Muamalat Kolaka*. 2(2019), 169–181. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3672161>
- Sundusiah, Irwansyah, M. N. I. R. (2019). Pengaruh Kemampuan , Motivasi Kerja dan Budaya Kerja terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Muara Teweh. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 8(2).
- Sutiyem, S., Dessy Trismiyanti, Muthia Roza Linda, Riza Yonita, & Suheri, S. (2020). the Impact of Job Satisfaction and Employee Engagement on Organizational Commitment. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2(1), 55–66. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v2i1.597>
- Wardani, D. K., Cahyono, D., & Herlambang, Toni Qomariah, N. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Sakit Islam Lumajang Effect. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*, 7(2), 208–231.
- Winarso, W. (2019). pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan (Studi Kasus: PT Agung Citra Tranformasi). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen* ..., 15(2), 38–49. <http://repository.ubharajaya.ac.id/id/eprint/3235>

Yani, M., Saleh, A. R., Yuniarsih, N., Sunandar, D., Rohmalia, Y., Hubeis, M., & Ramly, A. T. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Transformatif Terhadap Kinerja dan Motivasi Karyawan. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 1(2). <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v1i2.4945>

" Di Balik Cuan Konten: Eksplorasi Strategi Pengelolaan Keuangan oleh Gen Z di Dunia Digital "

Mohamad Afrizal Miradji, Bayuadi, Walbertus Agung Setio Vercelly, Rizky Pratama
Lafizha Putra, Erina Tri Widyastuti, Usmawanti

walbertusvercelly@gmail.com

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Abstrak

Generasi Z, sebagai digital natives, menghadapi dinamika pengelolaan keuangan yang kompleks di era digital. Artikel ini mengeksplorasi strategi keuangan Generasi Z, mencakup penggunaan teknologi seperti aplikasi keuangan digital, tantangan pendapatan fluktuatif, serta pengaruh media sosial terhadap gaya hidup konsumtif. Dengan pendekatan kualitatif yang melibatkan wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus di wilayah Surabaya, penelitian ini menemukan bahwa teknologi digital memberikan kemudahan sekaligus risiko dalam pengelolaan keuangan. Meski literasi keuangan mulai meningkat, tekanan sosial dan kurangnya pemahaman tentang pajak digital menjadi tantangan signifikan. Artikel ini menyoroti pentingnya edukasi keuangan yang relevan dan adaptasi strategi keuangan jangka panjang untuk mendukung stabilitas finansial Generasi Z.

Kata Kunci: Generasi Z, pengelolaan keuangan, teknologi digital, media sosial, literasi keuangan

Abstract

Generation Z, as digital natives, faces complex financial management dynamics in the digital era. This article explores Generation Z's financial strategies, including the use of digital financial applications, challenges with fluctuating incomes, and the influence of social media on consumerist lifestyles. Through qualitative methods involving in-depth interviews and focus group discussions in Surabaya, the study finds that digital technology provides both ease and risk in financial management. Although financial literacy is improving, social pressures and limited understanding of digital taxation pose significant challenges. This article emphasizes the importance of relevant financial education and the adaptation of long-term financial strategies to support Generation Z's financial stability.

Keywords: Generation Z, financial management, digital technology, social media, financial literacy

PENDAHULUAN

Generasi Z, atau yang sering disebut sebagai digital natives, adalah generasi pertama yang tumbuh besar di era digital. Mereka akrab dengan teknologi sejak dini, hidup dalam dunia yang terhubung dengan internet, media sosial, dan berbagai platform digital lainnya. Kemajuan teknologi ini tidak hanya mengubah cara mereka berkomunikasi, tetapi juga membuka peluang baru untuk menghasilkan pendapatan. Dari menjadi kreator konten di media sosial, bekerja

sebagai freelancer, hingga berjualan produk digital, Generasi Z membuktikan bahwa dunia digital adalah ladang subur bagi mereka yang kreatif dan berani mengambil peluang.

Namun, di balik kilau peluang finansial ini, muncul tantangan besar yang sering kali diabaikan: pengelolaan keuangan. Pola pendapatan dari dunia digital sering kali tidak stabil, tergantung pada tren atau algoritma platform yang berubah-ubah. Selain itu, sifat konsumtif yang kerap melekat pada generasi muda, dipadukan dengan gaya hidup serba instan, membuat banyak dari mereka terjebak dalam siklus "cepat kaya, cepat habis." Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting: bagaimana Generasi Z dapat mengelola pendapatan mereka di dunia digital secara bijak untuk memastikan keberlanjutan finansial jangka panjang?

Melalui artikel ini, kita akan menggali lebih dalam strategi pengelolaan keuangan yang diterapkan oleh Generasi Z di dunia digital. Kita akan melihat bagaimana mereka memanfaatkan teknologi untuk mendukung literasi keuangan, mengelola pendapatan yang fluktuatif, dan bahkan berinvestasi untuk masa depan. Pendekatan ini mencakup eksplorasi bagaimana mereka menggabungkan kreativitas, teknologi, dan edukasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, beberapa kreator konten menggunakan aplikasi pengelola keuangan untuk melacak pendapatan mereka, sementara yang lain mulai mempelajari investasi sejak dini, baik melalui aset digital seperti kripto maupun instrumen tradisional seperti reksa dana.

Selain itu, artikel ini akan menyoroti tantangan yang mereka hadapi, seperti tekanan sosial untuk terlihat sukses secara materi di media sosial, yang sering kali mendorong gaya hidup boros. Kita juga akan membahas peran penting edukasi keuangan, baik yang didapatkan secara formal maupun melalui sumber-sumber mandiri di internet, dalam membantu Generasi Z mengambil keputusan finansial yang lebih cerdas. Dengan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana mereka mengelola uang, kita dapat melihat bagaimana pola pikir Gen Z tentang cuan di dunia digital dapat menjadi inspirasi bagi generasi lainnya.

Era digital menawarkan peluang yang besar, tetapi tanpa strategi keuangan yang matang, potensi tersebut bisa menjadi jebakan. Mari kita telusuri lebih jauh apa yang ada di balik cuan konten yang digemari Generasi Z, serta bagaimana mereka menjadikannya bukan hanya sebagai sumber pendapatan sementara, tetapi juga fondasi untuk masa depan yang lebih stabil dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pengelolaan keuangan Generasi Z di era digital, dengan fokus pada konteks lokal di Surabaya dan sekitarnya. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami pengalaman, pola perilaku, dan tantangan keuangan yang dihadapi oleh Generasi Z dalam lingkungan yang semakin terhubung secara digital.

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang perilaku finansial Generasi Z di wilayah Surabaya dan sekitarnya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendalami fenomena sosial yang kompleks, khususnya dalam memahami bagaimana teknologi dan media sosial memengaruhi keputusan keuangan generasi ini.

2. Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian difokuskan pada Surabaya, sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia yang memiliki tingkat penetrasi teknologi digital tinggi, akses terhadap layanan keuangan modern, serta populasi Generasi Z yang signifikan. Beberapa daerah pinggiran Surabaya, seperti Sidoarjo dan Gresik, juga dilibatkan untuk memperkaya variasi data, mengingat perbedaan konteks urban dan semi-urban dapat memengaruhi pola pengelolaan keuangan.

Subjek penelitian adalah individu berusia 18-26 tahun yang lahir dalam rentang waktu yang sesuai dengan kategori Generasi Z. Kriteria utama partisipan meliputi:

- Berdomisili di Surabaya atau daerah sekitarnya.
- Aktif menggunakan teknologi digital untuk transaksi keuangan (misalnya, aplikasi e-wallet, mobile banking, atau platform investasi).
- Memiliki penghasilan sendiri, baik dari pekerjaan tetap, pekerjaan paruh waktu, atau pendapatan berbasis digital seperti kreator konten atau freelancer.

Sebanyak 20 partisipan dipilih melalui teknik purposive sampling. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih partisipan yang sesuai dengan kriteria penelitian, sehingga data yang diperoleh relevan dan mendalam.

3. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan tiga teknik utama: wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus (focus group discussion), dan observasi.

a. Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan yang mencakup:

- Pemahaman subjek tentang literasi keuangan.
- Kebiasaan mereka dalam menggunakan aplikasi digital untuk keuangan.
- Pengalaman mengelola penghasilan dari sumber non-konvensional.
- Tantangan yang mereka hadapi dalam mengatur keuangan.

Setiap wawancara berlangsung selama 45-60 menit dan dilakukan di lokasi yang nyaman bagi partisipan, seperti kafe di Surabaya atau melalui platform daring seperti Zoom. Semua wawancara direkam (dengan izin partisipan) untuk memastikan data terdokumentasi dengan baik.

b. Diskusi Kelompok Terfokus (FGD)

Diskusi kelompok dilakukan untuk menggali pandangan kolektif dan membandingkan pengalaman antar individu. Lima kelompok FGD dibentuk, masing-masing terdiri dari 4-5 partisipan. Diskusi berlangsung di ruang komunitas atau kafe di Surabaya, dengan moderator yang memfasilitasi percakapan tentang:

- Bagaimana teknologi memengaruhi gaya hidup dan pengeluaran.
- Pengaruh media sosial terhadap keputusan keuangan.
- Strategi yang digunakan untuk menabung, berinvestasi, atau mengelola utang.
- Diskusi berlangsung selama 90 menit dan direkam untuk analisis lebih lanjut.

c. Observasi

Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana Generasi Z di Surabaya dan sekitarnya menggunakan aplikasi digital dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti mengamati perilaku belanja daring, penggunaan e-wallet di pusat perbelanjaan, serta interaksi mereka dengan konten keuangan di media sosial. Observasi ini dilakukan selama dua minggu, dengan fokus pada lingkungan urban Surabaya dan beberapa daerah semi-urban di sekitarnya seperti Sidoarjo.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan meliputi panduan wawancara, panduan diskusi kelompok, dan lembar observasi. Instrumen ini disusun berdasarkan tinjauan literatur terkait dan diuji coba sebelumnya pada lima partisipan dari Surabaya untuk memastikan kejelasan dan validitasnya.

5. Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik. Proses analisis meliputi:

- Transkripsi: Semua data wawancara dan FGD ditranskripsi secara verbatim.
- Pengkodean: Kode awal diberikan berdasarkan tema utama, seperti literasi keuangan, pengaruh media sosial, dan pengelolaan penghasilan.
- Klasifikasi Tema: Kode-kode dikelompokkan untuk menemukan pola dan hubungan antar tema.
- Interpretasi: Data dianalisis secara mendalam untuk memahami fenomena yang diamati dalam konteks Surabaya dan sekitarnya.
- Software seperti NVivo digunakan untuk membantu proses pengorganisasian data, memastikan akurasi dan efisiensi dalam pengolahan informasi.

6. Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi metode, triangulasi sumber, dan pengecekan ulang dengan partisipan (member checking). Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil dari wawancara, FGD, dan observasi. Triangulasi sumber melibatkan partisipan dari latar belakang yang berbeda untuk mendapatkan perspektif yang beragam. Member checking dilakukan dengan memberikan ringkasan temuan awal kepada partisipan untuk memastikan data sesuai dengan pengalaman mereka.

7. Etika Penelitian

Penelitian ini mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian. Sebelum pengumpulan data, partisipan diberikan informasi tentang tujuan penelitian, metode yang digunakan, dan hak mereka sebagai subjek penelitian. Partisipan diminta untuk menandatangani formulir persetujuan (informed consent). Identitas mereka dirahasiakan untuk melindungi privasi dan kerahasiaan informasi pribadi.

Dengan pendekatan yang fokus pada wilayah Surabaya dan sekitarnya, metode penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mendalam tentang strategi pengelolaan keuangan Generasi Z di tengah transformasi digital yang pesat.

HASIL DISKUSI

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Surabaya dan sekitarnya, terbentuk pemahaman yang mendalam mengenai dinamika pengelolaan keuangan Generasi Z di era digital. Wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus, dan observasi langsung terhadap partisipan memberikan gambaran yang sangat kaya dan bervariasi tentang bagaimana mereka menghadapi tantangan, memanfaatkan peluang, serta beradaptasi dengan kemajuan teknologi dalam konteks pengelolaan finansial. Bagian ini akan membahas temuan utama terkait literasi keuangan, pengaruh media sosial terhadap keputusan finansial, serta pola konsumsi yang dipengaruhi oleh teknologi digital.

1. Literasi Keuangan: Antara Dasar-Dasar dan Kesadaran Baru

Hasil wawancara menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan Generasi Z di Surabaya memiliki perbedaan yang signifikan tergantung pada latar belakang pendidikan dan akses terhadap informasi finansial. Sebagian partisipan yang memiliki latar belakang pendidikan ekonomi atau bisnis menunjukkan pemahaman yang lebih baik terkait manajemen risiko, alokasi dana, dan pentingnya investasi dibandingkan dengan mereka yang berasal dari jurusan non-ekonomi. Hal menarik yang terungkap adalah bahwa partisipan dari kelompok pertama cenderung menganggap literasi keuangan sebagai "modal wajib" di dunia digital, sedangkan kelompok kedua sering kali memandangnya sebagai "opsi tambahan" yang baru relevan saat mereka merasa menghadapi masalah finansial.

Dalam diskusi kelompok, partisipan secara kolektif mengakui bahwa pemahaman mendalam tentang keuangan masih merupakan tantangan besar,

meskipun informasi tentang hal ini tersedia secara luas di internet. Salah satu alasan utama adalah kesulitan untuk memilah-milah informasi yang relevan di tengah banjirnya konten finansial dari media sosial, YouTube, hingga podcast. Banyak dari mereka merasa terbebani oleh berbagai istilah keuangan teknis seperti compound interest, diversifikasi portofolio, dan debt-to-income ratio yang dianggap "terlalu kompleks." Namun, ada juga yang berbagi pengalaman positif belajar keuangan melalui platform seperti TikTok, di mana edukator finansial menggunakan metode kreatif untuk menjelaskan konsep yang rumit dengan cara yang mudah dipahami.

Beberapa partisipan mengungkapkan bahwa literasi keuangan mereka meningkat signifikan setelah mulai menggunakan aplikasi pengelola keuangan. Aplikasi ini memberikan gambaran jelas tentang pola pengeluaran mereka dan membantu menetapkan anggaran yang realistis. Partisipan dengan kebiasaan menggunakan e-wallet secara rutin mengakui bahwa fitur pelacakan pengeluaran pada aplikasi tersebut sangat bermanfaat, terutama untuk mengurangi pemborosan kecil yang sering kali luput dari perhatian. Sebagai contoh, seorang partisipan menceritakan bagaimana fitur laporan bulanan pada e-wallet menunjukkan bahwa ia menghabiskan hingga 20% dari pendapatannya hanya untuk minuman kopi dari berbagai kafe. Temuan ini menjadi titik balik baginya untuk mulai menetapkan batas anggaran harian yang lebih ketat.

Namun demikian, beberapa partisipan mengaku mengalami kesulitan untuk mengimplementasikan pengetahuan yang mereka pelajari. Meski mereka memahami pentingnya menabung atau berinvestasi, kecenderungan untuk menunda tindakan ini masih sangat kuat. Fenomena ini terutama terlihat di kalangan mereka yang memiliki pendapatan fluktuatif, seperti kreator konten atau pekerja freelance. Mereka sering merasa tidak ada jaminan pendapatan yang cukup untuk mulai berinvestasi, sehingga fokus mereka lebih tertuju pada kebutuhan jangka pendek.

2. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Finansial

Media sosial muncul sebagai salah satu elemen yang paling memengaruhi pola pikir dan kebiasaan finansial Generasi Z. Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi kelompok, ditemukan bahwa media sosial memberikan dampak yang ambivalen—di satu sisi menjadi sumber inspirasi dan edukasi, namun di sisi lain memicu tekanan sosial yang memperburuk perilaku konsumtif.

Sebagian besar partisipan mengaku bahwa mereka mendapatkan banyak informasi tentang peluang finansial, seperti tips menabung, investasi saham, hingga pemanfaatan aset digital seperti cryptocurrency, melalui platform seperti Instagram dan TikTok. Banyak dari mereka mengikuti influencer keuangan yang aktif membagikan konten edukasi. Seorang partisipan mencontohkan bagaimana ia belajar mengenai dollar cost averaging dari video singkat yang diunggah seorang edukator finansial populer di TikTok. Menurutnya, gaya komunikasi yang santai tetapi informatif membuat topik ini terasa lebih menarik dan relevan.

Namun, sisi negatifnya juga cukup dominan. Banyak partisipan yang mengaku bahwa keberadaan media sosial membuat mereka sering kali merasa terdorong untuk membelanjakan uang demi memenuhi standar hidup yang mereka lihat secara online. Fenomena ini selaras dengan konsep "social comparison," di mana partisipan sering membandingkan gaya hidup mereka dengan yang dipamerkan oleh teman atau influencer di media sosial. Beberapa partisipan bahkan secara eksplisit menyebut bahwa "tekanan sosial untuk terlihat sukses" mendorong mereka membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan, seperti gadget terbaru atau pakaian bermerek.

Dalam diskusi kelompok, muncul kesadaran kolektif bahwa media sosial sangat memengaruhi persepsi tentang keberhasilan. Partisipan merasa bahwa ukuran kesuksesan tidak lagi hanya ditentukan oleh prestasi atau pengalaman, tetapi juga oleh kemampuan untuk menunjukkan pencapaian materi seperti liburan ke luar negeri, rumah impian, atau gaya hidup mewah. Salah seorang partisipan berbagi pengalamannya mencoba memenuhi ekspektasi sosial ini dengan membeli ponsel keluaran terbaru menggunakan layanan kredit, meski sebenarnya hal tersebut mengganggu stabilitas keuangannya selama beberapa bulan.

Pola konsumtif ini semakin diperparah oleh teknik pemasaran yang semakin canggih di platform digital. Banyak partisipan merasa sulit untuk menahan godaan dari iklan-iklan yang muncul secara personalisasi di media sosial. Misalnya, algoritma media sosial sering kali menampilkan iklan produk yang "sesuai" dengan preferensi mereka, berdasarkan riwayat pencarian atau kebiasaan mereka berinteraksi dengan konten tertentu. Efeknya, keinginan untuk membeli sering kali muncul secara impulsif tanpa ada pertimbangan matang. Sebagai contoh, salah satu partisipan menceritakan bagaimana ia membeli aksesoris elektronik yang tidak terlalu penting hanya karena tertarik pada desain unik yang muncul dalam iklan di Instagram.

Namun, ada juga partisipan yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mengontrol pengeluaran. Beberapa dari mereka mengikuti akun-akun edukasi keuangan yang memberikan saran praktis tentang bagaimana mengelola keuangan pribadi. Selain itu, partisipan yang aktif berinteraksi di komunitas finansial daring melaporkan bahwa diskusi-diskusi ini membantu mereka mengambil keputusan finansial yang lebih bijaksana. Sebagai ilustrasi, seorang partisipan menceritakan bahwa ia mendapat ide untuk beralih dari kartu kredit ke metode pembayaran debit setelah membaca pengalaman serupa di grup Facebook terkait manajemen utang.

Dari berbagai perspektif ini, jelas bahwa media sosial memiliki peran yang kompleks dalam membentuk kebiasaan keuangan Generasi Z. Tantangannya adalah bagaimana mereka dapat memfilter informasi yang berguna sekaligus menahan tekanan sosial untuk mengadopsi gaya hidup yang tidak realistis.

3. Ketidakstabilan Pendapatan dan Tantangan Keuangan Digital

Pergeseran pola kerja tradisional menuju dunia digital menghadirkan dinamika unik bagi Generasi Z di Surabaya. Ketidakstabilan pendapatan menjadi salah satu tantangan utama yang diungkapkan oleh sebagian besar partisipan penelitian. Mereka yang bekerja sebagai kreator konten atau freelancer menggambarkan pengalaman memperoleh pendapatan yang fluktuatif, di mana bulan-bulan dengan penghasilan tinggi sering kali disusul oleh periode stagnasi atau bahkan tanpa pemasukan sama sekali. Seorang partisipan mengungkapkan:

“Pernah satu bulan dapat banyak job, jadi gaji seperti tiga kali lipat dari pegawai kantoran. Tapi, bulan depannya tiba-tiba sepi. Ini bikin bingung cara bagi-bagi uangnya. Kadang-kadang ujungnya nggak ada tabungan.”

Beberapa partisipan menyebutkan bahwa mereka menggunakan aplikasi pencatatan keuangan, seperti Money Lover atau Wallet, untuk membantu mengelola arus kas pribadi. Namun, masalah yang muncul bukan hanya pada aspek teknis pencatatan, tetapi pada ketidakmampuan mereka untuk memprioritaskan pengeluaran jangka panjang. Misalnya, saat menerima pembayaran proyek, banyak dari mereka yang langsung mengalokasikan dana untuk hal-hal yang sifatnya non-esensial, seperti membeli produk teknologi terbaru atau bersosialisasi di tempat-tempat eksklusif.

Para partisipan yang merupakan pekerja berbasis digital juga sering kali kesulitan menentukan tarif atau harga jasa. Mereka merasa tidak ada acuan yang jelas, terutama untuk jasa seperti desain grafis, pembuatan konten, atau manajemen media sosial. Seorang freelancer dalam wawancara menuturkan bahwa tekanan dari kompetisi membuat mereka sering menerima bayaran yang tidak seimbang dengan jumlah waktu dan upaya yang dicurahkan. Hal ini berkontribusi pada kurangnya stabilitas finansial, terutama ketika ada kebutuhan mendesak yang membutuhkan biaya besar.

4. Tekanan Sosial dan Kebiasaan Konsumtif

Bagian lain dari diskusi menyoroti bagaimana tekanan sosial, terutama melalui media sosial, mendorong Generasi Z untuk mengadopsi gaya hidup konsumtif. Banyak partisipan berbicara tentang fenomena fear of missing out (FOMO), di mana mereka merasa terdorong untuk mengikuti tren demi menjaga citra diri di hadapan teman-teman atau audiens mereka. Media sosial seperti Instagram dan TikTok memainkan peran besar dalam membentuk persepsi ini, karena feed yang penuh dengan unggahan kehidupan mewah sering kali membuat mereka merasa bahwa gaya hidup sederhana tidak cukup untuk diterima di lingkungannya. Salah satu partisipan dari kelompok diskusi menjelaskan:

“Aku tahu pentingnya nabung, tapi tiap lihat teman nongkrong di kafe keren atau punya barang branded, langsung pengen ikutan. Kalau nggak ikutan, takutnya malah dikira nggak gaul atau ketinggalan zaman.”

Dari observasi, terlihat pula bagaimana transaksi impulsif terjadi melalui kemudahan yang ditawarkan aplikasi e-commerce dan metode pembayaran digital. Beberapa partisipan mengaku sering kali membeli barang dalam situasi emosional,

misalnya saat sedang merasa stres atau ingin memberikan hadiah pada diri sendiri sebagai bentuk penghargaan. Meskipun aplikasi keuangan membantu mencatat pengeluaran, mayoritas dari mereka jarang melakukan evaluasi rutin, sehingga mereka tidak menyadari seberapa besar akumulasi belanja kecil yang dapat membebani keuangan mereka.

Di sisi lain, pengaruh influencer dianggap sebagai faktor penting yang mendorong keputusan pembelian. Partisipan menyebut bahwa ulasan produk dari tokoh terkenal lebih memiliki dampak daripada iklan tradisional. Misalnya, seorang responden menuturkan bagaimana mereka terdorong untuk membeli produk skincare mahal karena rekomendasi seorang influencer favorit. Hal ini mempertegas teori perbandingan sosial Festinger, di mana keputusan finansial sering kali didorong oleh keinginan untuk mencapai status sosial yang sama dengan orang lain di lingkungan digital mereka.

5. Teknologi Digital: Alat Bantu dan Potensi Bahaya

Teknologi digital adalah pedang bermata dua bagi Generasi Z di Surabaya. Di satu sisi, aplikasi seperti e-wallet, mobile banking, dan platform investasi online menawarkan kemudahan yang signifikan dalam mengelola keuangan. Mayoritas partisipan memanfaatkan fitur-fitur ini untuk mencatat pengeluaran, mentransfer dana, atau bahkan membeli aset investasi seperti saham dan reksa dana. Ada pula yang mulai menjajal investasi berbasis aset kripto, meskipun hanya dalam skala kecil. Sebagian besar dari mereka merasa bahwa teknologi telah memungkinkan mereka untuk menjadi lebih mandiri secara finansial dibandingkan generasi sebelumnya.

Namun, teknologi ini juga membawa sejumlah risiko. Beberapa partisipan mengungkapkan pengalaman terkena penipuan online, seperti transaksi palsu di marketplace atau kebocoran data yang menyebabkan rekening mereka disalahgunakan. Ketidapahaman tentang keamanan digital menjadi faktor utama di balik kerentanan ini. Salah satu responden menceritakan:

“Waktu itu saya buka link dari WhatsApp, yang katanya saya menang voucher. Ternyata, data rekening saya malah dipakai buat belanja oleh orang lain. Habis itu, jadi lebih hati-hati sama link-link nggak jelas.”

Kebiasaan berlangganan layanan daring seperti Netflix, Spotify, atau aplikasi game juga disebut sebagai sumber pengeluaran kecil yang sering kali luput dari perhatian. Para partisipan jarang memantau pembaruan langganan otomatis mereka, yang akhirnya memakan porsi signifikan dari anggaran bulanan. Hal ini mencerminkan bagaimana kemudahan teknologi dapat menciptakan ilusi “uang digital” yang tampak kurang nyata dibandingkan uang fisik, sehingga lebih mudah dihabiskan tanpa perencanaan.

6. Pemahaman Tentang Pajak Digital dan Pengelolaan Utang

Diskusi juga mencakup aspek yang lebih teknis, seperti kewajiban pajak untuk pendapatan digital. Mayoritas partisipan mengaku kurang memahami peraturan pajak, termasuk kewajiban mereka sebagai kreator konten atau freelancer. Hal ini mengindikasikan kesenjangan antara perkembangan ekonomi digital dengan pemahaman finansial anak muda. Seorang kreator konten menyebutkan:

“Aku baru tahu kalau pendapatan dari endorse itu sebenarnya kena pajak. Selama ini aku pikir nggak wajib bayar pajak kalau bukan kerja kantoran.”

Ketidaktahuan ini tidak hanya menjadi tantangan bagi individu, tetapi juga bagi pemerintah yang ingin memperluas basis pajak di era digital. Pendidikan pajak melalui media sosial atau aplikasi khusus diusulkan oleh beberapa peserta sebagai langkah yang dapat membantu mereka memahami kewajiban tersebut secara lebih mudah dan praktis.

Sementara itu, pengelolaan utang menjadi topik yang sering kali dihindari oleh partisipan. Meskipun beberapa dari mereka menggunakan pinjaman digital untuk kebutuhan mendesak, banyak yang mengaku merasa stres dengan kewajiban membayar kembali dalam waktu singkat. Pinjaman online dengan bunga tinggi dianggap sebagai solusi sementara yang berisiko, terutama bagi mereka yang tidak memiliki rencana penghasilan tetap. Dalam satu kelompok diskusi, seorang partisipan bercerita tentang pengalaman menggunakan pinjaman online untuk modal usaha kecil, tetapi akhirnya terjebak dalam siklus utang yang sulit diselesaikan.

7. Tantangan Edukasi Keuangan

Edukasi keuangan formal sering kali dianggap kaku dan tidak relevan oleh Generasi Z. Sebagian besar peserta menyebutkan bahwa mereka lebih suka belajar melalui konten video di media sosial atau aplikasi yang interaktif daripada melalui seminar atau kursus tradisional. Beberapa aplikasi seperti Bibit dan Ajaib disebut memberikan pengalaman edukasi yang intuitif, khususnya tentang investasi. Namun, ada juga kekhawatiran bahwa akses informasi yang terlalu mudah di internet membuat beberapa individu terjebak pada pengetahuan dangkal atau bahkan informasi yang keliru. Misalnya, ada partisipan yang memulai investasi kripto tanpa memahami sepenuhnya risiko yang terlibat, hanya karena mengikuti tren.

Secara keseluruhan, hasil diskusi ini menunjukkan bagaimana teknologi, tekanan sosial, dan pola konsumsi unik Generasi Z membentuk tantangan dan peluang baru dalam pengelolaan keuangan. Kendati banyak dari mereka yang mulai menyadari pentingnya literasi keuangan, langkah-langkah konkret untuk mengatasi tantangan ini masih membutuhkan pendampingan yang terarah dan relevan dengan konteks digital yang terus berkembang.

KESIMPULAN

Generasi Z, sebagai generasi yang terhubung secara erat dengan perkembangan teknologi digital, telah menunjukkan fleksibilitas yang luar biasa dalam merespons perubahan yang terjadi dalam dunia finansial. Sebagai bagian dari masyarakat global yang sangat dipengaruhi oleh dinamika digital, Generasi Z secara aktif memanfaatkan teknologi untuk mendapatkan penghasilan, mengelola keuangan, dan bahkan mulai berinvestasi di usia muda. Teknologi seperti aplikasi e-wallet, platform investasi, dan media sosial telah menjadi instrumen utama mereka dalam membangun sistem keuangan pribadi yang modern dan adaptif. Dalam proses ini, Generasi Z tidak hanya menunjukkan kreativitas, tetapi juga keberanian untuk menavigasi dunia keuangan yang penuh ketidakpastian.

Namun, di balik potensi besar ini, terdapat tantangan yang kompleks dan beragam yang menjadi hambatan signifikan bagi keberlanjutan finansial mereka. Satu isu yang mencuat dari diskusi mendalam adalah sifat fluktuatif dari pendapatan digital, yang sering kali dipengaruhi oleh algoritma platform, tren pasar, atau kondisi ekonomi global. Situasi ini membuat Generasi Z sering kali harus bergulat dengan ketidakstabilan pendapatan, yang kemudian berdampak pada kesulitan dalam perencanaan keuangan jangka panjang. Fluktuasi ini, jika tidak diimbangi dengan pengelolaan yang hati-hati, dapat membawa konsekuensi serius, termasuk siklus utang, ketergantungan pada pinjaman, atau bahkan kebangkrutan pribadi.

Selain itu, perilaku konsumtif yang kerap ditemukan pada generasi ini menjadi tantangan lain yang tidak kalah penting. Fenomena konsumsi impulsif, yang sebagian besar didorong oleh pengaruh media sosial dan iklan digital, sering kali membuat Generasi Z kehilangan kontrol terhadap pengeluarannya. Tekanan sosial untuk terlihat sukses secara materi di platform media sosial juga memperburuk masalah ini, menciptakan budaya konsumsi berlebihan yang tidak sesuai dengan kemampuan finansial. Hal ini menyebabkan banyak individu dari Generasi Z terperangkap dalam lingkaran hutang atau ketergantungan pada sumber keuangan eksternal untuk menutupi kebutuhan gaya hidup mereka.

Meski demikian, beberapa tren positif tetap menjadi harapan bagi generasi ini. Semakin banyak individu dari Generasi Z yang menyadari pentingnya literasi keuangan sebagai kunci menuju stabilitas finansial. Mereka mulai memanfaatkan teknologi untuk mendukung pemahaman dan pengelolaan keuangan, seperti menggunakan aplikasi pencatat pengeluaran, mengikuti seminar finansial secara daring, atau belajar investasi melalui platform digital. Selain itu, dorongan untuk memahami produk keuangan seperti reksa dana, saham, atau bahkan aset digital seperti kripto menunjukkan adanya niat untuk menciptakan diversifikasi pendapatan yang lebih terarah.

Tidak hanya itu, Generasi Z juga menunjukkan kemampuan unik untuk memadukan gaya hidup modern dengan pemikiran inovatif dalam mengelola sumber daya finansial mereka. Melalui riset dan diskusi yang telah dilakukan, ditemukan bahwa beberapa dari mereka memilih untuk menunda konsumsi jangka pendek demi keuntungan jangka panjang. Hal ini tercermin dari meningkatnya minat terhadap investasi dan kewirausahaan, di mana mereka menciptakan bisnis baru atau berkontribusi dalam ekosistem ekonomi digital. Selain itu, penggunaan teknologi juga telah membantu mereka dalam memitigasi risiko keuangan melalui

akses terhadap informasi yang lebih baik dan keterampilan pengelolaan uang yang lebih terorganisir.

Tantangan lainnya, seperti kurangnya pendidikan keuangan formal yang sesuai dengan realitas dunia digital, juga menjadi perhatian utama. Kurikulum tradisional yang sering kali tidak mencakup topik-topik yang relevan dengan era digital membuat sebagian Generasi Z harus belajar secara mandiri, baik melalui media sosial maupun sumber-sumber daring lainnya. Kurangnya pembekalan ini mengakibatkan banyak anak muda yang akhirnya menghadapi kesulitan dalam menghadapi masalah finansial seperti perpajakan, pengelolaan utang, atau investasi.

Teknologi, yang seharusnya menjadi alat bantu, terkadang juga menjadi pedang bermata dua bagi generasi ini. Kemudahan transaksi digital sering kali membuat mereka lengah dalam pengelolaan keuangan harian. Misalnya, pembayaran langganan bulanan yang tampak kecil dapat terkumpul menjadi pengeluaran besar tanpa disadari. Ditambah lagi, paparan terhadap iklan personalisasi dan penawaran instan sering kali menciptakan godaan untuk menghabiskan uang secara tidak perlu. Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z cepat beradaptasi dengan teknologi, mereka tetap membutuhkan panduan untuk memanfaatkan teknologi dengan cara yang bijaksana dan efisien.

Perlu dicatat pula bahwa tekanan sosial dari komunitas daring memainkan peran besar dalam membentuk kebiasaan keuangan Generasi Z. Perbandingan sosial yang tidak sehat sering kali memunculkan keinginan untuk terus mengikuti tren, membeli barang-barang mahal, atau membangun citra keberhasilan finansial yang mungkin tidak realistis. Akibatnya, banyak individu terjebak dalam upaya membuktikan status sosial di dunia maya, meskipun itu berarti mengorbankan stabilitas keuangan di dunia nyata.

Melalui observasi dan wawancara yang telah dilakukan, terungkap pula bahwa edukasi keuangan perlu disesuaikan dengan kebutuhan generasi ini. Dibutuhkan pendekatan yang lebih praktis, menarik, dan relevan untuk membantu Generasi Z memahami keuangan secara komprehensif. Selain itu, penguatan literasi keuangan di institusi pendidikan dan kampanye publik dapat menjadi solusi yang efektif untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan yang masih ada.

Generasi Z berada di titik persimpangan antara potensi besar dan tantangan yang sama besar. Dengan memanfaatkan ekosistem teknologi yang ada, ditambah dengan upaya pengelolaan yang lebih matang, generasi ini memiliki peluang untuk menciptakan fondasi keuangan yang kokoh di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Arianti, F. (2019). "Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 45-52.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *Digitalisasi Keuangan: Peluang dan Tantangan di Era Ekonomi Digital*. Jakarta: Kementerian Keuangan RI.

Kusuma, D. F., & Puspitasari, R. (2020). "Peran Media Sosial dalam Membentuk Pola Konsumtif Generasi Z." *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(3), 132-148.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

Pratama, A., & Setiawan, B. (2021). "Tantangan dan Peluang Freelance di Era Digital bagi Generasi Z." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 89-101.

Putri, S., & Nugraha, H. (2022). "Analisis Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Indonesia: Studi Kasus Media Sosial Instagram." *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 65-72.

Rachman, D. S. (2020). "Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Digital dalam Mengelola Keuangan Pribadi." *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 3(4), 112-120.

Widiastuti, E., & Handayani, T. (2021). "Peningkatan Literasi Keuangan Melalui Media Digital di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(1), 43-57.

Yulianto, R., & Dewi, S. (2021). "Fenomena Investasi Saham di Kalangan Generasi Z: Antara Tren dan Literasi." *Jurnal Keuangan dan Investasi Indonesia*, 8(2), 75-88.

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *FEE* AUDIT, AUDIT *TENURE*, DAN ROTASI AUDIT TERHADAP KUALITAS AUDIT

Dina Safrina¹, Yuni Sukandani², Yusuf Iskandar³,
Yanus Sumitro⁴

Email correspondence: diahsafrina99@gmail.com¹

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

ABSTRACT

This studies was carried out to decide the impact of employer size, audit charges, audit tenure, and KAP rotation on audit satisfactory in economic region agencies indexed at the Indonesia inventory change in 2019-2020. The pattern in this research turned into received as many as 38 economic agencies from a predetermined general, using purposive sampling method. The secondary facts source became acquired from the professional BEI online web page (www.idx.co.id). statistics collection makes use of the documentation method. This studies evaluation approach includes classical assumption check, more than one linear regression evaluation, coefficient of determination test (R^2) and hypothesis testing such as t-take a look at and f-test. The consequences of the research show that employer size has a fantastic impact on audit best, with a t-count number cost of four.486 with a importance value of 0.000 so ($0.000 < 0.05$). Audit fee does not have a positive impact on audit quality in financial companies with a t-count value of 0.121 and a significance value of 0.904 so ($0.904 > \text{zero}.05$). Audit tenure does now not have a positive impact on audit satisfactory with a t-count of zero.469 with a significance value of 0.641 so ($0.641 > \text{zero}.05$). Audit rotation has no effect on audit excellent with a t-be counted cost of -0.666 with a importance price of 0.507 so ($0.507 > \text{zero}.05$). as a result, simultaneously, organization length, audit expenses, audit tenure, and audit rotation have an effect on audit satisfactory.

Keywords : Company Size, Audit Fee, Audit Tenure, Cap Rotation, and Audit Quality

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha komersial yang meningkat cepat akan menimbulkan persaingan usaha yang juga semakin kuat. Hal ini membuat badan usaha bertanggung jawab atas semua transaksi keuangan yang telah terjadi dan diuraikan didalam laporan ekonomi badan tersebut. Dalam bisnis internasional, laporan keuangan sangat penting. Itu karena pernyataan ekonomi adalah kunci bagi perusahaan untuk mengevaluasi dari pemberi kerja itu sendiri dan juga digunakan sebaga bahan pertimbangan dalam membuat pilihan untuk kendali organisasi.

Sesuai dengan perkembangan emiten Indonesia yang terus berkembang sangat pesat, hal ini menyebabkan tuntutan audit laporan keuangan semakin meningkat. Dalam pelaporan keuangan, terdapat kesenjangan informasi yang diberikan. Oleh karena itu, membutuhkan peran pihak ketiga yang independen dan berkompeten, yaitu penunjukan akuntan atau auditor. Akuntan publik merupakan profesi yang tepat untuk bertindak sebagai auditor dalam mengaudit laporan keuangan. Profesi auditor diyakini masyarakat dan mengharapkan penaksiran auditor akan adil terhadap laporan ekonomi yang disampaikan oleh perusahaan. (Berikang, Kalangi, & Wokas, 2018).

Audit yang berkualitas didefinisikan dalam hal bagaimana kemampuan seorang auditor untuk menjumpai dan mengutarakan pelanggaran sistem akuntansi pelanggan. Kualitas audit juga didefinisikan sebagai fungsi atau deskripsi strategi dan hasil audit yang dapat memenuhi persyaratan audit dan standar kualitas tinggi yang mewakili tingkat kinerja tanggung jawab dan kewajiban spesialis audit. Audit yang dilakukan oleh akuntan bersertifikat, berlandaskan Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP), dapat dikatakan berkualitas jika audit yang dijalankan oleh auditor tersebut melengkapi ketentuan pedoman atau persyaratan audit. (Tandiontong, 2016)

Auditing yang baik yaitu ketika auditor dapat meningkatkan dan mempertahankan independensinya dalam melaksanakan pekerjaan profesionalnya. Audit yang berkualitas dilatarbelakangi oleh beberapa aspek eksternal dan internal, salah satunya ialah audit *fee*. Audit *fee* atau biaya audit merupakan bentuk kompensasi atas jasa yang diberikan oleh auditor kepada pembeli atau klien, dan besarnya audit *fee* bergantung pada resiko perikatan, kerumitan jasa yang diberikan, dan kemahiran yang dibutuhkan untuk layanan tersebut meningkat. Auditor dengan tingkat yang lebih tinggi biasanya menjadwalkan audit dengan kualitas yang lebih sempurna daripada auditor dengan tingkat yang lebih rendah. (Sukrisno Agoes, 2016:46). keputusan anggaran audit patut disepakati antara klien dan auditor sehingga meminimalkan terjadinya persaingan harga yang mampu memengaruhi kredibilitas auditor. aspek lain yang berdampak pada karakter audit yaitu audit *tenure*. Durasi audit atau audit *tenure* merupakan durasi kegiatan antara perusahaan audit dengan klien sehubungan dengan layanan audit yang disepakati. (Yustari,dkk, 2021).

Kemudian faktor lain yang berpengaruh dalam kualitas audit yaitu rotasi KAP atau yang kerap disebut rotasi audit. Untuk menampik terjadinya kecurangandan adanya hubungan khusus yang dijalankan oleh perusahaan klien dengan KAP karena terlalu lamanya *tenure* audit (Darmaningtyas, 2018).

Faktor selanjutnya yang berdampak pada kualitas audit adalah ukuran perusahaan. Menurut Dewan Standar Akuntansi Keuangan (FASB), dikutip Anggraeni (2019), ukuran perusahaan pada dasarnya merupakan terbaginya perusahaan menjadi beberapa kelompok, termasuk perusahaan besar, usaha sedang, dan usaha kecil. Skala perusahaan klien mewakili besarnya skala perusahaan dan bisa dinyatakan dalam bentuk keseluruhan aset, pendapatan, dan kapitalisasi pasar.

METODE PENELITIAN

METODE

tipe studi yang diterapkan ialah metode kuantitatif melalui sumber data berbentuk laporan finansial tahunan badan usaha. Populasi studi ini disajikan dalam bentuk laporan keuangan sebanyak 38 perusahaan. Sedangkan pengutipan sampel pada penelitian ini memakai teknik *purposive sampling*. Asal data didapatkan dari situs online resmi www.idx.co.id.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian :

Analisis Data

Peneliti melakukan pengolahan data menggunakan beberapa uji untuk membuktikan hipotesis yang dibantu oleh SPSS versi 25. Beberapa uji pada studi ini sebagai berikut:

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,00E+00
	Std. Deviation	0,40091872
Most Extreme Differences	Absolute	0,093
	Positive	0,093
	Negative	-0,056
Kolmogorov-Smirnov Z		0,811
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,527

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel di atas, diperoleh nilai $0,527 > 0,05$ yang menunjukkan jika studi berdistribusi normal.

2) Uji Multikolonieritas

Hasil pengujian bisa diamati pada tabel berikut:

Tabel 2. Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ukuran Perusahaan (X1)	0,561	1,784
	Fee Audit (X2)	0,569	1,759
	Audit Tenure (X3)	0,889	1,124
	Rotasi Audit (X4)	0,886	1,129

a. Dependent Variable: Kualitas Audit (Y)

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25 (data diolah)

Melalui tabel 2, diperoleh nilai *tolerance* dari Ukuran perusahaan, Fee Audit, Audit Tenure, dan Rotasi Audit ialah $>0,1$. Serta VIF yang didapat <10 . Maka kesimpulannya ialah model regresi terbebas dari multikolinieritas.

3) Uji Autokorelasi

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,591 ^a	0,349	0,313	0,41206	2,412

a. Predictors: (Constant), Rotasi Audit (X4), Fee Audit (X2), Audit Tenure (X3), Ukuran Perusahaan (X1)

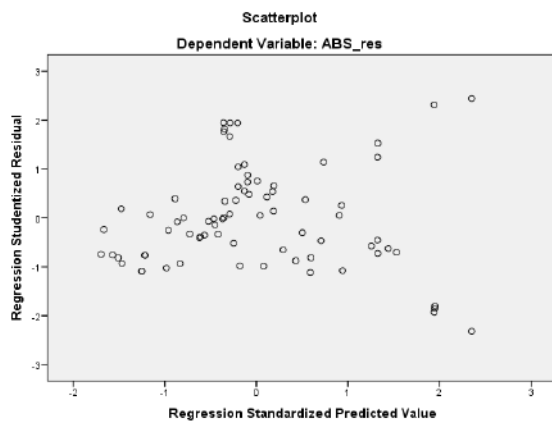
b. Dependent Variable: Kualitas Audit (Y)

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25 (data diolah)

Melalui tabel 3, diperoleh nilai DW 2,412 artinya lebih tinggi dari dU sebesar 1,6528. Untuk itu, model regresi lolos autokorelasi.

4) Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian bisa diamati melalui tabel berikut:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Melalui gambar 2, diketahui tidak ada bentuk yang jelas dan titik-titik data memencar secara tidak teratur serta tidak menciptakan pola khusus di atas dan di bawah angka nol. Jadi model regresi ini tidak ada heteroskedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-4,758	0,933	
Ukuran Perusahaan (X1)	0,178	0,04	0,574
Fee Audit (X2)	0,006	0,05	0,015
Audit Tenure (X3)	0,016	0,033	0,048
Rotasi Audit (X4)	-0,104	0,155	-0,068

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25 (data diolah)

Dari tabel diatas, ditemukan persamaan garis regresinya yaitu:

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

$$Y = -4.758 + 0,178X_1 + 0,006X_2 + 0,016X_3 - 0,104X_4 + e$$

Persamaan diatas, dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien constant (α)-4,758 artinya apabila nilai ukuran perusahaan, Fee Audit, Audit Tenure ,dan Rotasi Audit bernilai nol (0), maka profitabilitas (Y) sebesar -4,758.
2. Variabel ukuran perusahaan (x1) memiliki nilai koefisien regresi 0,178.
3. Variabel Fee Audit (x2) mempunyai nilai koefisien regresi 0,006.
4. Variabel Audit Tenure (x3) mempunyai nilai koefisien regresi 0,016.
5. Variabel Rotasi Audit (x4) memiliki nilai koefisien regresi -0,104.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,591 ^a	0,349	0,313	0,41206	2,412

a. Predictors: (Constant), Rotasi Audit (X4), Fee Audit (X2), Audit Tenure (X3), Ukuran Perusahaan (X1)

b. Dependent Variable: Kualitas Audit (Y)

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25 (data diolah)

Melalui tabel tersebut di atas, didapatkan nilai *Adjusted R Square* 0,349 (34,9%) memiliki arti variabel bebas berdampak pada variabel terikat 34,9%, sementara 65,1% sisanya dipengaruhi variabel lain selain model ini.

Uji Hipotesis**1) Uji t (Parsial)**

Tabel 7. Hasil Uji-t (Secara Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4,758	0,933		-5,101	0
Ukuran Perusahaan (X1)	0,178	0,04	0,574	4,486	0
Fee Audit (X2)	0,006	0,05	0,015	0,121	0,904
Audit Tenure (X3)	0,016	0,033	0,048	0,469	0,641
Rotasi Audit (X4)	-0,104	0,155	-0,068	-0,666	0,507

a. Dependent Variable: Kualitas Audit (Y)

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25 (data diolah)

Dari tabel 7, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan (X_1), didapat nilai sig. 0.000. Akan begitu nilai sig < 0,05 dan nilai koefisien β positif. Ini mengartikan variabel Ukuran Perusahaan (X_1) berdampak pada Kualitas Audit. Hipotesis diterima.
2. *Fee Audit* (X_2), didapat nilai sig. 0.904. Akan begitu nilai sig > 0,05 dan nilai koefisien β positif. ini mengartikan variabel *Fee Audit* (X_2) tidak berdampak pada Kualitas Audit. Hipotesis ditolak.
3. *Audit Tenure* (X_3), didapat nilai sig. 0.641. Akan begitu nilai sig > 0,05 dan nilai koefisien β positif. Ini mengartikan variabel *Audit Tenure* (X_3) tidak berdampak pada Kualitas Audit. Hipotesis ditolak.
4. Rotasi Audit (X_4), didapat nilai sig. 0.507. Akan begitu nilai sig > 0,05 dan nilai koefisien β positif. Ini mengartikan variabel Rotasi Audit (X_4) tidak berdampak pada Kualitas Audit. Hipotesis ditolak.

2) Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji-f (Secara Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6,471	4	1,618	9,528	,000 ^b
Residual	12,055	71	0,17		
Total	18,526	75			

a. Dependent Variable: Kualitas Audit (Y)

a. Predictors: (Constant), Rotasi Audit (X4), Fee Audit (X2), Audit Tenure (X3), Ukuran Perusahaan (X1)

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25 (data diolah)

Dari tabel diatas, diketahui nilai- f 9.528 dengan taraf signifikansi 0,000. Sehingga sig. f ($0,000 < 0,05$).Ini membuktikan Ukuran perusahaan, *Fee Audit*, *Audit Tenure*, dan Rotasi Audit berdampak pada Kualitas Audit. Hipotesis diterima.

KESIMPULAN

1. Kualitas Produk pada indikator X1.1 menyatakan bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju 0 responden menjawab tidak setuju, 80 responden menjawab setuju dan 20 responden menjawab sangat setuju. Variabel Kualitas Produk pada indikator X1.2 menyatakan bahwa 69 responden menjawab setuju, 31 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Kepercayaan Pelanggan pada indikator X2.1 menyatakan bahwa 31 responden menjawab setuju, 69 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Kepercayaan Pelanggan pada indikator X2.2 menyatakan bahwa 38 responden menjawab setuju, 62 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Kepuasan Pelanggan pada indikator Y1.1 menyatakan bahwa 40 responden menjawab setuju, 60 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab sangat tidak setuju dan 0 responden menjawab tidak setuju. Kepuasan Pelanggan pada indikator Y1.2 menyatakan bahwa 28 responden menjawab setuju, 72 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Variabel Kepuasan Pelanggan pada indikator Y1.3 menyatakan bahwa 69 responden menjawab setuju, 31 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Keputusan Pembelian pada indikator Y2.1 menyatakan bahwa 42 responden menjawab setuju, 55 responden menjawab sangat setuju, 5 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Variabel Keputusan Pembelian pada indikator Y2.2 menyatakan bahwa 33 responden menjawab setuju, 67 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Variabel Keputusan Pembelian

pada indikator Y2.3 menyatakan bahwa 24 responden menjawab setuju, 76 responden menjawab sangat setuju, 0 responden menjawab tidak setuju, dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Kesimpulannya maka Deskripsi variabel kualitas produk (X_1) sebagian besar responden dari PT. Pegadaian Kantor Area Madiun mempunyai persepsi baik. Pada variabel kepercayaan pelanggan (X_2) sebagian besar responden mempunyai persepsi baik. Sementara variabel kepuasan pelanggan (Y_1) sebagian besar responden mempunyai persepsi baik Dan variabel keputusan pembelian (Y_2) sebagian besar responden mempunyai persepsi baik.

2. Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun
3. Kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
4. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
5. Kepercayaan pelanggan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
6. Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
7. Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.
8. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian Kantor Area Madiun.

SIMPULAN

Melalui analisis yang dilakukan, disimpulkan bahwa hasil koefisien determinasi (R^2) adalah $0,349 = 34,9\%$ berarti variabel bebas yakni Ukuran perusahaan, Fee Audit, Audit Tenure, dan Rotasi Audit berdampak pada variabel terikat yakni Kualitas Audit dengan nilai $34,9\%$, sehingga $65,1\%$ sisanya dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dilakukan dalam riset ini.

Kesimpulan hasil uji hipotesis sebagai berikut:

1. Pengujian (H_1) didapatkan nilai sig $0,000 < 0,05$. disimpulkan Ukuran Perusahaan berdampak pada Kualitas Audit.
2. Pengujian (H_2) didapatkan nilai sig $0,904 > 0,05$, disimpulkan Fee Audit tidak berdampak pada Kualitas Audit.
3. Pengujian (H_3) didapatkan nilai sig $0,641 > 0,05$, disimpulkan Audit Tenure tidak berdampak pada Kualitas Audit.
4. Pengujian (H_4) didapat nilai sig $0,507 > 0,05$, disimpulkan Rotasi Audit tidak berdampak pada Kualitas Audit.
5. Pengujian dengan uji-F diperoleh nilai f 9.528 dengan tingkat signifikansi senilai $0,000$. Sehingga sig. f lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). kesimpulannya Ukuran perusahaan, Fee Audit, Audit Tenure, dan Rotasi Audit berdampak pada Kualitas Audit

DAFTAR PUSTAKA :

- Anggraeni, N. N. (2019). Pengaruh Fee Audit, Rotasi Audit, Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018) (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Berikang, A., Kalangi, L., & Wokas, H. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan Klien Dan Rotasi Audit Terhadap Kualitas Audit Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 13(04), 1-9. <https://doi.org/10.32400/gc.13.03.19934.2018>.
- Darmaningtyas, S. (2018). Pengaruh Fee Audit, Audit Tenure, Rotasi KAP Dan Ukuran Perusahaan Klien Terhadap Kualitas Audit (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016).
- Mathius Tandiontong. 2016. *Kualitas Audit dan Pengukurannya*. Bandung : Alfabeta.
- Ramdani, R. (2016). Pengaruh Fee Audit, Audit Tenure, Rotasi Audit Dan Ukuran Perusahaan Klien Terhadap Kualitas Audit (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sukrisno Agoes. 2016. *Auditing*. Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Safitri, S. K. (2020). Pengaruh Audit Tenure, Fee Audit, Ukuran Perusahaan, Time Budget Pressure Terhadap Kualitas Audit (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Pada Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018) (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- Yustari, N. L. G. W., Merawati, L. K., & Yulastuti, I. A. N. (2021). Pengaruh Fee Audit, Audit Tenure, Rotasi KAP, Ukuran Perusahaan Klien, Dan Independensi Auditor Terhadap Kualitas Audit Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 101-111.

ANALISIS ALOKASI DANA DESA DAN EFEKTIVITAS PENGELOLAAN DANA DESA DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA WAGE

Ananda Sheila Octaviani¹, Dicky Surya Putra Pradana², Mochammad Munir Rachman³

Email correspondence: anandasheilaoctaviani@gmail.com
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

ABSTRACT

The focus of this research is the Allocation and Effectiveness of Village Fund Management on Community Empowerment in Wage Village, Taman District, Sidoarjo Regency. This study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through documentation, observation and interviews. The informants of this research included the Village Head, Village Secretary, Head of the Village Consultative Body (BPD), and Wage Village Treasurer. The data obtained were examined using data reduction techniques, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that the village fund allocation management process includes aspects of planning, implementation, administration, reporting and accountability. The management of village fund allocations carried out by the Wage Village government has 100% followed the technical rules that have been regulated and guided by the Minister of Home Affairs Regulation Number 20 of 2018 regarding village financial management, but the reporting and accountability process experienced a slight delay. The reason behind the slow disbursement of village funds is that the reporting process on the realization of the use of village fund allocations has not been in accordance with the predetermined schedule, causing delays in disbursing funds, as well as the accountability aspect so that the community cannot evaluate the work of the village government which is not carried out on time. In terms of the income budget and the realization of the use of village funds along with other village revenues, it is used in the field of community development, the village wage is 70% and for community empowerment 30%.

Keywords : : Village Fund Allocation and Effectiveness of Village Fund Management.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan alokasi danadesa sebagian diperguna kan untuk penyelenggaraan pemerintah desa dan perkembangan pemerintah desa, pada saat ini berkembangnya masyarakat menjadi suatu bentuk hal pemberdayaan sehingga menjadikan pedesaan yang maju dan sejahtera, desa juga di artikan sebagai pemerintahan yang secara langsung berhubungan dengan masyarakat akan fokus

utama dalam pembangunan, perkembangan dan pemberdayaan di suatu pemerintah. Kini untuk mengatur suatu potensi yang dimiliki masyarakat mampu membangun kesejahteraan dan pemberdayaan untuk memajukan suatu hal seperti kemajuan dalam pembangunan desa maka juga membutuhkan perencanaan dan suatu pertanggung jawaban. Membahas mengenai perencanaan pembangunan suatu proses tersebut maka masyarakat harus melakukan pelaksanaan pembangunan yang sesuai dengan kegiatan sebelumnya yang telah direncanakan, dan masyarakat desa juga berhak mengetahui dan melakukan sebuah pengawasan pada suatu kegiatan pembangunan yang ada di desa. Untuk membiayai pembangunan dan pemberdayaan diutamakan menggunakan dana desa yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa, meningkatkan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan semuanya itu dituangkan dalam rencana kerja pemerintah desa. Dana desa dapat digunakan untuk membiayai kegiatan yang tidak termasuk dalam prioritas penggunaan dana desa, setelah mendapat persetujuan dari bupati/walikota dengan memastikan pengalokasian dana desa digunakan untuk kegiatan yang menjadi prioritas telah terpenuhi.

Pembangunan pedesaan dilakukan sesuai dengan masalah yang dihadapi, potensi yang dimiliki, aspirasi masyarakat. Adanya anggaran pembangunan dilakukan secara khusus dilampirkan dalam APBN guna untuk pembangunan wilayah pedesaan dalam bentuk anggaran desa merupakan suatu bentuk kepedulian pemerintah terhadap pengembangan wilayah pedesaan. Dalam penggunaan dana desa memerlukan adanya perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan terhadap penggunaannya. Perencanaan pembangunan desa tidak terlepas dari perencanaan pembangunan dari kabupaten/kota sehingga perencanaan yang dibuat bisa tetap selaras. Pelaksanaan pembangunan desa harus sesuai dengan apa yang sudah direncanakan, dalam prosesnya masyarakat bersama aparat pemerintahan juga berhak mengetahui dan melakukan pengawasan terhadap jalannya pembangunan desa tersebut. Dengan adanya dana desa maka pemerintah dituntut untuk memanfaatkan dana desa dengan efektif, efektif yang dimaksud yaitu kemampuan pemerintah desa dalam memanfaatkan dana desa untuk melakukan program yang telah direncanakan.

Berdasarkan data APBDes jumlah dari keseluruhan pendapatan pada tahun 2021 mencapai Rp. 4.085.492.672 (empat milyar delapan puluh lima juga empat ratus sembilan puluh dua enam ratus ribu tujuh puluh dua rupiah). Adapun pendapatan tersebut berasal dari :

Nomor	Keterangan	Anggaran
1.	Pendapatan Asli Desa	Rp. 185.000.000
2.	Dana Desa	Rp. 1.325.057.000
3.	Bagi Hasil Pajak dan Retribusi	Rp. 516.855.648
4.	Alokasi Dana Desa	Rp. 29.739.971
5.	Bantuan Keuangan Kabupaten	Rp. 443.239.353
6.	Bantuan Keuangan Umum	Rp. 1.000.000.000
7.	Bantuan Keuangan Khusus	Rp. 585.600.700
JUMLAH		Rp. 4.085.492.672

Sumber : Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa Wage tahun 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dana yang ditujukan kepada desa setiap tahunnya dengan harapan dana dapat dimanfaatkan dengan maksimal, baik dalam pembangunan infrastruktur dan pemberdayaan masyarakat. Alokasi danadesa yang diberikan kepada desa maka besar harapan akan terwujudnya pembangunan yang merata dan partisipatif, pelaksanaan kebijakan alokasi dana desa menjadi perubahan yang sangat signifikan. Dengan dana yang cukup maka menjadikan wilayah menjadi berkembang jika dilakukan dengan efektif dan efisien dalam pengelolaan anggaran dana.

Sehubungan dengan hal tersebut dalam melakukan pengelolaan alokasi dana desa peran masyarakat menjadi hal penting terutama dalam melakukan proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan yang melibatkan kebutuhan masyarakat desa wage, dan dibutuhkan adanya kerja sama antar pemerintah desa dengan masyarakat dalam melakukan tahapan pengelolaan alokasi dana desa. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Alokasi Dana Desa Dan Efektivitas Pengelolaan Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Wage”.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek penelitian merupakan informan sebagai sumber untuk memberikan suatu informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian, dimana subyek dalam penelitian ini yaitu orang yang menjadi responden yang akan diberikan pertanyaan. Subyek dalam penelitian ini yaitu :
 - a. Ketua Badan Permusyawaratan Desa
 - b. Kepala Desa
 - c. Sekretaris Desa
 - d. Bendahara Desa
2. Obyek penelitian adalah Alokasi Dana Desa dan Efektivitas Pengelolaan Dana Desa diDesa Wage, Kec. Taman, Kab. Sidoarjo.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Wawancara
2. Dokumentasi
3. Observasi

Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, dimana untuk menganalisis dengan cara mengumpulkan, mengelompokkan lalu menafsirkan data sesuai dengan kejadian yang sebenarnya sehingga mampu memberikan informasi yang lengkap sebagai pemecah masalah yang dijumpai. Maka dari data yang sudah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif yaitu dengan mendeskripsikan hasil penelitian dalam bentuk kalimat atau kata-kata sehingga dengan demikian penulis menguraikan secara mendalam hasil penelitian tersebut sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan, kemudian ditarik kesimpulan sesuai dengan identifikasi masalah yang ada.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian :

Aspek Perencanaan

Dari hasil pengumpulan data yang sudah dilakukan oleh peneliti mengenai pengelolaan keuangan desa khususnya alokasi dana desa, aspek perencanaan dengan pedoman pada peraturan menteri dalam negeri nomor 20 tahun 2018, dalam proses pengelolaan keuangan pada aspek perencanaan ini pemerintahan Desa Wage sudah menjalankan dengan baik dan maksimal sesuai dengan prosedur yang berlaku. Dalam rencana pemberdayaan masyarakat dan pembangunan masyarakat melibatkan masyarakat setempat, perangkat desa wage dan pihak pemerintahan kabupaten.

Aspek Pelaksanaan

Dalam aspek pelaksanaan ini penggunaan dana desa terlihat sudah dilakukan dengan optimal sesuai dengan tujuan penggunaan alokasi dana desa, realisasi penggunaan dana desa digunakan sebagai pembangunan masyarakat desa dengan presentase sebesar 70% dan pemberdayaan masyarakat dengan presentase sebesar 30%.

Aspek Penatausahaan

Pengelolaan dana desa pada aspek penatausahaan, suatu kegiatan keuangan secara keseluruhan dilakukan oleh pemerintah desa dimana bendahara desa memiliki fungsi dan tanggung jawab khusus dalam mengelola penatausahaan keuangan desa khususnya dana desa. Penatausahaan sendiri yang dilakukan oleh bendahara desa meliputi penatausahaan penerimaan dan penatausahaan pengeluaran dana serta pelaporan pertanggung jawabannya kepada pihak yang berkepentingan, pihak yang berkepentingan antara lain seperti kepala desa sebagai penanggung jawab atas pengelolaan dana desa, sekretaris desa sebagai koordinator dalam proses pengelolaan dana desa dan pihak pemerintahan kabupaten sidoarjo sebagai pengawas dari pengelolaan dana desa yang sudah diberikan.

Aspek Pelaporan

Bentuk pelaporan atas kegiatan dalam anggaran pendapatan dan belanja desa beserta dana desa didalam nya mempunyai tiga tahap pelaporan. Yang pertama, laporan peraturan desa tentang anggaran pendapatan dan belanja desa dari kepala desa kepada bupati/walikota melalui camat desa. Kedua, laporan realisasi penyerapan dan capaian output dana desa tahun anggaran sebelumnya dari kepala desa menjadi bupati/walikota melalui camat. Dan yang ke tiga yaitu laporan realisasi penyerapan dan capaian dari kepala desa kepada bupati/walikota melalui camat desa dimana laporan tersebut harus menunjukkan rata-rata realisasi penyerapan paling sedikit 75% dan rata-rata pencapaian paling sedikit yaitu 50%, dalam membuat laporan ini kepala desa dibantu oleh sekretaris dan bendahara desa. Penerapan proses pelaporan telah ditentukan dalam peraturan bupati, penulis melakukan penelitian terhadap proses pelaporan yang dilakukan oleh pemerintah desa wage dalam melaksanakan pelaporan dana desa, pelaporan penggunaannya dilaksanakan dalam tiga tahapan yaitu yang pertama membuat laporan anggaran pendapatan dan belanja desa, yang kedua membuat laporan realisasi penyerapan dan dana desa tahun sebelumnya dan yang terakhir membuat laporan realisasi penyerapan dana desa tahap pertama dan tahap kedua.

Aspek Pertanggung Jawaban

Bentuk dari pertanggung jawaban atas penyelenggaraan pengelolaan serta pelaksanaan dari dana desa di Desa Wage sudah menjadi satu pembukuan dalam laporan anggaran pendapatan dan belanja desa yang dibuat pada akhir tahun. Prosedur penyusunan laporan pertanggung jawaban disusun secara sistematis dan teratur sehingga dapat dipahami oleh pihak yang membutuhkan. Proses penyusunan laporan pertanggung jawaban yang dikerjakan oleh Pemerintah Desa Wage yang mempunyai aturan dari pemerintah kota dalam menjalankannya, terdapat batasan waktu yang ditetapkan dalam pengiriman laporan tersebut. Bentuk pertanggung jawaban pemerintah desa wage dalam mengelola keuangan desa khusus nya dana desa berupa bentuk fisik yaitu Surat Pertanggung Jawaban yang terbagi tiga tahapan pencairan dana desa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai alokasi dana desa dan efektivitas pengelolaan alokasi dana desa dalam upaya pemberdayaan masyarakat di Desa Wage, Kec.Taman, Kab. Sidoarjo, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Peningkatan pemabangunan pada Desa Wage, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo sudah direalisasikan, dalam aspek pelaksanaan penggunaan keuangan desa terlihat sudah dilaksanakan secara maksimal sesuai dengan tujuan penggunaan dari dana desa yang diberikan oleh pemerintahan. Dalam anggaran pendanaan serta realisasi penggunaan dari dana desa beserta pendapatan desa lainnya digunakan dalam bidang pembangunan dan bidang pemberdayaan, pelaksanaan suatu kegiatan pengelolaan dana desa dalam meningkatkan pembangunan fisik dan pemberdayaan masyarakat dengan anggaran dana desa di Desa Wage didasarkan pada peraturan menteri dalam negeri nomor 20 tahun 2018 mengenai pengelolaan keuangan desa digunakan untuk kegiatan

pemberdayaan dengan presentase 30%. Bentuk suatu pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat yang sudah terealisasi dengan adanya dana desa yaitu seperti penyelenggaraan posyandu, pengembangan badan usaha milik desa, memberikan sembako kepada masyarakat desa wage dan bantuan sosial lainnya, jadi hal ini pemerintah desa wage dapat menanggulangi angka kemiskinan warganya.

2. Peningkatan pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintahan desa Wage sudah direalisasikan, pemerintah Desa Wage merealisasikan keuangan dana desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat nya. Dalam hal anggaran pendapatan serta realisasi penggunaan dari dana desa beserta pendapatan desa lain dipergunakan dalam bidang pembangunan masyarakat desa Wage dengan presentase sebesar 70% hal ini dilakukan sesuai dengan aturan yang berlaku dan perencanaan pengelolaan dana desa sudah dilaksanakan dengan baik, maksimal dan sesuai dengan aturan yang sudah berlaku dan sesuai prosedur.
3. Efektivitas pengelolaan alokasi dana desa dilihat dari bagaimana proses penggunaan dana desa, penggunaan dana desa dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Wage meliputi penggunaan dalam kegiatan pembinaan PKK, pembinaan dan pemberdayaan keluarga berencana, pembinaan peningkatan kapasitas masyarakat desa. Semua kegiatan bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat sehingga pembangunan desa Wage dapat berjalan dengan efektif dan optimal.

SIMPULAN

Melalui analisis yang dilakukan, disimpulkan bahwa hasil koefisien determinasi (R^2) adalah 0,349= 34,9% berarti variabel bebas yakni Ukuran perusahaan, Fee Audit, Audit Tenure, dan Rotasi Audit berdampak pada variabel terikat yakni Kualitas Audit dengan nilai 34,9%, sehingga 65,1% sisanya dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dilakukan dalam riset ini.

Kesimpulan hasil uji hipotesis sebagai berikut:

- a. Pengujian (H_1) didapatkan nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$. disimpulkan Ukuran Perusahaan berdampak pada Kualitas Audit.
- b. Pengujian (H_2) didapatkan nilai $\text{sig } 0,904 > 0,05$, disimpulkan Fee Audit tidak berdampak pada Kualitas Audit.
- c. Pengujian (H_3) didapatkan nilai $\text{sig } 0,641 > 0,05$, disimpulkan Audit Tenure tidak berdampak pada Kualitas Audit.
- d. Pengujian (H_4) didapat nilai $\text{sig } 0,507 > 0,05$, disimpulkan Rotasi Audit tidak berdampak pada Kualitas Audit.
- e. Pengujian dengan uji-F diperoleh nilai $f \ 9.528$ dengan tingkat signifikasi senilai 0,000. Sehingga $\text{sig. } f$ lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). kesimpulannya Ukuran perusahaan, Fee Audit, Audit Tenure, dan Rotasi Audit berdampak pada Kualitas Audit

DAFTAR PUSTAKA :

Febby Febriantika Noer Fisabilillah, A. R. (2020). Efektivitas Pengelolaan Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat .

- Kinaro, M. (2019). Efektivitas Pengelolaan Dana Desa Dalam Pembangunan Infrastruktur di Desa Kajhu, Kecamatan Baitussalam, Kabupaten Aceh. 2-3.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Keuangan Desa.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 84 Tahun 2015 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Pemerintah Desa.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Satriadi, E. D. (2020). Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Tani Harapan Kecamatan Loa Janan.

PENGARUH SANKSI ADMINISTRASI, PELAYANAN, DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN PEMBAYARAN PBB

Ika Nurjayanti¹, Widiar Onny Kurniawan²

Email correspondence: ikanurjayanti2000@gmail.com

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

ABSTRACT

This study aims to determine and examine the effect of administrative sanctions, services, and awareness of taxpayers on compliance with land and building tax payments. This research is a type of quantitative research. This research was conducted in Niron Kulon Hamlet, Gadingwatu Village, Menganti District, Gresik Regency, and in it there are 7 hamlets. The population in this study are PBB taxpayers in Niron Kulon Hamlet, Gadingwatu Village, Menganti District, Gresik Regency, with the determination of the sample using the Non Probability Sampling method with a total sample of 118 respondents. Data analysis in this study used Validity, Reliability, Classical Assumptions and Hypothesis Testing (t and F). The results of this study indicate (1) administrative sanctions affect compliance with land and building tax payments, by producing a t-test of 5.542 and a significant value of 0.000 (> 0.05) (2) services affect compliance with land and building tax payments, by generating a t-count value of 2.915 and a significant value of 0.004 (> 0.05) (3) taxpayer awareness has an effect on compliance with land and building tax payments, by producing a t-count value of 4.350 and a significant value of 0.000 (> 0.05) (4) administrative sanctions, services, and awareness of taxpayers have a simultaneous effect on compliance with land and building tax payments, resulting in an F-count value of 59.390 and a significant value of 0.000 (> 0.05).

Keywords : : Administrative Sanctions, Taxpayer Awareness, PBB Payment Compliance.

PENDAHULUAN

Keikutsertaan pokok perpajakan pada negara yang dijadikan sebagai hutang perorangan ataupun lembaga dengan sifat memaksa yang didasarkan pada UU, serta tidak memperoleh manfaat yang langsung serta dipergunakan sebagai kebutuhan negara dalam upaya memakmurkan warganya yang biasa disebut dengan pajak (UU KUP No.16 Tahun 2009 Pasal 1 (1). Salah satu fungsi perpajakan ialah asal keuangan negara sebagai sesuatu yang diterima negara dengan penggunaannya dialokasikan guna pembiayaan seluruh hal yang dikeluarkan rutin maupun dalam upaya membangun negara. Pajak memiliki

beragam aturan yang sudah ditetapkan pada UU dengan tuntutan tiap kewajiban perpajakan agar paham mengenai seluruh peraturan perpajakan yang ditetapkan. Sebagai upaya peningkatan untuk menyejahterakan seluruh warga Indonesia bisa direalisasikan dengan bentuk mengikuti aturan dengan sesuai serta melakukan upaya dalam membangun sarana ataupun prasarana disetiap bidang, dengan dukungan dana pembiayaan yang mencukupi. Zumrotun, 2016 mengemukakan bahwasanya untuk membiayai negara dana bersumber dari hasil pembayaran pajak.

Beberapa kejadian yang ada mengenai berkurangnya tingkat sadar warga guna melaksanakan pemenuhan pembayaran perpajakan yang wajib bagi semua orang. Warga Indonesia beranggapan bahwasanya pengadaan perpajakan dari pemerintah menjadi beban warga serta khawatir akan disalahgunakan dana perpajakan tersebut. Perorangan memiliki kewajiban perpajakan dengan tingkat sadar yang minim pasti berkecenderungan tidak melakukan wajib perpajakan ataupun peraturan pajak yang dibelakakan akan dilanggar. Dengan demikian, perlunya tingkat dalam wajib pajak bersumber pada niat perorangan serta nantinya bisa dihasilkan kegunaan ataupun hal yang berarti mengenai hasil pengumpulan perpajakan yang dimaksud (Syaiful, 2016).

Pembayaran perpajakan Bumi serta Bangunan ialah suatu macam perpajakan yang perlu dilakukan pembayaran oleh perorangan. Perpajakan yang dilimpahkan pada hasil Bumi serta kepemilikan gedung, dimanfaatkan serta dikuasai perorangan ataupun lembaga dengan pengecualian wilayah pertambangan, perhutanan serta perkebunan ialah penjelasan mengenai perpajakan Bumi serta Bangunan (UU No.28 Tahun 2009).

Sebagai pengoptimalan diterimanya Pajak Bumi serta Bangunan langkah yang dapat digunakan ialah dengan melakukan peningkatan untuk patuh kewajiban perpajakan untuk Bumi serta Bangunan serta mendisiplinkan pengetatan yang menjadikan kewajiban perpajakan sebagai pertanggungjawaban serta tidak melaksanakan penunggakan ataupun terlambat dalam menyetorkan perpajakan. Patuh terhadap kewajiban perpajakan memiliki pengaruh dari berbagai faktor ialah: tarif perpajakan, pemeriksaan perpajakan, penegakan hukum pajak, pemberian layanan kewajiban perpajakan serta keadaan manajemen pengadministrasian perpajakan di sebuah negara. Berbagai faktor yang bersumber dari perpajakan sendiri ialah: tingkat sadar pajak, omset, pengalaman serta tingkat pemahaman. Sebuah usaha dalam peningkatan patuh kewajiban perpajakan ialah dengan memberi layanan yang sesuai pada perorangan dengan kewajiban perpajakan. Layanan yang diberi pada perorangan dengan kewajiban perpajakan ialah layanan terbuka dengan pengarahan untuk sebuah langkah dalam memenuhi apa yang dibutuhkan warga mengenai pelaksanaan aturan UU yang diberlakukan (Rahayu, 2017).

Dari penjelasan yang telah dipaparkan, peneliti memutuskan melaksanakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Sanksi Administrasi, Pelayanan, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Pembayaran PBB”.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian berada di Kabupaten Gresik tepatnya kecamatan Menganti desa Gadingwatu didusun Niron Kulon. Pendekatan kuantitatif dipergunakan sebagai metode penelitian, sebanyak 118 responden dipergunakan sebagai sampel penelitian, sampling jenuh dipergunakan sebagai metode diambilnya sampel yang dipergunakan serta data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner dipergunakan sebagai sumber data..

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Teknik analisis data mempergunakan regresi linier ganda, uji asumsi klasik serta uji instrument, kemudian untuk pengujian hipotesis dipergunakan uji F serta uji T.

Uji Instrumen

Uji instrumen digunakan sebagai alat ukur apakah data yang digunakan tersebut valid dan realibel.

1.Uji Validitas

Sugiyono (2017:267), mengemukakan uji validitas ialah penetapan derajat antar data yang ada dalam obyek penelitian beserta data yang dapat di laporkan peneliti.

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	Nilai r Hitung	r tabel	Keterangan
Sanksi Administrasi (X_1)			
$X_{1,1}$	0.739	0.1809	Valid
$X_{1,2}$	0.636	0.1809	Valid
$X_{1,3}$	0.750	0.1809	Valid
$X_{1,4}$	0.577	0.1809	Valid
$X_{1,5}$	0.683	0.1809	Valid
$X_{1,6}$	0.576	0.1809	Valid
$X_{1,7}$	0.310	0.1809	Valid
$X_{1,8}$	0.269	0.1809	Valid
Pelayanan (X_2)			
$X_{2,1}$	0.684	0.1809	Valid
$X_{2,2}$	0.714	0.1809	Valid
$X_{2,3}$	0.714	0.1809	Valid
$X_{2,4}$	0.705	0.1809	Valid
$X_{2,5}$	0.670	0.1809	Valid
$X_{2,6}$	0.683	0.1809	Valid
$X_{2,7}$	0.666	0.1809	Valid
$X_{2,8}$	0.673	0.1809	Valid
Kesadaran Wajib Pajak (X_3)			
$X_{3,1}$	0.672	0.1809	Valid
$X_{3,2}$	0.540	0.1809	Valid
$X_{3,3}$	0.609	0.1809	Valid
$X_{3,4}$	0.689	0.1809	Valid
$X_{3,5}$	0.668	0.1809	Valid
$X_{3,6}$	0.619	0.1809	Valid
$X_{3,7}$	0.375	0.1809	Valid
$X_{3,8}$	0.427	0.1809	Valid
Kepatuhan Pembayaran Pajak (Y)			
Y_1	0.508	0.1809	Valid
Y_2	0.638	0.1809	Valid
Y_3	0.638	0.1809	Valid
Y_4	0.790	0.1809	Valid
Y_5	0.585	0.1809	Valid
Y_6	0.807	0.1809	Valid
Y_7	0.794	0.1809	Valid
Y_8	0.553	0.1809	Valid

Dari data tabel diatas bisa di simpulkan bahwasanya r hitung diperoleh nilai berdasarkan tiap variabel memiliki nilai > r tabel, dengan demikian uji validitas yang digunakan setiap variabel layak untuk dilanjutkan analisis data.

2. Uji Reliabilitas

Ghozali (2016:48), mengemukakan bahwasanya alat yang dipergunakan untuk melakukan pengukuran sebuah kuisioner yang berupa poin sebuah variabel ialah reliabilitas. Sebuah kuisioner bisa disebut reliabel ketika responden menjawab pertanyaan dengan jawaban yang tidak berubah-ubah disetiap pertanyaan yang sama.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Nilai Kritis	Cronbach Alpha	Keterangan
Sanksi Administrasi (X ₁)	0,70	0.702	Reliabel
Pelayanan (X ₂)	0,70	0.841	Reliabel
Kesadaran Wajib Pajak (X ₃)	0,70	0.710	Reliabel
Kepatuhan Pembayaran Pajak (Y)	0,70	0.816	Reliabel

Sumber : Pengolahan data primer pada SPSS

Dari hasil uji reabilitas pada tabel diatas bisa disimpulkan bahwasanya item pernyataan pada semua variabel pada instrumen penelitian atau angket dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan item pernyataan pada seluruh variabel mempunyai hasil nilai cronbach alpha > 0,70 maka uji reliabilitas didalam penelitian ini bisa memperoleh hasil dengan bentuk data yang bisa di percaya.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Ghozali (2016:163), mengemukakan bahwa Uji normalitas dilakukan sebagai uji untuk mengetahui didalam sebuah model regresi baik variabel dependen ataupun independen atau dua-duanya memiliki data berdistribusi tidak normal ataupun norma. Uji normalitas yang telah dilaksanakan dipaparkan dibawah ini:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		118
Normal Parameters	Mean	.000000
	Std.	
	Deviation	1.90636889
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.046
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Sumber : Pengolahan data primer pada SPSS

Hasil pengujian pada tabel diatas menghasilkan nilai signifikan 0,200, dengan artinya bahwasanya hasil yang diperoleh diatas 0,05. Dengan demikian data dapat dinyatakan memiliki data dengan distribusi normal dan dapat dilanjutkan pada uji berikutnya.

2. Uji Autokorelasi

Pengujian yang dipergunakan didalam model regresi liner terdapat korelasi mengenai kekeliruan pengganggu di waktu t dan kekeliruan pengganggu di waktu t-1 ataupun sebelumnya merupakan penjelasan penggunaan uji autokorelasi Ghozali (2016:107-108). Metode Durbin-Watson ialah metode yang dipergunakan pada penelitian ini. Uji autokorelasi yang telah dilaksanakan pada penelitian ini dipaparkan dibawah ini:

Tabel 4.
Hasil Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.966	.933	.926	.55089	1.824

Sumber : Pengolahan data primer pada SPSS

Hasil pengujian yang dipaparkan dalam tabel diatas menghasilkan hasil d hitung 1,824, yang artinya nilai tersebut berada diatas nilai du yaitu 1,752. Maka bisa di simpulkan tidak terdapat adanya gejala autokorelasi.

3.Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas ialah uji yang dipergunakan agar diketahui dalam sebuah model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas ataupun variabel independent. Ghozali (2016:103), mengemukakan tingginya variabel dalam sampel merupakan akibat dalam multikolinieritas. Hasil multikolinieritas dapat dipaparkan dibawah ini :

Tabel 5.
Hasil Uji Multikolinieritas

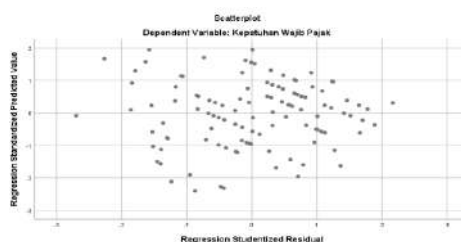
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Sanksi Administrasi	.565	1.769
Pelayanan	.864	1.158
Kesadaran Wajib Pajak	.580	1.724

Sumber : Pengolahan data primer pada SPSS

Dari hasil dipaparkan dalam tabel di atas bisa dilihat bahwasanya hasil toleransi tiap variabel > 0,10, begitu juga dengan hasil VIF>10. Maka bisa di simpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas didalam model regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian yang dipergunakan agar bisa mengetahui terdapatnya perbedaan variansi pada residual pengamatan pertama kepengamatan lainnya pada model regresi disebut dengan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134). ketika variansi pada resiudal pengamatan pertama kepengamatan lain hasilnya sama, kemudian bisa diputuskan bahwa itu homoskedastisitas serta ketika terdapat perbedaan dikatakan heteroskedastisitas. Ketika tidak terdapat heteroskedastisitas serta bernilai homoskedastisitas ialah sebuah model regresi yang bagus. Hasil dari pengujian yang telah dilaksanakan dengan mempergunakan uji heteroskedastisitas dipaparkan dibawah ini:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Pengolahan data primer pada SPSS

Berdasarkan hasil gambar diatas diperlihatkan bahwasanya titik data tersebar dengan tidak teratur, dengan penyebaran berada diatas serta dibawah nilai 0 dalam sumbu Y. Maka bisa di simpulkan bahwasanya tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda berfungsi untuk mengetahui berpengaruhnya variabel independen X1 konsekuensi administrasi , X2 layana serta X3 tingkat sadar perorangan kewajiban perpajakan pada variabel dependen Y1 tingkat rasa patuh pembayaran perpajakan. Hasil pengujian yang telah dilaksanakan dengan mempergunakan menganalisis regresi linier ganda dipaparkan dibawah ini :

Tabel 6.

Hasil Uij Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-4.075	2.974	
Sanksi Administrasi	.526	.095	.431
Pelayanan	.115	.053	.183
Kesadaran Wajib Pajak	.424	.097	.334

Sumber : Pengolahan data primer pada SPSS

Dalam pemaparan tabel di atas diperoleh kesamaan regresi linier ganda yaitu:

$$Y = -4.075 + 0.526X_1 + 0.115X_2 + 0.424X_3 + e$$

Dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Nilai Konstanta (α)

Nilai konstanta (α) pada tabel adalah -4.075 dapat dijelaskan bahwa jika sanksi administrasi, pelayanan serta tingkat sadar perorangan kewajiban perpajakan bernilai konstan, jadi nilai tingkat rasa patuh pembayaran erpajakan -4.075.

b. Koefisien Regresi Variabel Konsekuensi Administrasi (X_1)

Nilai koefisien regresi sanksi administrasi adalah 0.526. Nilai positif di atas menunjukkan sanksi administrasi dan kepatuhan pembayaran pajak (Y) terdapat hubungan yang searah. Dimana mempunyai arti apabila variabel sanksi administrasi mengalami kenaikan sebesar 1satuan, jadi nilai variabel tingkat rasa patuh pembayaran perpajakan mendapat kenaikan 0.526.

c. Koefisien Regresi Variabel Pelayanan (X_2)

Nilai koefisien regresi pelayanan adalah 0.115. Tanda positif tersebut menunjukkan pelayanan dan kepatuhan pembayaran pajak (Y) terdapat hubungan yang searah, dimana mempunyai arti apabila variabel pelayanan mengalami

kenaikan 1satuan, jadi variabel tingkat rasa patuh pembayaran perpajakan mendapatkan kenaikan 0.115.

d. Koefisien Regresi Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X_3)

Hasil koefisien regresi tingkat rasa sadar perorangan kewajiban perpajakan ialah 0.424. Tanda + tersebut menunjukkan tingkat rasa sadar perorangan kewajiban perpajakan serta tingkat rasa patuh pembayaran perpajakan (Y) terdapat hubungan yang searah, dimana mempunyai arti apabila nilai variabel tingkat rasa sadar perorangan kewajiban perpajakan naik 1satuan, jadi hasil variabel tingkat rasa patuh pembayaran perpajakan juga mendapatkan kenaikan 0.424.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji Parsial (Uji t) dipergunakan dalam melaksanakan uji agar diketahui tiap variabel independen berkemampuan memperjelaskan tindakan variabel dependen (Ghozali, 2016:97). Hasil pengujian yang telah dilaksanakan dengan menggunakan uji t dipaparkan dibawah ini:

Tabel 7.

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	-4.075	2.974		-1.370	.173
Sanksi Administrasi	.526	.095	.431	5.542	.000
Pelayanan	.155	.053	.183	2.915	.004
Kesadaran Wajib Pajak	.424	.097	.334	4.350	.000

Sumber : Pengolahan data primer pada SPSS

Dari Hasil yang dipaparkan pada tabel diatas untuk regresi linier ganda dapat disimpulkan sebagai berikut :

- X1 Konsekuensi administrasi mendapatkan signifikansi $0,000 < 0,05$, jadi H1 diterima yang diartikan adanya pengaruh positif serta signifikansi pada sanksi administrasi pada kepatuhan pembayaran PBB.
- X2 Layanan mendapatkan signifikansi $0,004 < 0,05$, jadi H2 diterima yang diartikan adanya pengaruh positif serta signifikansi pada pelayanan pada kepatuhan pembayaran PBB.
- X3 Tingkat rasa sadar perorangan dengan kewajiban perpajakan mendapatkan signifikansi $0,000 < 0,05$, jadi H3 diterima yang diartikan adanya pengaruh positif serta signifikansi pada tingkat rasa sadar perorangan dengan kewajiban perpajakan pada tingkat rasa patuh dalam membayar PBB.

2. Uji F

Uji F dilaksanakan agar diketahui level signifikan keterkaitan antar variabel bebas bersamaan pada variabel terikat (Ghozali, 2016:96). Hasil pengujian yang telah dilaksanakan dengan menggunakan uji f dipaparkan dibawah ini:

Tabel 8.

Hasil Uji F

Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	664.556	3	221.519	59.390	.000 ^b
Residual	425.206	114	3.730		
Total	1089.763	117			

Sumber : Pengolahan data primer pada SPSS

Dari pemaparan hasil uji F di atas terdapat hasil F-hitung 59,390 serta hasil signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi bisa disimpulkan bahwasanya variabel Konsekuensi Administrasi, Layanan serta Tingkat rasa sadar perorangan dengan kewajiban perpajakan mendapatkan pengaruh positif serta signifikansi pada tingkat rasa patuh dalam membayar perpajakan Bumi serta Bangunan di Kabupaten Gresik tepatnya dikecamatan Menganti Desa Gdingwatu Dusun Niron Kulon.

KESIMPULAN

Dari beragam upaya dalam menganalisis data yang sudah dilaksanakan bisa disimpulkan bahwasanya:

1. Variabel sanksi administrasi (X1) diketahui dalam uji t hasil signifikansi $0,000 < 0,05$, jadi sanksi administrasi dinyatakan berpengaruh terhadap kepatuhan pembayaran PBB sehingga H1 diterima.
2. Variabel pelayanan (X2) diketahui dalam uji t hasil signifikansi $0,004 < 0,05$, jadi layanan dinyatakan mempunyai pengaruh pada tingkat rasa patuh pembayaran PBB sehingga H2 diterima.
3. Variabel kesadaran wajib pajak (X3) diketahui dalam uji t hasil signifikansi $0,004 < 0,05$, jadi kesadaran perorangan dengan kewajiban perpajakan dinyatakan mempunyai pengaruh pada tingkat rasa patuh pembayaran PBB sehingga H3 diterima.
4. Variabel konsekuensi administrasi, layanan serta tingkat rasa sadar perorangan dengan kewajiban perpajakan dalam uji F diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05, maka sanksi administrasi, pelayanan, dan kesadaran wajib pajak dinyatakan berpengaruh secara simulta terhadap kepatuhan pembayaran PBB sehingga H4 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia dkk, (2016). Pengaruh Pengenaan Sanksi Administrasi Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Pada Kantor Samsat Kabupaten Bengkalis Riau). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.31 No.1 Universitas Brawijaya.
- Cahyadi dkk, (2016). Pengaruh Kesadaran, Sosialisasi, Akuntabilitas Pelayanan Publik Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. E-Jurnal Akuntansi. Universitas Udayana, 16(3) 2342-2373.
- Devano, S. D. (2017). *Perpajakan : Konsep, Teori dan Isu*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harfika dan Abdullah (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya, *Balance*, XIV(1), 44-56.
- Herlina, Vivi. (2020). Pengaruh Sanksi, Kesadaran Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan di Kabupaten Kerinci.
- Lestari dkk (2016). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Kabupaten Kepulauan Selayar). Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar.
- Mardiasmo, MBA., AK (2018), *Perpajakan. Edisi Revisi 2018*. Yogyakarta: Penerbit:Andi.
- Marni Sulistyowati (2018)Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar Di SAMSAT Kabupaten Tebo). *Jurnal Ilmu Akuntansi*. Universitas Muara Bungo. Jambi.
- Pratiwi, Iga Cyndi. (2018). Pengaruh Pelayanan Fiskus, Pengetahuan Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Di Wilayah Kpp Pratama Tigaraksa). Universitas Multimedia Nusantara Tangerang.
- Siregar dkk (2016). Pengaruh Pelayanan Fiksus Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Terhadap Wajib Pajak Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Universitas Diponegoro. Vol 1 No.1.
- Siti Kurnia Rahayu, (2017). *Perpajakan Konsep dan Aspek Formal*. Penerbit Rekayasa Bisnis: Bandung.
- Syaiful, R. (2016). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Administrasi Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pajak Bumi Dan Bangunan (Studi Empiris Di Kecamatan Koto Tengah Padang). *Jurnal Akuntansi*, 4(2).
- Undang-Undang KUP No. 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, PBB sektor perdesaan dan perkotaan.

PENGARUH PENERIMAAN BEA PEROLEHAN HAK ATAS TANAH DAN BANGUNAN (BPHTB) DAN PAJAK BUMI DAN BANGUNAN PEDESAAN DAN PERKOTAAN (PBB-P2) TERHADAP HASIL PAJAK DAERAH KABUPATEN SIDOARJO 2018-2021

Syafidra Amelia¹, Yuni Sukandani², Fauziyah³

Email correspondence: syafidraamelia81@gmail.com

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

ABSTRACT

Regional taxes are mandatory contributions to regions owed by individuals or entities that are coercive under the law. Bphtb and PBB-P2 are the largest local tax revenues. The purpose of this study was to determine how much influence Bphtb and PBB-P2 had on local tax results in Sidoarjo district in 2018-2021. The population is the financial report of the Sidoarjo district tax results, totaling 18 districts in 2018-2021 so that a sample of 8 districts is obtained from the specified criteria. Data collection using documentation. The method of analysis used multiple linear regression. The results of the coefficient of determination test show that the independent variable has an impact on the dependent variable 88.8% while the remaining 11.2% is influenced by other variables outside this model. The results of the t test show that Bphtb has an impact on local tax results ($0.000 < 0.05$) and PBB-P2 also has an impact on local tax results ($0.000 < 0.05$). While the F test shows that Bphtb and PBB-P2 simultaneously have an impact on local tax results ($0.000 < 0.05$).

Keywords : : BPHTB, PBB-P2, local tax results

PENDAHULUAN

Dalam Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (PDRD) pemerintah menerapkan kebijakan otonomi daerah untuk meningkatkan dan mengelola potensi masing-masing yang ada di daerah tersebut untuk kemakmuran. Salah satu kebijakan otonomi daerah dan desentralisasi fiskal adalah pengalihan pengelolaan Pajak Bumi dan Bangunan untuk sektor Perdesaan dan Perkotaan (PBB P2) dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu daerah yang menerapkan kebijakan otonomi daerah, sehingga secara langsung juga mengelola BPHTB dan PBB-P2 untuk kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis bermaksud untuk mengadakan penelitian untuk mengetahui pengaruh PBB dan BPHTB terhadap hasil pajak daerah serta pengaruh BPHTB dan PBB-P2 secara simultan terhadap hasil pajak daerah setelah pemungutan

kedua pajak tersebut dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan pada periode tahun 2018 sampai dengan tahun 2021.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasinya menggunakan laporan keuangan hasil pajak daerah tahun 2018-2021. Pengambilan sampel memakai teknik purposive sampling sehingga didapat 8 kecamatan, sumber data didapat dari Badan pendapatan daerah kabupaten Sidoarjo.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Teknik analisis data memakai asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), dan hipotesis dengan t-test dan F-test.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas:

Hasil uji ditunjukkan pada tabel berikut :

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,05778918
Most Extreme Differences	Absolute	0,110
	Positive	0,082
	Negative	-0,110
Test Statistic		0,110
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}

Dari tabel diatas, didapatkan nilai 0,200 > 0,05 yang berarti uji tersebut berdistribusi normal.

2) Uji Multikolonieritas

Hasil uji ditunjukkan pada tabel berikut :

Coefficients ^a				Sig.	Collinearity Statistics
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients ^t			
	B	Std. Error Beta			Tolerance VIF
1	(Constant)	-,028	,028	-1,004	,324

Bphtb	,232	,055	,347	4,256	,000	,544	1,838
PBB-P2	,387	,047	,677	8,315	,000	,544	1,838

Dari tabel tersebut, didapatkan nilai tolerance dari BHTB dan PBB-P2 ialah $>0,10$. Serta VIF yang didapat <10 . Sehingga kesimpulannya ialah model regresi terbebas dari gejala multikolonieritas.

3) Uji Autokolerasi

Hasil uji ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,946 ^a	,895	,888	,06381	1,449

Dari tabel tersebut, didapatkan nilai DW sebesar 1,449 sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan Durbin Watson yaitu berada di antara $-2 \leq 1,449 \leq 2$ yang artinya tidak terjadi autokorelasi terhadap data yang di uji.

4) Uji Heterokedastisitas

Hasil uji ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients ^t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	,034	,016		2,066 ,048
	Bphtb	-,001	,032	-,006	-,025 ,980
	PBB-P2	,024	,027	,216	,880 ,386

Dapat dilihat dari gambar diatas, diketahui titik observasi menyebar keatas dan kebawah angka nol pada sumbu Y. untuk itu, model regresi tersebut bebas dari gejala Heterokedastisitas.

Regresi Linear Berganda

Hasil uji ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5 Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,028	,028		-1,004	,324
	Bphtb	,232	,055	,347	4,256	,000
	PBB-P2	,387	,047	,677	8,315	,000

Dari tabel diatas, persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = -0,028 + 0,232 X_1(\text{BPHTB}) + 0,387 X_2(\text{PBB-P2}) + e$$

Persamaan diatas, dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien

Nilai koefisien konstanta (α)-0,028 artinya apabila nilai variabel bebas BPHTB (X_1) dan PBB-P2 (X_2) bernilai nol (0), maka hasil pajak daerah (Y) sebesar 0,028

2. Variabel BPHTB memiliki nilai koefisien regresi 0,232

3. PBB-P2 mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,387

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien	R	,946
Determinasi	R Square	,895
(R ²)	Adjusted R Square	,888

Dari tabel diatas, diperoleh *Adjusted R Square* sebesar 0,888(88,8%) artinya variabel bebas berdampak pada variabel terikat sebesar 88,8%, sementara 11,2% sisanya dipengaruhi variabel lain.

Uji Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Hasil uji ditunjukkan pada tabel berikut :

Variabel	t _{hitung}	Sig.	keterangan
BPHTB	7,397	,000	Hipotesis diterima
PBB-P2	12,103	,000	Hipotesis diterima

Sumber: Output SPSS 23, data diolah

Dari tabel diatas, dijelaskan sebagai berikut:

- BPHTB didapat nilai t_{hitung} sebesar 7,397 dengan sig. sebesar 0,000, maka nilai sig. 0,000 < taraf sig. 0,05, berarti H_1 diterima. Berarti BPHTB berdampak pada hasil pajak daerah. Hipotesis diterima.
- PBB-P2, didapat nilai t_{hitung} sebesar 12,103 dengan sig. sebesar 0,000, maka nilai sig. 0,000 < taraf sig. 0,05, berarti H_2 diterima. Berarti PBB-P2 berdampak pada hasil pajak daerah. Hipotesis diterima.

2) Uji F (Simultan)

Hasil uji ditunjukkan pada tabel berikut :

F _{hitung}	Sig.	Keterangan
124,066	,000 ^b	Hipotesis diterima

Sumber: Output SPSS 23, data diolah

Dari tabel diatas, didapat nilai F_{hitung} sebesar 124,066 dengan sig. 0,000, maka nilai sig.0,000 < taraf sig.0,05, berarti H₃ diterima. Berarti BPHTB dan PBB-P2 secara bersama berdampak pada Hasil Pajak Daerah. Hipotesis diterima.

KESIMPULAN

Dari beragam upaya dalam menganalisis data yang sudah dilaksanakan bisa di simpulkan bahwasanya:

1. Variabel sanksi administrasi (X1) diketahui dalam uji t hasil signifikansi $0,000 < 0,05$, jadi sanksi administrasi dinyatakan berpengaruh terhadap kepatuhan pembayaran PBB sehingga H1 diterima.
2. Variabel pelayanan (X2) diketahui dalam uji t hasil signifikansi $0,004 < 0,05$, jadi layanan dinyatakan mempunyai pengaruh pada tingkat rasa patuh pembayaran PBB sehingga H2 diterima.
3. Variabel kesadaran wajib pajak (X3) diketahui dalam uji t hasil signifikansi $0,004 < 0,05$, jadi kesadaran perorangan dengan kewajiban perpajakan dinyatakan mempunyai pengaruh pada tingkat rasa patuh pembayaran PBB sehingga H3 diterima.
4. Variabel konsekuensi administrasi, layanan serta tingkat rasa sadar perorangan dengan kewajiban perpajakan dalam uji F diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05, maka sanksi administrasi, pelayanan, dan kesadaran wajib pajak dinyatakan berpegaruh secara simulta terhadap kepatuhan pembayaran PBB sehingga H4 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia dkk, (2016). Pengaruh Pengenaan Sanksi Administrasi Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Pada Kantor Samsat Kabupaten Bengkalis Riau). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.31 No.1 Universitas Brawijaya.
- Cahyadi dkk, (2016). Pengaruh Kesadaran, Sosialisasi, Akuntabilitas Pelayanan Publik Dan Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. E-Jurnal Akuntansi. Universitas Udayana, 16(3) 2342-2373.
- Devano, S. D. (2017). *Perpajakan : Konsep, Teori dan Isu*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harfika dan Abdullah (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya, Balance, XIV(1), 44-56.
- Herlina, Vivi. (2020). Pengaruh Sanksi, Kesadaran Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan di Kabupaten Kerinci.

- Lestari dkk (2016). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Kabupaten Kepulauan Selayar). Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar.
- Mardiasmo, MBA., AK (2018), *Perpajakan. Edisi Revisi 2018*. Yogyakarta: Penerbit:Andi.
- Marni Sulistyowati (2018)Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, Sanksi Perpajakan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar Di SAMSAT Kabupaten Tebo). Jurnal Ilmu Akuntansi. Universitas Muara Bungo. Jambi.
- Pratiwi, Iga Cyndi. (2018). Pengaruh Pelayanan Fiskus, Pengetahuan Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Di Wilayah Kpp Pratama Tigaraksa). Universitas Multimedia Nusantara Tangerang.
- Siregar dkk (2016). Pengaruh Pelayanan Fiksus Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Terhadap Wajib Pajak Di Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro. Vol 1 No.1.
- Siti Kurnia Rahayu, (2017). *Perpajakan Konsep dan Aspek Formal*. Penerbit Rekayasa Bisnis: Bandung.
- Syaiful, R. (2016). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Administrasi Perpajakan, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pajak Bumi Dan Bangunan (Studi Empiris Di Kecamatan Koto Tengah Padang). *Jurnal Akuntansi*, 4(2).
- Undang-Undang KUP No. 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, PBB sektor perdesaan dan perkotaan.

PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, LEVERAGE, DAN GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Maria Kristanti Bere¹, Yuni Sukandani²

Email correspondence: christamaria648@gmail.com¹, yunis@unipasby.ac.id²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

ABSTRACT

The study was conducted to determine the role of Dividend Policy, Leverage and Growth Opportunity on Firm Value. The annual financial statements of manufacturing companies in the plastic and packaging sub-sector on the IDX for 2017-2021, as many as 14 companies are taken as the population. While the sample is 8 companies. Purposive sampling was used as a sampling technique. The secondary data source is obtained through the IDX's official website (www.idx.co.id). Documentation is used for data collection techniques. Data analysis through classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), f & t test. The results of the coefficient of determination (R^2) show that dividend policy, leverage and growth opportunity affect the firm value by 33.4%. Meanwhile, 66.6% were influenced by factors that were excluded in this study. The results of the t-test showed that dividend policy had no effect on firm value and the value of sig. $0.016 > 0.05$. Leverage has a value role of $0.000 < 0.05$. Growth opportunity has no effect, the significance value is $0.913 > 0.05$. The F test states that dividend policy, leverage and growth opportunity have a simultaneous effect on the firm value of sig. $0.000 < 0.05$.

Keywords : : Dividend policy, Leverage, Growth opportunity, Firm Value

PENDAHULUAN

Kemajuan zaman telah mengalami banyak perubahan, terutama pada masa globalisasi yang sedang berlangsung. Perkembangan dunia usaha di Indonesia mewujudkan setiap substansi perusahaan siap berkompetisi agar menggerakkan asosiasinya. Rakyat umum bisa memandang kepuasan suatu organisasi melalui pelaksanaan administrasi umum dengan manfaat sebagai batasan presentasi.

Tiap perusahaan menginginkan usahanya dapat berkembang. Perkembangan ini terjadi jika manajemen memiliki kemampuan untuk memutuskan kebijaksanaan dalam merancang, memperoleh dan menggunakan asset untuk memaksimalkan anggaran perusahaan. Permasalahan yang dialami perusahaan yakni bagaimana instansi dapat memperoleh aset serta memakai dana dengan seefisien yang bisa diharapkan.

Dengan berkembangnya susunan ekonomi dunia itu sudah menghadapi perbaikan yang mengarah pada kerangka keuangan ekonomi yang tidak terbatas, perusahaan tetap menuju untuk membangun tenaga saingnya. Dalam oposisi itu, akan ada pemilihan yang tinggi. Tiap perusahaan diharapkan untuk senantiasa mencari cara untuk memenangkan oposisi dengan berurusan dengan organisasi sebaik yang diharapkan. Perusahaan dapat dianggap beruntung jika memenangkan persaingan dengan perseroan lain, salah satu penanda yang artinya bisa memperoleh keuntungan bagi pemiliknya.

Persaingan perseroan memberikan pengaruh bagi tiap perusahaan bekerja untuk mengembangkan performa yang lebih baik sehingga dapat menyaingi perusahaan yang berbeda. Di Indonesia masih banyak perusahaan-perusahaan yang belum maksimal dalam pelaksanaan fungsi manajemen keuangan tersebut sehingga tidak dapat menstabilkan nilai perusahaan tersebut (Jurnal Ilmiah Manajemen, 2021). Dengan demikian secara tidak langsung perusahaan mempunyai tujuan untuk meningkatkan pengembalian bagi para pemegang sahamnya. Motivasi penting di balik sebuah perseroan yakni untuk memperluas kekayaan investor, yang akan berdampak positif pada nilai perusahaan (Kumar, Colombage & Rao, 2017). Tiap perusahaan memiliki tujuan sesaat dan tujuan jangka panjang, tujuan sementara adalah bahwa perusahaan dapat memperoleh manfaat terbesar yang dapat dibayangkan dengan menggunakan aset yang diklaim oleh perusahaan. Sementara tujuan yang ditarik adalah untuk memperkuat nilai perusahaan (Wiariningsih 2019).

Memproduksi bahan dasar menjadi produk jadi ataupun setengah jadi, yang di mana bidang industri yang termasuk dalam perusahaan manufaktur (Kompas.com, 2021). Begitu banyak Perusahaan manufaktur yang berada di Indonesia, tetapi penulis memutuskan untuk mengambil di bidang sub sektor plastik dan kemasan. Alasan penulis memilih perseroan ini karena perusahaan manufaktur di bidang tersebut menjadi sektor penting di Bursa Efek Indonesia, sehingga industri ini lebih memperlihatkan pasar modal dengan alasan bahwa industri plastik di Indonesia mungkin dapat meningkatkan, beserta ditopang oleh perluasan pemanfaatan dan berbagai jenis barang plastik termasuk kemasan, otomotif maupun elektronik. Industri plastik dan kemasan berperan penting dalam jaringan pemasukan di kawasan lainnya, seperti industri makanan dan minuman, obat-obatan, produk perawatan kecantikan, dan elektronik (Kemenperin, 2018).

Dari deskripsi di atas maka penulis menentukan untuk mengerjakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kebijakan Dividen, Leverage dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021”.

RUMUSAN MASALAH

Sesuai penjelasan yang sudah uraikan di atas, bisa di tarik rumusan masalah antara lain :

1. Sejauh mana Kebijakan dividen berperan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor plastik dan kemasan?

2. Sejauh mana Leverage mempunyai peranan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor plastik dan kemasan ?
3. Sejauh mana Growth opportunity memiliki peran terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor plastik dan kemasan ?
4. Apakah Kebijakan dividen, leverage, dan growth opportunity memiliki pengaruh secara serentak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor plastik dan kemasan?
- 5.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sebagai pedoman dan rujukan untuk melakukan penelitian ini yaitu :

1. Khodijah Safrida (2019) dengan hasil kebijakan dividen tidak berperan. Sementara leverage serta growth opportunity mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Anita Nurul Firdaus dkk., (2021) dengan hasil Kebijakan dividen dan growth opportunity tidak terdapat pengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun firm size memiliki peranan secara negatif signifikan.

Landasan Teori

Teori sinyal adalah konsep yang mempelajari mengenai fluktuasi harga di pasar yang akan memberi dampak pada pengambilan keputusan berinvestasi. Kecepatan pengembalian yang dibayarkan kepada pendukung keuangan sebagai manfaat Kebijakan dividen adalah kecepatan pengembalian yang dibagikan kepada pemilik uang sebagai laba, keseimbangan keuntungan dalam jangka panjang, penyebaran keuntungan saham, dan menawarkan pembelian kembali.

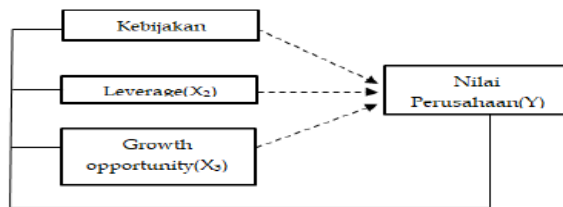
Leverage yaitu pemakaian aset dan asal dana oleh perusahaan mempunyai biaya tetap yang layak, artinya dari sumber kredit karena menyediakan bunga apabila anggaran yang tepat sepenuhnya bertujuan untuk memperluas kemungkinan keuntungan investor.

Growth opportunity merupakan jangka pertumbuhannya suatu perusahaan dimasa depan. Jika nilai growth opportunity bertambah meningkat, semakin baik juga peluang pertumbuhan di waktu nanti.

Nilai perusahaan ialah pandangan penanam modal tentang tingkat kemajuan yang dibuat supervisor dalam mengawasi aset perusahaan yang didistribusikan kepada mereka biasanya terkait dengan biaya persediaan.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan sebuah pemikiran tentang relasi jeda satu ide dengan ide yang lain untuk memberikan gambaran serta menunjukkan asumsi terkait dengan faktor yang hendak diteliti. Kerangka konseptual ini dapat dilihat dibawah ini:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

—————> = Pengaruh secara parsial
 - - - - -> = Pengaruh secara simultan

Dari gambar kerangka konseptual diatas diketahui kebijakan dividen, leverage, dan growth opportunity adalah variabel yang diduga bisa mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan demi mengetahui seberapa jauh peranan ketiga variabel terhadap variabel terikat pada perusahaan manufaktur sub sektor plastik dan kemasan yang tercatat di BEI

Hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini berikut :

H₁ = Kebijakan dividen berperan terhadap nilai perusahaan

H₂ = Leverage memiliki peranan terhadap nilai perusahaan

H₃ = Growth opportunity berperan terhadap nilai perusahaan

H₄ = Kebijakan dividen, leverage dan growth opportunity mempunyai peranan terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Adapun populasi yang digunakan yakni laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor plastik dan kemasan yang tercatat di BEI sejak 2017-2021. Teknik *purposive sampling* dipakai sebagai pengambilan sampel sehingga ada 8 perusahaan. Sumber data sekunder ditemukan www.idx.co.id. Dokumentasi digunakan sebagai metode pengumpulan data.

DEFENISI VARIABEL OPERASIONAL

Variabel bebas yang digunakan yaitu Kebijakan Dividen (X₁), Leverage (X₂) serta Growth Opportunity (X₃). Sedangkan variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan (Y). Berikut ini uraian dari setiap variabel antara lain:

Kebijakan dividen adalah ketentuan sejauh mana keuntungan dimiliki oleh perusahaan akan diberikan bagi pemilik saham dengan syarat keuntungan atau ditahan sebagai profit yang dipunyai untuk mendukung penanaman modal di kemudian hari. Variabel ini ditentukan dengan memakai *dividen payout ratio*. Rumus perhitungan nya berikut ini :

$$DPR = \frac{\text{Dividen Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

Leverage adalah tingkat tujuan pinjaman sebagai sumber pendanaan perusahaan. Variabel ini dihitung memakai *Debt to Equity Ratio* oleh rumus di bawah:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Growth Opportunity merupakan seberapa cepat perusahaan akan tumbuh di masa depan. Perhitungan variabel menggunakan *Price Earning Ratio* pada rumus berikut :

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Per Saham}}$$

Nilai perusahaan adalah pandangan pemodal tentang tingkat hasil seorang pengelola dalam menangani aset perusahaan yang dibagikan dengannya, biasanya dikaitkan dengan biaya penawaran. Variabel ini dihitung memakai *Price to Book Value* dengan rumus berikut ini :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

HASIL

Analisis Data

Peneliti melakukan pengolahan data dengan memakai beberapa uji untuk dapat membuktikan hipotesis yang diajukan dengan bantuan *software* SPSS versi 22. Uji yang digunakan yaitu asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis (t & f). Hasil pengujian antara lain:

Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.52869054
Most Extreme Differences	Absolute	.147
	Positive	.092
	Negative	-.147
Test Statistic		.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.030 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)		.475 ^a

Sumber : Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah)

berdasarkan tabel di atas bisa dilihat data berdistribusi normal. Nilai sig.(0,030) > *alpha* (0,05) yang memperlihatkan nilai tersebut berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
1 (Constant)		
Kebijakan Dividen	.751	1.331
Leverage	.758	1.318
Growth Opportunity	.765	1.307

Sumber : Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah)

Dilihat dari tabel diatas nilai *Tolerance* dari Variabel Kebijakan Dividen yakni 0,751 > 0,10, Leverage senilai 0,758 > 0,10 dan Growth Opportunity sebanyak 0,765 > 0,10 dan nilai VIF dari Kebijakan Dividen sebanyak 1,331 < 10, Leverage sebesar 1,318 < 10 dan Growth Opportunity sebanyak 1,307 < 10. hingga bisa disimpulkan tidak ada gejala multikolinearitas.

3) Uji Autokorelasi

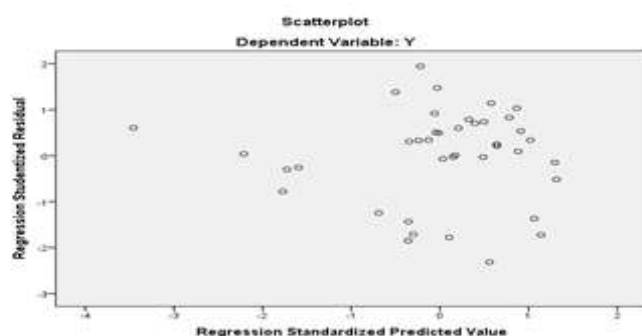
Tabel 3. Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted square	Std.Error of the Estimasi	Durbin- Watson
1	.621 ^a	.385	.334	.55028	1.217

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah)

Dari tabel diatas diketahui nilai *Durbin Watson* sebanyak 1.217 sedangkan DW berada diantara ,385 s.d 443 , sehingga disimpulkan model regresi tidak ada autokorelasi.

4) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2

Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan gambar grafik *Scatterplot* diatas, tidak berlangsung gejala heteroskedastis karena terlihat tidak terdapat titik yang membentuk sebuah pola, dan titik menebar di atas dan bawah angka 0 terhadap sumbu Y.

Analisi Regresi Linear Berganda

Tabel 4.
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients
Model		B		Beta
1	(Constant)	25.078	4.119	
	Kebijakan Dividen	-.352	.140	-.380
	Leverage	.201	.048	.630
	Growth Opportunity	-.013	.122	-.016

Sumber : Hasil Output SPSS versi 22 (*data diolah*)

Dari tabel di atas terdapat persesuaian regresi linier berganda dari keempat faktor yaitu :

$$Y = 25.078 - 3,52X_1 + 2,01X_2 - 0,13X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan garis regresi diatas, adapun analisis pengaruh tiap-tiap variable bebas dan terikat sebagai berikut:

1. Nilai Koefisien Konstanta (a) = 25.078. kebijakan dividen, leverage dan growth opportunity dengan nilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, sehingga nilai perusahaan sebanyak 25.078.
2. Nilai Koefisien Regresi Kebijakan Dividen = -.352. Karena bernilai negatif, nilai itu menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antar variabel kebijakan dividen dan nilai perusahaan. Jika adanya peningkatan 1%, variabel nilai perusahaan berkurang dengan pandangan bahwa variabel lain tetap konsisten.
3. Nilai Koefisien Regresi Leverage = .201. Karena bertanda positif, leverage mempunyai pengaruh dengan nilai perusahaan. Setiap kenaikan 1% dari leverage akan memperoleh peningkatan nilai perusahaan sebanyak nilai koefisiennya.
4. Nilai Koefisien Regresi Growth Opportunity = -.013. Karena bertanda negatif, nilai itu menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antar variabel growth opportunity serta nilai perusahaan. Jika mengalami kenaikan sebanyak 1%, variabel nilai perusahaan akan berkurang dengan anggapan bahwa variabel lain tetap konstan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5.
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the Estimation
	.621 ^a	.385	.334	.55028

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (*data diolah*)

Dilihat dari tabel di atas, nilai *Adjusted R Square* yaitu $0,334 = 33,4\%$. mengenai ini dapat dipersepsikan maka Kebijakan dividen, Leverage dan Growth opportunity mempengaruhi Nilai perusahaan sebanyak $33,4\%$. Sementara $66,6\%$ dipengaruhi oleh penelitian yang berbeda dikecualikan dari penelitian ini.

UJI HIPOTESIS

1. (Uji t)

Tabel 6.
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.826	3	2.275	7.514	.000 ^a
	Residual	10.901	36	.303		
	Total	17.727	39			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (*data diolah*)

Pada tabel di atas diketahui kebijakan dividen nilai sig $0,016 > 0,05$ memperlihatkan bahwa tidak ditemukan pengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga H_1 ditolak. Leverage dengan nilai $0,000 < 0,05$ memperlihatkan adanya pengaruh, maka H_2 diterima. Growth opportunity nilai signifikansi nya $,913 > 0,05$ membuktikan tidak berperan, sehingga H_3 ditolak.

Uji Hipotesis (Uji f)

Tabel 7.
Hasil Uji Hipotesis (Uji f)

Coefficients ^a						
Model		Ustandardiz ed B	Coefficient Std. Error	Standardiz ed Coefficient Beta	T	Sig.
1	(Constant)	25.078	4.119		6.088	.000
	Kebijakan Dividen	-.352	.140	-.380	-2.519	.016
	Leverage	.201	.048	.630	4.197	.000
	Growth Opportunity	-.013	.122	-.016	-.110	.913

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 (data diolah)

Pada tabel diatas terdapat nilai sig. 0,000 < 0,05 membuktikan variabel bebas mempengaruhi secara serentak terhadap variabel respon, maka H_4 yang diajukan valid dan diakui.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan hasil pengujian data kemudian dapat diambil kesimpulan berikut ini :

1. Hasil uji t didapat nilai sig. 0,016 > 0,05, maka kebijakan dividen tidak berperan terhadap nilai perusahaan, maka dari itu H_1 ditolak.
2. Hasil uji t didapat nilai signifikan 0,000 < 0,05, leverage mempunyai peranan , maka H_2 diterima.
3. Hasil uji t didapat nilai sig 0,913 > 0,05, growth opportunity tidak berpengaruh, sehingga H_3 ditolak.
4. Hasil uji F didapat nilai signifikansi 0,000 < 0,05, kebijakan dividen, leverage serta growth opportunity memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis keempat diterima,

IMPLIKASI

Implikasi pada penelitian ini bagi investor dan calon investor bisa dijadikan bahan pertimbangan sebelum melakukan penanaman modal, karena pemodal akan menempatkan asetnya pada perusahaan yang mempunyai profit tinggi. Informasi yang didapatkan dari laporan keuangan perusahaan bisa memberikan gambaran seberapa besar kewajiban perusahaan untuk lebih mengembangkan performa perusahaan yang adalah salah satu elemen penting bagi pemilik uang dalam mensurvei presentasi perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan memiliki 3 variabel bebas yaitu kebijakan dividen, Leverage, dan Growth opportunity. Disarankan peneliti selanjutnya meluaskan atau memakai variabel bebas lain yang diperkirakan bisa berdampak pada nilai perusahaan misalnya intellectual capital investment opportunity set dan profitabilitas sehingga penelitiannya dapat lebih baik dan lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Azmi, M.N., & Bambang, M. P. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10 (3).
- Gunawan, & Wahyuni, S. S. (2017). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Perdagangan di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 13(1)
- Anita, Egi Krisnanto,.dkk. (2021). Pengaruh Growth Opportunity, Kebijakan Dividen dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan (*Studi perusahaan pertambangan di Indonesia yang terdaftar di BEI Periode 2015 - 2020*). *Humanities, Management and Science Proceedings journal*, 1(2).
- Fredirick, N. R., & Ria, P. R. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Leverage, dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Auditing dan Keuangan*, 17 (2).
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.22
- Houston, B. D. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Essentials Of Financial Management*. Edisi Sebelas, Buku Kedua. Salemba Empat : Jakarta Selatan.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi : Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini Dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. PT.Grasindo, Anggota IKPI : Jakarta.
- Harmono.(2019). *Managemen Keuangan Berbasis Balanced*. Bumi Aksara : Jakarta.
- Indrayani, Endiana,.dkk. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 3 (1).
- Jessica, & Rasyid, R. (2021). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Kebijakan Dividen dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 3 (1).
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan Sepuluh. Rajawali Pers : Jakarta
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Cetakan keduabelas. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Mustanda, I. N. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6 (3).
- Makiwan, G. (2018). Analisis Rasio Leverage Untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Hasanuddin Student Journal*, 2 (1).
- Nazir, Moh. 2017. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nur, T. (2018). Pengaruh Growth Opportunity, Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Dividen Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5 (3).

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta
- Sayyid, & Kartikasari, L., 2021, Pengaruh Profitabilitas Growth Opportunity Likuiditas Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Islam Sultan Agung.

PERAN INTELLECTUAL CAPITAL DALAM MEMEDIASI PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Miranda Regina Cahyani¹, Yuni Sukandani²,

Email correspondence: cahyanimirandaregina@gmail.com¹

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this study is to know the impact of profitability and intellectual capital on corporate value, and whether intellectual capital can mediate the impact of profitability on corporate value. The population used is 48 banking companies listed on IDX.. Data analysis is essentially quantitative or statistical, with the goal of testing the proposed hypothesis. The data analysis for this study used path analysis using PLS version 3.0 software. The test results by the t-test show that profitability has a great influence on corporate value, and intellectual capital has a great influence on corporate value. Test results using the t-test show that intellectual capital can convey the profitability impact of IDX-listed general banking companies on goodwill

Keywords : : Profitability, intellectual capital and firm value

PENDAHULUAN

Meningkatkan kinerja keuangan sangat penting bagi perusahaan untuk membuat saham mereka menarik bagi investor. Investor biasanya memvalidasi dengan mempertimbangkan indikator keuangan sebagai alat untuk menilai investasi. Modal intelektual merupakan faktor penting dalam meningkatkan nilai sebuah perusahaan. Meningkatkan modal intelektual dari perspektif yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kesadaran pasar akan nilai perusahaan.

Hasil penelitian Cahya Suryani dkk. (2020) Hasil saat ini menunjukkan bahwa modal intelektual tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan subsektor perbankan di BEI dari tahun 2016 hingga 2018. Karena masih banyak perusahaan yang tidak memperhatikan modal intelektual, mereka lebih memperhatikan aset penting dan mengabaikan pengungkapan modal intelektual. Selain modal intelektual, profitabilitas merupakan faktor penting dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang menguntungkan menunjukkan bahwa mereka dapat mengelola sumber daya mereka dengan lebih efisien. Bagi investor, peningkatan profitabilitas merupakan pertanda positif bagi prospek perusahaan ke depan. Investor lebih cenderung menghasilkan uang, sehingga mereka cenderung berinvestasi di perusahaan yang menguntungkan. Selain itu, risiko investasi berkurang. Ekspektasi investor akan meningkat karena harga saham korporasi cenderung naik seiring dengan membaiknya profitabilitas. Secara tidak langsung meningkatkan nilai perusahaan.

Tabel 1 Price to Book Value pada Sub Sektor Perbankan

No	Keterangan	Tahun					
		2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	Nilai Rata-rata PBV	2,58	2,10	1,92	1,67	1,62	1,45
2	Peningkatan dan Penurunan Nilai PBV		- 18,6%	-8,6%	-13%	-3%	- 10,5%

Sumber : Laporan Keuangan

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa nilai perusahaan di sektor perbankan mengalami penurunan setiap tahunnya dari tahun 2012 ke tahun 2017. Setelah turun menjadi 2,10 pada tahun 2013, PBV turun menjadi 1,92 pada tahun 2014, PBV turun menjadi 1,67 pada tahun 2015, PBV 1,62 pada tahun 2016, dan PBV pada tahun 2017 hingga 1,45. Nilai PBV yang tinggi untuk suatu saham menunjukkan bahwa pasar terlalu sadar akan nilai perusahaan dan sebaliknya. PBV yang rendah diinterpretasikan sebagai indikasi peluang investasi jangka panjang yang baik. Hasil penelitian sebelumnya yaitu temuan Dea dan Dedy (2020) dan Cahya Suryanietal. Silakan merujuk ke hasil penelitian dari. (2020) Menampilkan hasil yang berbeda dan kontradiktif, penelitian ini ingin membandingkan dampak variabel Intellectual Capital dan Profitabilitas dengan nilai perusahaan menggunakan alat analisis dan beberapa pembaruan termasuk tahun pengamatan dan berbagai indikator.

Dari penjelasan di atas, berikut permasalahan yang terjadi dalam survei ini. 1) Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2) Dapatkah modal intelektual menyampaikan dampak profitabilitas perusahaan perbankan BEI pada niat baik?.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian digunakan sebagai batasan masalah agar desain penelitian tidak menyimpang secara signifikan dari tujuan. Desain penelitian bertujuan agar jelas arah dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian. Jika penelitian yang dilakukan jelas, terfokus, dan terwakili dengan baik, pemecahan masalah penelitian akan berhasil. Dilihat dari sifat datanya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Data Penelitian

Hasil pengujian dengan software PLS versi 3.0. Anda dapat melihatnya pada tabel berikut :

Tabel 2
Tabel Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Origin Sample	T Statistik	P Value
Profitabilitas (X) Terhadap Nilai Perusahaan (Y)	0.278	2.130	0.016

Intellectual Capital (Z) Terhadap Perusahaan (Y)	Nilai 0.769	2.819	0.005
--	----------------	-------	-------

Sumber : Lampiran hasil pengujian data, PLS Versi 3.0

Dari hasil di atas, nilai thitung untuk pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah 2,130 dan nilai signifikansinya adalah 0,016. Gunakan aturan keputusan berikut. Untuk nilai -sig. Jika $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima Untuk nilai -sig. Jika $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak Dari nilai sig. Jika lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,016 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel profitabilitas (X) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel goodwill. Untuk menerima dan membuktikan hipotesis yang diajukan peneliti bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengujian Hipotesis 2 menggunakan uji-t bertujuan untuk melihat ada tidaknya pengaruh parsial antar variabel. Kriteria penentuan tingkat signifikansi = 5%. Artinya, jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dan jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil pengujian dengan software PLS versi 3.0. Dari hasil di atas, nilai thitung untuk pengaruh variabel modal intelektual terhadap goodwill adalah 2,819 dan nilai signifikansinya adalah 0,005. Dari nilai sig. Jika lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,005 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel modal intelektual (Z) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel nilai perusahaan. Untuk menerima dan membuktikan hipotesis yang diajukan oleh peneliti bahwa modal intelektual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian untuk perangkat lunak PLS versi 3.0 tercantum dalam tabel berikut :

Tabel 3

Tabel Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	T Statistik	P Value
Profitabilitas (X) Terhadap Nilai Perusahaan (Y) Melalui Intellectual Capital (Z)	2.011	0.045

Sumber : Lampiran hasil pengujian data, PLS Versi 3.0

Dari hasil di atas diperoleh nilai t hitung untuk pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui modal intelektual sebesar 2,011 dan nilai signifikansi sebesar 0,045. Dari nilai sig. Jika lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,045 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain, variabel modal intelektual dapat mengetahui pengaruh profitabilitas (X) terhadap variabel modal yang menyampaikan nilai perusahaan. Untuk menerima dan membuktikan hipotesis yang diajukan peneliti bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui modal intelektual sebagai variabel intervening.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Hasil uji H_1 menghasilkan t-statistik dengan variabel profitabilitas 2,130 dan nilai signifikan 0,016. Di sini, nilai signifikan 0,016 adalah $< 0,05$. Dari hasil tersebut dapat dikatakan hipotesis diterima. Semakin menguntungkan suatu perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan memiliki kewajiban untuk meningkatkan

profitabilitasnya. Profitabilitas yang buruk mencerminkan buruknya prospek perusahaan di masa depan, yang mungkin tidak ditanggapi oleh investor dan dapat mengurangi nilai perusahaan. Sebaliknya, return yang tinggi menunjukkan prospek masa depan yang baik bagi perusahaan, dan investor menganggapnya sebagai jaminan pengembalian saham mereka,

Survei di atas sejalan dengan survei sebelumnya oleh Muchammad Arie Wibowo dan Indah Yuliana (2020) yang berjudul "Profitability for Corporate Value with Intellectual Capital as a Medium Variable", dengan profitabilitas perusahaan LQ45. nilai perusahaan. Hasil pengujian Hipotesis 2 menunjukkan t-statistik dengan variabel modal intelektual sebesar 2,819 dengan nilai signifikansi 0,005. Disini nilai signifikansi 0,005 adalah $< 0,05$. Dari hasil tersebut dapat dikatakan hipotesis diterima. Kinerja perusahaan yang baik menunjukkan bahwa perusahaan dalam keadaan sehat, dan hal ini berdampak pada tingginya valuasi investor perusahaan, karena saham perusahaan sangat dihargai oleh investor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pemangku kepentingan menilai perusahaan dengan modal intelektual yang lebih baik daripada yang lain, karena perusahaan dengan modal intelektual membantu mereka melayani kepentingan pemangku kepentingannya,

hal ini sesuai dengan pendapat (2016). Untuk menciptakan nilai, Anda perlu memanfaatkan semua potensi sumber daya perusahaan Anda. Kemungkinan-kemungkinan ini termasuk karyawan (modal manusia). Kajian di atas sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Yehezkiel Iwan Kurniawan & Hendro Lukman (2020) yang berjudul The Impact of Intellectual Capital on Corporate Value with Capital Structure as a Parameter. Ketika penyelidikan menunjukkan bahwa modal intelektual memiliki dampak besar pada nilai perusahaan.

Hasil pengujian Hipotesis 3 menunjukkan t-statistik pengaruh variabel profitabilitas terhadap goodwill melalui modal intelektual sebesar 2,011 dengan nilai signifikan sebesar 0,045. Disini nilai signifikansi 0,045 adalah $< 0,05$. Dari hasil tersebut dapat dikatakan hipotesis diterima. Ini berarti bahwa modal intelektual dapat menyampaikan dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang besar dan didukung oleh kemampuan intelektual perusahaan yang unggul dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk tetap kompetitif. Pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif dapat meningkatkan profitabilitas suatu perusahaan dan sangat dievaluasi oleh para pemangku kepentingan termasuk investor. nilai pemegang saham adalah bentuk modal intelektual. Survei di atas sejalan dengan survei sebelumnya oleh Muchammad Arie Wibowo dan Indah Yuliana (2020) berjudul "Profitability for Corporate Value with Intellectual Capital as a Relaxation Variable". Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal intelektual dapat memitigasi dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan perusahaan LQ45

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai alokasi dana desa dan efektivitas pengelolaan alokasi dana desa dalam upaya pemberdayaan masyarakat di Desa Wage, Kec.Taman, Kab. Sidoarjo, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Peningkatan pemabangunan pada Desa Wage, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo sudah direalisasikan, dalam aspek pelaksanaan penggunaan keuangan desa terlihat sudah dilaksanakan secara maksimal sesuai dengan tujuan penggunaan dari dana desa yang diberikan oleh pemerintahan. Dalam anggaran pendanaan serta realisasi penggunaan dari dana desa beserta pendapatan desa lainnya digunakan dalam bidang pembangunan dan bidang pemberdayaan, pelaksanaan suatu kegiatan pengelolaan dana desa dalam meningkatkan pembangunan fisik dan pemberdayaan masyarakat dengan anggaran dana desa di Desa Wage didasarkan pada peraturan menteri dalam negeri nomor 20 tahun 2018 mengenai pengelolaan keuangan desaa digunakan untuk kegiatan pemberdayaan dengan presentase 30%. Bentuk suatu pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat yang sudah terealisasi dengan adanya dana desa yaitu seperti penyelenggaraan posyandu, pengembangan badan usaha milik desa, memberikan sembako kepada masyarakat desa wage dan bantuan sosial lainnya, jadi hal ini pemerintah desa wage dapat menanggulangi angka kemiskinan warganya.
2. Peningkatan pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintahan desa Wage sudah direalisasikan, pemerintah Desa Wage merealisasikan keuangan dana desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat nya. Dalam hal anggaran pendapatan serta realisasi penggunaan dari dana desa beserta pendapatan desa lain dipergunakan dalam bidang pembangunan masyarakat desa Wage dengan presentase sebesar 70% hal ini dilakukan sesuai dengan aturan yang berlaku dan perencanaan pengelolaan dana desa sudah dilaksanakan dengan baik, maksimal dan sesuai dengan aturan yang sudah berlaku dan sesuai prosedur.
3. Efektivitas pengelolaan alokasi dana desa dilihat dari bagaimana proses penggunaan dana desa, penggunaan dana desa dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Wage meliputi penggunaan dalam kegiatan pembinaan PKK, pembinaan dan pemberdayaan keluarga berencana, pembiaanaan peningkatan kapasitas masyarakat desa. Semua kegiatan bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat sehingga pembangunan desa Wage dapat berjalan dengan efektif dan optimal.

SIMPULAN

1. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap goodwill bank umum yang terdaftar di BEI. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai t-statistik untuk variabel profitabilitas 2,130 adalah nilai signifikan sebesar 0,016. Di sini, nilai signifikan 0,016 adalah $<0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya.
2. Intellectual capital memiliki dampak yang besar terhadap goodwill bank umum yang terdaftar di BEI. Pengujian hipotesis menunjukkan t-statistik dengan variabel modal intelektual sebesar 2,819 dengan nilai signifikansi 0,005. Di sini, nilai signifikan 0,005 adalah $<0,05$.

3. Modal intelektual dapat menyampaikan dampak profitabilitas terhadap goodwill bank umum yang terdaftar di BEI. Pengujian hipotesis memberikan t-statistik pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui modal intelektual sebesar 2,011, yang merupakan nilai signifikan sebesar 0,045. Di sini, nilai signifikan 0,045 adalah $<0,05$. Hasil ini menunjukkan kemampuan modal intelektual untuk menyampaikan dampak profitabilitas.

IMPLIKASI

Implikasi dari survei ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil survei ini menunjukkan bahwa tingginya profitabilitas suatu perusahaan mempengaruhi nilai perusahaannya. Alasan untuk ini adalah meningkatnya permintaan untuk saham perusahaan.
2. Hasil survei ini menunjukkan bahwa perusahaan yang secara efektif dapat memanfaatkan modal intelektual berada dalam keadaan sehat dan sangat dievaluasi oleh investor, yang mempengaruhi penilaian investor yang tinggi.

BATASAN PENELITIAN

1. Pengujian ini menggunakan satu variabel bebas yaitu profitabilitas. Banyak variabel bebas lainnya yang dapat dijadikan sebagai variabel bebas yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel kinerja keuangan lainnya seperti likuiditas dan solvabilitas untuk memperpanjang periode dan lebih mengembangkan hasil penelitian selanjutnya.
2. Sampel survei yang digunakan dalam survei ini adalah entitas perbankan. Peneliti selanjutnya telah dapat menggeneralisasi penelitian ke beberapa kelompok subjek karena keterbatasan ini di beberapa sektor seperti sektor perbankan syariah, sektor perusahaan makanan dan minuman, dan beberapa sektor lainnya. Kami mengusulkan untuk menambah sampel perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA :

- Cahya Suryani et al (2020) mengevaluasi faktor-faktor Titel yang mempengaruhi nilai perusahaan, bersama dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.
- Fahmi, Irham, 2016, Bilanzanalyse, Alfabeta, Bandung
- Ghozali, I. (2016). Multivariate Analyseanwendung mit dem IBM SPSS23-Program. (edisi ke-7)
- Miller, MH & Modigliani, F. 2016. Kebijakan dividen, pertumbuhan saham dan penilaian.

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Siti Mukaromah¹, Tri Ariprowo², Dicky Surya Putra Pradana

Email correspondence: Mukaromahsiti97@gmail.com¹

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

ABSTRACT

The development of the business world makes market competition more competitive with various kinds of innovations that exist in various company products today. The purpose of the following research is to see if there is an effect of Social Media Marketing, Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions at Evira Batik Surabaya. The population of this study were all customers of Evira Batik Surabaya with 96 respondents as the research sample. Analysis data was achieved with multiple linear regression. The results showed that social media marketing as well as product quality and service quality had a significant effect on purchasing decisions at Evira Batik Surabaya. In addition, in the simultaneous hypothesis test, these three variables have a significant influence on purchasing decisions

Keywords : : *Social Media Marketing, Product Quality, Service Quality and Purchase Decision*

PENDAHULUAN

Berbagai perusahaan saat ini tengah dihadapkan pada berbagai macam permasalahan dalam upaya meningkatkan persaingan bisnis khususnya di masa *new normal*. Pada masa ini diatur oleh kebiasaan baru yang mana masyarakat harus lebih berhati-hati dalam berinteraksi dalam aspek kesehatan, sehingga permasalahan ini harus segera diselesaikan dengan baik. Teknologi digital menjadi sebuah terobosan di era *new normal* bahkan pada masa yang akan datang dikarenakan perusahaan saat ini sedang bersaing di pasar semakin ketat dengan tujuan memperoleh pangsa pasar dengan menunjukkan kualitas produk masing-masing serta memanfaatkan penggunaan *digital marketing* secara optimal. Semakin ketatnya persaingan pasar atas segala produk yang dihasilkan perusahaan membuat perusahaan harus lebih baik dalam berbagai macam aspek agar tetap bisa *survive* dan hal tersebut dapat ditempuh melalui strategi pemasaran yang unggul dan sesuai dengan kondisi saat ini.

Batik menjadi warisan budaya lokal yang sudah mendunia. Evira Batik Surabaya merupakan salah satu badan usaha yang bergerdak dalam industri konveksi yang memproduksi aneka olahan produk dengan tema batik seperti masker, baju, kemeja dan lainnya. Namun, memasuki tahun 2021 dimana saat ini dihadapkan pada situasi pandemi mengakibatkan keputusan pembelian konsumen mengalami penurunan drastis. Fenomena itu terlihat dari turunya penjualan yang berujung terhadap penurunan omzet perusahaan. Berbagai macam penyebab keputusan pembelian seringkali terjadi, terutama pada masa pandemi diantaranya *social media marketing*, kualitas produk dan juga kualitas pelayanan.

Menurut Priansa (2017: 358), *social media marketing* adalah strategi dari perusahaan untuk mengenal lebih dekat dan lebih jauh dengan konsumen untuk memenuhi segala hal yang mereka butuhkan. Pemasaran ini dapat dikatakan akan lebih efektif tanpa adanya tatap muka sehingga secara interaksi dapat menjangkau lebih luas. Namun, pada kenyataannya, salah satu aspek pemasaran tersebut yang dilakukan oleh Evira Batik Surabaya masih kurang optimal. Kendala jam kerja karyawan membuat fungsi pemasaran dalam dunia online yang dilakukan di berbagai platform sebagai media pemasaran kurang begitu dimaksimalkan. Salah satu contohnya adalah keterbatasan dari pihak Evira yang kurang mampu untuk menjawab dan melayani konsumen di luar jam kerja.

Usaha untuk melestarikan dan mengembangkan batik juga dapat dilakukan melalui kualitas produk yang baik dengan membuat inovasi dalam pembentukan motif batik. Kotler dan Armstrong (2016: 248) memberi penjelasan jika produk dengan segala keunggulannya maupun pelayanan yang bersifat unggul yang diberikan oleh perusahaan untuk memikat hati konsumen. Namun, mengingat situasi pandemi dan keterbatasan jumlah karyawan yang bekerja, membuat Evira Batik kurang begitu *update* dalam memberikan inovasi atas produk yang dihasilkan. Produk yang ditawarkan terkesan hanya itu-itu saja sehingga konsumen hanya sebatas untuk bertanya dan melihat lihat *timeline* yang ada di toko. Tidak jarang konsumen selalu menanyakan produk baru apa yang sudah tersedia.

Selain itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu bagian dalam mendukung kegiatan pemasaran dalam meningkatnya aspek keputusan pembelian. Rusyidi (2017:39) mengartikan kualitas pelayanan sebagai tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan terhadap apa yang ia dapatkan dari perusahaan, dalam arti segala aspek yang bernilai positif. Kualitas pelayanan menjadi bagian yang unggul dari perusahaan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud. Pelayanan yang berkualitas akan memupuk rasa yang kuat dari internal perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen dalam upaya membeli suatu produk.

Namun, pada realitannya, dalam melayani konsumen pihak Evira Batik Surabaya tidak dapat melayani secara langsung mengingat tidak adanya outlet yang terbuka untuk konsumen dalam melakukan pembelian langsung maupun menanyakan seputar produk-produk yang ada. Pelayanan yang diberikan hanya melalui media sosial. Meski begitu, dalam melayani konsumen melalui media sosialpun pihak Evira seringkali kurang cepat (*Slow Response*) sehingga membuat konsumen beralih ke toko yang lain.

Mencermati latar belakang tersebut diatas yang sudah dibuat oleh peneliti, maka penulis bermaksud untuk mengkaji permasalahan dalam penelitian dengan judul "Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian"

METODE PENELITIAN

Penelitian ditempuh melalui pendekatan kuantitatif disertai analisis deskriptif untuk mendukung analisi data dengan sifat kausal komparatif yaitu berhubungan dengan dua variabel yang dari satu sisi menjadi variabel penyebab dan di sisi lain menjadi variabel yang disebabkan dalam rangka pengujian teoritis. Seluruh konsumen pada Evira Batik Surabaya yang jumlahnya tidak diketahui menjadi objek penelitian dalam suatu populasi.

Jumlah konsumen pada Evira Batik tidak disebutkan secara pasti, mengingat banyaknya dan keterbatasan data yang didapatkan sehingga selanjutnya ditentukan suatu besaran sampel yang mana peneliti mengacu pada rumus dari teori Riduwan dan Kuncoro (2017: 50) yang didapatkan 96 konsumen pada Evira Batik Surabaya. Sampel tersebut diambil secara acak dan *random* melalui teknik *accidental sampling* dengan asumsi bahwa tidak ada kriteria yang spesifik dibutuhkan dalam suatu populasi. Sugiyono (2017: 124) menjelaskan bahwa *Accidental Sampling* merupakan penelitian dalam mengambil sampel sebagai objek yang nantinya akan disebarkan kuesioner secara langsung terjun di

lapangan menentukan konsumen tanpa syarat-syarat tertentu, dengan asumsi sesuai dengan topik dan kebutuhan data selama proses penelitian.

Pengumpulan data ditempuh melalui penyebaran kuesioner. Selanjutnya, sebelum melangkah ada analisis data, data diuji kevalidanya dan keterpercayaanya agar layak untuk digunakan. Setelah data-data dinyatakan dalam kondisi baik, maka dilanjutkan melalui analisis regresi linear berganda, lalu uji asumsi klasik. Yang terakhir, untuk membuktikan kebenaran suatu hipotesis (yang sudah dirumuskan sebelumnya) dilakukan uji parsial melalui uji t, uji simultan melalui uji F dan terakhir melalui uji koefisien determinasi.

HASIL

Uji Instrumen

Uji instrument menggunakan pengujian validitas (tingkat kevalidan) dan uji reliabilitas (tingkat keterpercayaan) dalam penjelasan tabel dibawah ini :

Tabel 1: Uji Validitas X_1 (*Social Media Marketing*)

No	Indikator	r hitung	r tabel	Ket
1	$X_{1,1}$	0,724	0,1689	Valid
2	$X_{1,2}$	0,772	0,1689	Valid
3	$X_{1,3}$	0,696	0,1689	Valid
4	$X_{1,4}$	0,604	0,1689	Valid
5	$X_{1,5}$	0,670	0,1689	Valid

Sumber:Lampiran Output SPSS, data diolah

Dari tabel 1 seluruh indikator dalam pernyataan variabel *Social Media Marketing* (X_1) sudah valid karena r hitung > r tabel (didapatkan dari rumus $df_1=0,05$ $df_2=n-2$), dengan tingkat signifikansi 5% (0.05).

Tabel 2: Uji Validitas X_2 (Kualitas Produk)

No	Indikator	r hitung	r tabel	Ket
1	$X_{2,1}$	0,596	0,1689	Valid
2	$X_{2,2}$	0,679	0,1689	Valid
3	$X_{2,3}$	0,635	0,1689	Valid
4	$X_{2,4}$	0,720	0,1689	Valid
5	$X_{2,5}$	0,631	0,1689	Valid

Sumber:Lampiran Output SPSS, data diolah

Dari tabel 2 seluruh indikator dalam pernyataan variabel Kualitas Produk (X_2) sudah valid dengan r hitung > r tabel (didapatkan dari rumus $df_1=0,05$ $df_2=n-2$), dengan tingkat signifikansi 5% (0.05).

Tabel 3: Uji Validitas X_3 (Kualitas Pelayanan)

No	Indikator	r hitung	r tabel	Ket
1	$X_{3,1}$	0,677	0,1689	Valid
2	$X_{3,2}$	0,828	0,1689	Valid
3	$X_{3,3}$	0,552	0,1689	Valid
4	$X_{3,4}$	0,724	0,1689	Valid
5	$X_{3,5}$	0,811	0,1689	Valid

Sumber:Lampiran Output SPSS, data diolah

Melalui tabel 3 seluruh indikator dalam pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X_3) sudah valid dengan r hitung > r tabel (didapatkan dari rumus $df_1=0,05$ $df_2=n-2$), dengan tingkat signifikansi 5% (0.05).

Tabel 4: Uji Validitas Y (Keputusan Pembelian)

No	Indikator	R hitung	r tabel	Ket
1	Y _{1,1}	0,787	0,1689	Valid
2	Y _{1,2}	0,617	0,1689	Valid
3	Y _{1,3}	0,722	0,1689	Valid
4	Y _{1,4}	0,557	0,1689	Valid
5	Y _{1,5}	0,696	0,1689	Valid
6	Y _{1,6}	0,801	0,1689	Valid

Sumber: Lampiran Output SPSS, data diolah

Melalui tabel 4 seluruh indikator dalam pernyataan variabel keputusan pembelian (Y1) telah valid dengan r hitung lebih besar r tabel (didapatkan dari rumus $df_1=0,05$ $df_2=n-2$), dengan tingkat signifikansi 5% (0.05).

Tabel 5: Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai (Minimal)	Kritis Ket
X ₁	0,719	0,6	Reliabel
X ₂	0,660	0,6	Reliabel
X ₃	0,761	0,6	Reliabel
Y	0,784	0,6	Reliabel

Sumber: Lampiran Output SPSS, data diolah

Melalui tabel 5, terlihat bahwa seluruh variabel bebas yang digunakan adalah reliabel. Hal tersebut terbukti dengan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Sehingga keseluruhan variabel bebas memiliki keterpercayaan yang baik yang selanjutnya akan dilakukan analisis data.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6: Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a	
		Unstandardized Coefficients	
Model		B	Std. error
1	(Constant)	.750	.253
	X ₁	.314	.093
	X ₂	.278	.091
	X ₃	.216	.093

a. Dependent Variable: (Y)

Sumber: Lampiran Output SPSS, data diolah

Sehingga didapat asumsi model regresi dalam rumus yaitu:

$$Y = 0,750 + 0,314 X_1 + 0,278 X_2 + 0,216 X_3 + e$$

Hasil tabel 6 diatas memperlihatkan bahwa nilai *regresi coefficient* untuk konstanta ialah 0,750 membuktikan jika seluruh variabel bebas nilainya sama dengan 0, keputusan pembelian menjadi 0,750.

Didapatkan nilai *regresi coefficient* X_1 yaitu *social media marketing* sebesar 0,314 yang berarti setiap kenaikan variabel *social media marketing* akan mengakibatkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,314.

Nilai *regresi coefficient* X_2 yaitu kualitas produk adalah 0,278 yang berarti setiap kenaikan variabel kualitas produk akan mengakibatkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,278.

Nilai *regresi coefficient* X_3 yaitu kualitas pelayanan adalah 0,216 yang berarti setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan akan mengakibatkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,216.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji ini bermaksud mengamati suatu persamaan regresi agar memiliki nilai residual berdistribusi secara normal.

Tabel 7: Uji Normalitas

	Unstndrdizd Residual
N	96
Asymp . Sig (2 - tailed)	.233

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Lampiran Output SPSS, data diolah

Pada Tabel 7 uji normalitas tersebut diatas menunjukkan nilai signifikansi 0,233 yang mana diatas nilai 0,05. Artinya variabel variabel *unstandardized* berdistribusi normal. Dari hasil tersebut sudah dapat menjadi pertimbangan untuk dilakukan analisis statistik berikutnya.

Uji Multikolinearitas

Pencarian gejala Multikolinearitas diperoleh dengan melihat dari tolerance dan VIF yang ada.

Tabel 8: Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
X_1	.377	2.653
X_2	.465	2.152
X_3	.336	2.977

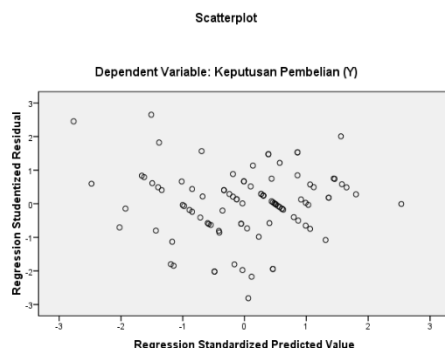
Sumber: Lampiran Output SPSS, data diolah

Dari tabel 8 terlihat bahwasanya semua variabel bebas mempunyai nilai VIF yang kurang dari 10 dan *Tolerance* diatas 0,1 sehingga bisa dinyatakan bahwasanya tidak terjadi adanya korelasi pada gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian salah satu asumsi ini untuk menemukan situasi dimana tidak semua faktor pengguna memiliki varians dan pola yang sama pada gambar scatterplot atau dengan kata lain tidak ada perkumpulan titik dan penyebaran data yang menyebar rata dengan hasil gambar ini:

,



Sumber: Lampiran Output SPSS, data diolah

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas pada suatu regresi dapat menemukan suatu fakta terjadinya gejala heteroskedastisitas atau tidak. Regresi yang baik tidak terjadi hal tersebut. Dari hasil yang didapatkan pada Gambar 4.1 membuktikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, karena penyebaran titik tidak berpola, dan menyebar.

Koefisien Determinasi

Tabel 9: Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	.796 ^a	.633

Sumber: Lampiran Output SPSS, data diolah

Tabel 9 menyatakan suatu hasil determinasi dimana seluruh variabel bebas mampu memberikan dampak pada variabel terikat yang dapat dilihat pada hasil R dimana pada hasil tersebut berada pada nilai 0,796 atau jika dipersentasekan menjadi 79,6% yang mana pada persentase tersebut terbilang cukup kuat untuk menjelaskan suatu hubungan variabel.

Uji t

Uji-t merupakan jawaban atas susunan hipotesis pada pengaruh secara sendiri-sendiri antar tiap-tiap variabel. Uji t dijelaskan tabel 10:

Tabel 10: Uji t

Model	Sig.
1 (Constant)	.004
X ₁	.001
X ₂	.003
X ₃	.022

Sumber: Lampiran Output SPSS, data diolah

Dari tabel 10 dapat disimpulkan hasil uji-t sebagai berikut :

1. *Social Media Marketing* (X₁) bernilai 0,001 yang kurang dari sig. 0.05 maka Hipotesis (H₁) diterima, yang berarti *Social Media Marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Evira Batik Surabaya.
2. Kualitas Produk (X₂) bernilai 0,003 yang kurang dari sig. 0.05 maka Hipotesis (H₂) diterima, yang berarti Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Evira Batik Surabaya.
3. Kualitas Pelayanan (X₃) bernilai 0,022 yang kurang dari sig. 0.05 maka Hipotesis (H₂) diterima, yang berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Evira Batik Surabaya.

Uji F

Tabel 11: Uji F

Model	Sig.
1	.000 ^a
Regression	
Residual	
Total	

Sumber: Lampiran Output SPSS, data diolah

Secara bersama-sama ketiga variabel bebas memberikan pengaruh signifikan dengan bukti bahwa nilai sig.000 adalah kurang dari 0,05 yang mana sesuai teori yang ada hasil tersebut membuktikan *Social Media Marketing* (X_1), Kualitas Produk (X_2) serta Kualitas Pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan pembelian

Hasil tersebut sesuai dengan teori Priansa (2017: 358), yang menyebutkan jika pemasaran melalui sosial media adalah strategi dari perusahaan untuk mengenal lebih dekat dan lebih jauh dengan konsumen untuk memenuhi segala hal yang mereka butuhkan. Pemasaran ini dapat dikatakan akan lebih efektif tanpa adanya tatap muka sehingga secara interaksi dapat menjangkau lebih luas. Semakin kuat hubungan dan pemahaman yang baik dari konsumen akan suatu produk melalui media sosial, maka keputusan pembelian pada produk tersebut akan menjadi semakin meningkat. Hasil tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian Nurani dan Hadi (2019), bahwa melalui komunitas melalui jagat media sosial dapat memberikan stimulus yang kuat bagi konsumen untuk saling bertukar pikiran, dengan daya jelajah yang luas dan menjadi wadah bagi konsumen untuk saling menyalurkan pendapat dan bisa saja memberikan kritikan. Alhasil, pemasaran yang dilakukan jika melalui media sosial akan memberikan dampak yang begitu besar dibandingkan hanya secara personal, membuat semakin banyak konsumen akan memberikan perhatian yang besar akan produk perusahaan hingga akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil tersebut memberikan gambaran bahwa peningkatan kualitas produk dapat memberikan peningkatan kepada keputusan pembelian. Hasil tersebut sejalan dengan penyampaian oleh Kotler dan Keller (2016:164) menerangkan kualitas produk adalah keseluruhan atribut yang mendasari suatu produk beserta seluruh keunggulan yang dimiliki dalam memenuhi hasrat dan kebutuhan konsumen. Produk yang berkualitas dipandang memiliki kinerja yang baik dan tidak dapat ditemukan dengan mudah pada produk pesaing. Cahya dkk. (2021) memberikan penjelasan banyaknya pelanggan akan senantiasa menaruh perhatian lebih kepada produk yang berkualitas sehingga daya beli pelanggan akan meningkat. Sejauh ini, kualitas produk menjadi bagian dalam strategi perusahaan untuk menggaet laba yang lebih besar (meningkat). Pelanggan akan selalu setia kepada produk yang mampu bersaing dengan baik sesuai kemauan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil tersebut memberikan gambaran bahwa peningkatan promosi penjualan, akan mempengaruhi peningkatan pembelian. Rusyidi (2017:39) yang mengartikan kualitas pelayanan sebagai tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan terhadap apa yang ia dapatkan dari perusahaan, dalam arti segala aspek yang bernilai positif. Kualitas pelayanan menjadi bagian yang unggul dari perusahaan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud. Pelayanan yang berkualitas

akan memupuk rasa yang kuat dari internal perusahaan dalam upaya *customer* membeli suatu produk. Hasil pengaruh dari kualitas pelayanan linear dengan penelitian Arisandra dkk. (2021), bahwa kualitas pelayanan adalah pola rangkaian suatu proses yang saling berinteraksi satu sama lain antar internal perusahaan dan juga dengan konsumen yang tidak memiliki wujud. Pelayanan yang unggul dimaksudkan sebagai cara perusahaan untuk mengenali lebih jauh konsumen dan juga bagaimana perusahaan mampu melakukan suatu analisis pasar untuk pencarian solusi atas apa yang dialami konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai alokasi dana desa dan efektivitas pengelolaan alokasi dana desa dalam upaya pemberdayaan masyarakat di Desa Wage, Kec.Taman, Kab. Sidoarjo, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Peningkatan pemabangunan pada Desa Wage, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo sudah direalisasikan, dalam aspek pelaksanaan penggunaan keuangan desa terlihat sudah dilaksanakan secara maksimal sesuai dengan tujuan penggunaan dari dana desa yang diberikan oleh pemerintahan. Dalam anggaran pendanaan serta realisasi penggunaan dari dana desa beserta pendapatan desa lainnya digunakan dalam bidang pembangunan dan bidang pemberdayaan, pelaksanaan suatu kegiatan pengelolaan dana desa dalam meningkatkan pembangunan fisik dan pemberdayaan masyarakat dengan anggaran dana desa di Desa Wage didasarkan pada peraturan menteri dalam negeri nomor 20 tahun 2018 mengenai pengelolaan keuangan desaa digunakan untuk kegiatan pemberdayaan dengan presentase 30%. Bentuk suatu pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat yang sudah terealisasi dengan adanya dana desa yaitu seperti penyelenggaraan posyandu, pengembangan badan usaha milik desa, memberikan sembako kepada masyarakat desa wage dan bantuan sosial lainnya, jadi hal ini pemerintah desa wage dapat menanggulangi angka kemiskinanarganya.
2. Peningkatan pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintahan desa Wage sudah direalisasikan, pemerintah Desa Wage merealisasikan keuangan dana desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat nya. Dalam hal anggaran pendapatan serta realisasi penggunaan dari dana desa beserta pendapatan desa lain dipergunakan dalam bidang pembangunan masyarakat desa Wage dengan presentase sebesar 70% hal ini dilakukan sesuai dengan aturan yang berlaku dan perencanaan pengelolaan dana desa sudah dilaksanakan dengan baik, maksimal dan sesuai dengan aturan yang sudah berlaku dan sesuai prosedur.
3. Efektivitas pengelolaan alokasi dana desa dilihat dari bagaimana proses penggunaan dana desa, penggunaan dana desa dalam pemberdayaan masyarakat di Desa Wage meliputi penggunaan dalam kegiatan pembinaan PKK, pembinaan dan pemberdayaan keluarga berencaana, pembinaan peningkatan kapasitasitas masyarakat desa. Semua kegiatan bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat sehingga pembangunan desa Wage dapat berjalan dengan efektif dan optimal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan maka peneliti menyimpulkan beberapa hal, yakni :

1. *Social Media Marketing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Evira Batik Surabaya. Hal tersebut dapat diartikan jika *Social Media Marketing* ditingkatkan, maka keputusan pembelian juga akan meningkat.

2. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Evira Batik Surabaya. Hal tersebut dapat diartikan jika kualitas produk ditingkatkan seperti model dan tampilan selalu baru dan lebih banyak model maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Evira Batik Surabaya. Hal tersebut dapat diartikan jika kualitas pelayanan semakin ditingkatkan, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
4. Variabel *social media marketing*, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Evira Batik Surabaya dengan kategori pengaruh yang tinggi. Artinya, ketiga variabel independen semakin dievaluasi dan ditingkatkan bersama-sama maka memberikan efek terhadap variabel dependen.

IMPLIKASI

Berdasarkan kesimpulan sebelumnya maka peneliti memberikan saran diantaranya :

1. Bagi Pihak Evira Batik Surabaya
 - a *Social media marketing* dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kerja sama dengan berbagai *platform* agar setiap produk Evira Batik Surabaya muncul di beranda agar konsumen tertarik dan melakukan keputusan pembelian.
 - b Untuk semakin meningkatkan kualitas produk, perusahaan harus lebih memahami kebutuhan konsumen agar tidak kalah dengan produk para pesaing seperti melakukan survey pasar mengenai model seperti apa yang paling digemari konsumen.
 - c Kualitas pelayanan dapat lebih dimaksimalkan dengan meningkatkan pelayanan khusus terhadap konsumen yang membuat konsumen semakin puas dan merasa dihargai saat melakukan keputusan pembelian.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Adapun untuk penelitian akan datang, direkomendasikan menambahkan atau merubah variabel seperti variabel intervensi kepuasan konsumen dengan jumlah responden dapat ditambahkan dan berbeda tempat, sehingga hasil yang didapatkan nanti jauh lebih bervariasi dan memberikan teori dan sumbangsih yang lebih baik dalam aspek pemasaran.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini mengandung berbagai keterbatasan selama proses penelitian berlangsung. Keterbatasan tersebut adalah periode observasi penelitian dilakukan pada tahun 2022, sehingga menjadi kurang representatif dalam memprediksi dan menggambarkan kondisi perusahaan dalam waktu dan jangka panjang. Penelitian hanya menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *Social Media Marketing*, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA :

- Amran, Ali., Widjaja, Yani Restiani & Kamelia, Eneng. 2018. *The Role Of Social Media Marketing Andword Of Mouth In Buildingbrand Awarenessat Brownies Vannisa. Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol.8 No.2
- Arisandra, Martha Laila., Saputra, Rifky A.K., dan Khoiriyah, Miftakhul. 2021. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Tenun Ikat Di CV. Silvi Mn Paradila Parengan Maduran Lamongan. *Journal of Management Studies* Vol.15 No.2

- Cahya, Agus Dwi., Raditya, Adit dan Aldi, Rama Yanuar. 2021. Analisis pemasaran online, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di tengah pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha* Vol.3 No.2
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gary. 2016. *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin L. 2016. *Marketing Management. Edisi ke 15*. Pearson Education Limited 2016
- Nuraini dan Hadi, Musthofa. 2019. Pengaruh Social Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Panties Pizza Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol.5 No.1
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Manajemen Kinerja Kepegawaian dalam Pengelolaan SDM Perusahaan*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Riduwan dan Kuncoro, E.A, 2017, *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*, Bandung: Alfabeta
- Rusydi, Muhmmad. 2017. *Customer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi
- Wibowo dan Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: CV. Alfabeta