



Journal of Sustainability Business Research



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Surabaya 60234

ARTIKEL

AUDIT OPERASIONAL DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI DAN EFEKTIVITAS KEGIATAN PENYALURAN KREDIT (STUDI KASUS KOPERASI UNIT DESA GLINDAH KABUPATEN GRESIK) Muhammad Rudyamsari, Taudlikhul Afkar, Widiar Onny Kurniawan	PDF 1-10
PENGARUH <i>LEVERAGE</i> DAN LIKUIDITAS TERHADAP <i>RETURN</i> SAHAM PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2020 Nurul Islam, Martha Surhadiyuh	PDF 11-19
PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG KOREAN SPICY CHICKEN DI KELURAHAN MENANGGAL SURABAYA Lesmana Mahardika, I Made Bagus Dwiarta	PDF 20-27
JURNAL HASIL PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BISNIS DI PT. MARGAHAYU CITRA UTAMA Hasbi Husna, I Ketut Surabagiarta	PDF 28-35
PENGARUH <i>SELF EFFICACY</i> TERHADAP PRESTASI AKADEMIK MELALUI MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING Sri Utari Yuli Ana, Siti Istikhoro	PDF 36-43
PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN PENJUALAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA Khalimatus Sa'diyah Rizki Hidayatillah, Untung Lasiyono	PDF 44-53
PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POND'S PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA Nur Aisah, Untung Lasiyono, Tri Ari Prabowo	PDF 54-61
PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN, KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA DENGAN MOTIVASI SEBAGAI INTERVENING DI PT. TATAMULIA NUSANTARA INDAH Muchamad Berlian Pratama, Untung Lasiyono, Tri Aripabowo	PDF 62-74
PENGARUH <i>FREE CASH FLOW</i>, STRUKTUR ASET DAN LIKUIDITAS TERHADAP KEBIJAKAN HUTANG PADA PERUSAHAAN PROPERTI DAN <i>REAL ESTATE</i> YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2017-2019 Rahmania Karomatul Adha, Sugijanto	PDF 75-81
ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENJUALAN KREDIT UNTUK MENINGKATKAN PENGENDALIAN INTERN Maulid Dia Agustini, Yuni Sukandani	PDF 82-91
ANALISIS ANGGARAN BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG TERHADAP EFISIENSI BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG PADA PT. DELTA JAYA ENGINEERING Fathin Nur Aini Markum, Teguh Purwanto	PDF 92-99
PENGARUH PERILAKU KEPEMIMPINAN DAN PENGAWASAN KEPEMIMPINAN TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI CV LINGGA SURABAYA Lindayana, I Made Bagus Dwiarta, Evita Purnaningrum	PDF 100-111

DAFTAR ISI JSBR Vol.3 No.1 2022

PENGARUH KETERAMPILAN, ETOS KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PT SAWUNGGALING KARYA TRANS Aulia Novita Sari, Christina Menuk Sri Handayani, Noerchoidah	PDF 112-121
PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PELAYARAN YANG TERDAFTAR PADA BEI 2015 - 2019 Moch. Muammar Yusuf , Taudlikul Afkar	PDF 122-133
PENGARUH MOTIVASI KERJA, DISIPLIN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT SURYA HARMONIKA MANUNGGAL SIDOARJO Miftakhul Choירו, Sutama Wisnu Dyatmika	PDF 134-143
PENGARUH PELATIHAN, PENGALAMAN KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN UD. AJI BATARA PERKASA MANDIRI SIDOARJO Ade Radita Sari, Christina Menuk Sri Handayani	PDF 144-153
PENGARUH MUTASI, SARANA PRASARANA, DAN PENGEMBANGAN SDM TERHADAP KINERJA PEGAWAI DIMASA PANDEMI COVID-19 Mohamad Alkha, Martha Suhardiyah, Tony Susilo Wibowo	PDF 154-160
PENGARUH FASILITAS, TARIF, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENGGUNA KANTOR POS JEMUR ANDAYANI Adhelia Kurnia Fitri, Christina Menuk S.	PDF 161-168
PENGARUH BUDAYA KERJA DAN KARAKTERISTIK INDIVIDU TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT. PELINDO III TANJUNG PERAK SURABAYA Mayang Mega Putri Sugiastika, Mochammad Munir Rachman, Edy Sulistyawan	PDF 169-177
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, GAYA KEPEMIMPINAN, DAN KARAKTERISTIK PEKERJAAN TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT. TEMPRINA MEDIA GRAFIKA (PACKAGING) SURABAYA Irrena Novita Hidayat, Christina Menuk Sri Handayani, Noerchoidah	PDF 178-184
PENGARUH SUASANA KAFE DAN <i>SERVICE QUALITY</i> TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI KAFE SENEWEN TIME GAYUNGSARI SURABAYA Ellese Margaretha Kohsya, Siti Samsiyah	PDF 185-192
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, KOMPENSASI, DAN FASILITAS TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN PT. SAWUNGGALING KARYA KONSTRUKSI SIDOARJO Yuliani Kurnia D, I Ketut Surabagiarta, Suhariyanto	PDF 193-201
PENGARUH BUDAYA, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KUOTA INTERNET DI KONTER BIMA CELL SIDOARJO Aura Manik Nur Jannah, Drs. Sugijanto	PDF 202-212
PENGARUH KOMUNIKASI, MOTIVASI, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN PT. SINAR GARUDA MAKMURINDO GRESIK Riska Dwi Octavia, Sutama Wisnu Dyatmika	PDF 213-221
PENGARUH PENGALAMAN KERJA, KOMUNIKASI DAN DISIPLIN TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PEGAWAI DINAS PEKERJAAN UMUM BINA MARGA JAWA TIMUR Gordiana Rihit, Subakir, Fauziyah	PDF 222-227

DAFTAR ISI JSBR Vol.3 No.1 2022

PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN MOTIVASI KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN TERHADAP PT WINSTAR PARTICAL PRODUCT Risnawati, Sugijianto	PDF 228-235
PENGARUH <i>WORD OF MOUTH</i> (WOM), KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN <i>HANDPHONE</i> DI TOKO KSC <i>CELLULAR</i> MOJOKERTO Nindya Listya Dewi, Ferry Hariawan	PDF 236-241
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA OMAH SEBLAK KRENYENG DI SIDOARJO Dewi Ayu Rahmawati, Sigit Prihanto Utomo	PDF 242-248
PENGARUH <i>CUSTOMER VALUE</i> DAN <i>MARKETING PUBLIC RELATION</i> TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK MANDIRI (PERSERO), TBK SURABAYA KCP NGAGEL Erfini Ayu Danari, R. Bambang Dwi Waryanto, Nurdina	PDF 249-258
<i>HUMAN CAPITAL</i> SEBAGAI PEMODERASI HUBUNGAN ANTARA <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> DENGAN NILAI PERUSAHAAN Fitria Siskha Prastiwi, Siti Istikhoro	PDF 259-265
PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KEBIJAKAN DEVIDEN, PENDANAAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI PERIODE 2016-2019) Nur Azizatul Aliyah, Martha Suhardiyah	PDF 266-275
PENGELOLAAN KEUANGAN DESA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEMBANGUNAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA TANJUNG KEDAMEAN GRESIK Asmaul Kusna, Yuni Sukandani	PDF 276-282
PENGARUH CR DAN DER TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN ROKOK YANG TERDAFTAR DI BEI Hilda Anggita Sari Purwanto, Subakir, Fauziyah	PDF 283-292
PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP HARGA SAHAM DENGAN GCG SEBAGAI VARIABEL MODERASI BAGI INVESTOR PERUSAHAAN INDUSTRI SUB SEKTOR PERTAMBANGAN BATU BARA YANG TERDAFTAR DI BEI Anita Nur Rachmawati, Subakir, Yuli Kurnia Firdausia	PDF 293-301
IMPLEMENTASI SAK ETAP DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN PADA CV ANDYRAHMAN ARCHITECT Viki Ariyanti, Taudlikhul Afkar, Rina Fariana	PDF 302-312
ANALISIS PROGRAM <i>STAR SELLER</i> SHOPEE DALAM PERTUMBUHAN PENJUALAN SERTA STRATEGI PERUSAHAAN YANG DITERAPKAN (STUDI PADA TOKO <i>ONLINE</i> SHOPEE DODOLLAN STORE SURABAYA TAHUN 2018 - 2021) Fridatul Muzamzamah, Aji Prasetyo	PDF 313-323
ANALISIS KINERJA KEUANGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN COMMON SIZE PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE Putri Ramadhani, Taudlikhul Afkar, Rina Fariana	PDF 324-331
PENGARUH <i>NET PROFIT MARGIN</i>, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, UKURAN PERUSAHAAN, FINANCIAL LEVERAGE DAN NILAI PERUSAHAAN TERHADAP PERATAAN LABA DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (PERUSAHAAN	PDF 332-340

DAFTAR ISI JSBR Vol.3 No.1 2022

OTOMOTIF BEI PERIODE 2016-2019) Moh Reza Septriyanto, Mohammad Afrizal Miradji, Bayu Adi	
PENGARUH PENENTUAN HARGA JUAL DAN HARGA POKOK PENJUALAN TERHADAP LABA PADA TOKO SEPATU VLETCHER TANGGULANGIN SIDOARJO Annisa Dwi Rochmaningrum, Bambang Dwi Waryanto	PDF 341-349
PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN LEVERAGE TERHADAP FINANCIAL DISTRESS Ilva Choirotun Nisa, Mohammad Afrizal Miradji	PDF 350-357
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA UD. RAJAWALI TRANSPORTASI DI GRESIK Ikhwan Kusdianto, Tri Ariprowo	PDF 358-365
PENGARUH PERPUTARAN PERSEDIAAN DAN PERPUTARAN PIUTANG TERHADAP RENTABILITAS EKONOMI PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2014-2018 Febrianto, Yuni Sukandani, Bayu Adi	PDF 366-373

SUSUNAN EDITORIAL BOARD

JOURNAL OF SUSTAINABILITY BUSINESS RESEARCH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

Editor inChief

[Dr. Moh Afrizal Miradji,SE.,Ak.,MSA.,CA.,ACPA](#) Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Executive Editor

1. [Dr.Taudikhul Afkar,S.Pd.,M.Pd.,M.AK .](#) Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. [Dr. M. Nadjib Usman](#) Stie Perbanas Surabaya.
3. Lilik Pirmaningsih,SE.,M.Ak.,CA (Universitas Wijaya Kusuma Surabaya).

Manuscript Editor

1. Widiar Onny Kurniawan, SE.,M.Ak. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
2. Ferry Hariawan ,SE. ,MM Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Aristha Purwandari Sawitri Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Rina Fariana , SE., M.Ak Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Review Team

(Mitra Bestari)

1. Dr.Untung Lasiyono,SE,M.Si Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Diana Rapisari,SE.,MM (Universitas Bayangkara Surabaya)
3. Dr.Holmes Rolandy Kapuy.,SE.,M.Ak (Universitas Sintunu Maroso,Poso,Sulawesi Tengah)
4. Dra Martha Suhardiyah,SE,M.Ak Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
5. Veronika Nugraheni Sri Lestari,SE.,M.M (Universitas Dr Sutomo Surabaya)

Teknologi Informasi Support :

[Widhadi Agus Wahyu Prakoso.,S.Kom](#) Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Audit Operasional Dalam Menigkatakn Efisiensi dan Efektivitas Kegiatan Penyaluran Kredit (Studi Kasus Koperasi Unit Desa Glindah Kabupaten Gresik)

Muhammad Rudyamsari¹, Taudlikhul Afkar², Widiar Onny Kurniawan³

Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia^{1,2,3}

Email : amsarirudy@gmail.com¹, widiaronnykurniawan@yahoo.com³

Koresponden : afkarloveyoufull@gmail.com²

ABSTRAK

Efisiensi dan efektivitas kegiatan penyaluran kredit dalam suatu usaha simpan pinjam koperasi merupakan indikasi yang dapat menentukan kelanjutan koperasi tersebut. Audit operasional dalam kaitannya dapat menjadi alat yang mampu meningkatkan keefisienan dan keefktivan kegiatan perkreditan koperasi. Penelitian ini membahas tentang peranan audit operasional dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyaluran kredit pada koperasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian berjenis deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa audit operasional sangat berperan penting dalam upaya meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan penyaluran kredit. Efisiensi dan efektivitas kegiatan perkreditan dapat dilihat pada kasus pinjaman bermasalah yang tidak terjadi lagi dari tahun ketahun setelah pelaksanaan audit operasional dalam koperasi tersebut. Pelaksanaan tahapan audit operasional yang berkualitas juga sangat berpengaruh dalam upaya peningkatan efisiensi dan efektivitas kredit yang dilakukan. Upaya meningkatkan efisiensi dan efektivitas perkreditan ini dapat ditingkatkan dikarenakan pihak koperasi yang menindak lanjuti hasil temuan dan saran yang dikemukakan pihak auditor operasional.

Kata kunci: Audit Operasional, Efisiensi, Efektivitas, Kredit

ABSTRACT

The efficiency and effectiveness of lending activities in a cooperative savings and loan business is an indication that can determine the continuation of the cooperative. Operational audit in relation to it can be a tool that can improve the efficiency and effectiveness of cooperative lending activities. This study discusses the role of operational audit in improving the efficiency and effectiveness of lending to cooperatives. The research method used in this type of research is descriptive qualitative with a case study approach. The results of this study explain that operational audits play an important role in efforts to improve the efficiency and effectiveness of credit distribution activities. The efficiency and effectiveness of credit activities can be seen in the case of non-performing loans that do not occur again from year to year after the operational audit in the cooperative. The implementation of a quality operational audit stage is also very influential in efforts to improve credit efficiency and effectiveness. Efforts to increase the efficiency and effectiveness of this credit can be increased because the cooperative is following up on the findings and suggestions put forward by the operational auditor.

Keywords: Operational Audit, Efficiency, Effectiveness, Credit

PENDAHULUAN

Efisiensi dan efektivitas kegiatan penyaluran kredit dapat dilakukan melalui pemeriksaan atas laporan keuangan dan pemeriksaan operasional (Bashori, 2015). Namun dalam peraktik di lapangan khususnya badan koperasi unit desa, sering kali kegiatan audit dilakukan dengan kurang efektif. Pada Koperasi Unit Desa Glindah di Kabupaten Gresik sendiri kegiatan audit tidak dilakukan secara berkelanjutan yang membuat menurunnya kualitas hasil audit. Untuk meningkatkan kualitas hasil audit dalam suatu instansi sendiri, auditor dalam menjalankan tugasnya harus didasarkan atas kompetensi dan kriteria atau standart yang telah di tetapkan (Nugroho, 2018). Standart kerja yang

ditetapkan pihak manajemen seringkali dinyatakan sebagai kriteria didalam audit operasional (Rukmana, 2016).

Pesatnya pertumbuhan koperasi dari tahun ke tahun mengindikasikan koperasi mampu menjadi tempat yang memberikan manfaat untuk setiap orang. Juga menjadi alternatif dalam mencapai perekonomian masyarakat yang lebih baik. Semakin baiknya taraf perekonomian masyarakat, maka akan semakin tinggi juga kebutuhan pendanaan baik bagi perusahaan maupun kebutuhan pribadi masyarakat. Sehingga menjadi peluang untuk lembaga keuangan dalam berpartisipasi menyuplai pembiayaan (Afkar, 2017). Koperasi Unit Desa Glindah sendiri guna mendukung perekonomian masyarakat, menghadirkan pinjaman kredit untuk memenuhi kebutuhan pendanaan kecil hingga menengah bagi anggota koperasi dan masyarakat ds. Glindah. Kredit pada lembaga koperasi tentunya akan memicu timbulnya resiko. Suatu tindakan kemungkinan atau kejadian yang mengancam dan menimbulkan dampak berlawanan terhadap tujuan yang hendak dicapai merupakan kata lain dari resiko (Rukmana, 2016). Olehsebab itu, perlu juga adanya pengendalian yang baik untuk mencegah terjadinya kehilangan aset dalam berbagai bentuk agar organisasi tersebut berjalan dengan baik dan tidak mengalami kerugian dikemudian (Afkar, 2016).

Memonitoring keefisienan dan keefektifitasan atas kegiatan oprasional kopersi juga perlu dilakukan. Khususnya dalam aktivitas perkreditan yang tinggi akan resiko timbulnya kredit macet dengan berbagai faktor pemicu. Juga untuk memberikan perbaikan atas kekurangan yang ditemukan. Dalam hal ini koperasi dapat menggunkan audit operasional sebagai alat pemeriksaan juga penilaian atas efisiensi dan efektivitas kegiatan operasional mereka. Tingkat kolektibilitat koperasi mampu ditingkatkan bilamana pihak koperasi meningkatkan kualitas pemeriksaan kegiatan penyaluran perkreditan mereka guna memperkecil munculnya pinjaman bermasalah. Solusinya dengan penerapan audit operasional yang berkualitas juga mumpuni atas kegiatan perkreditan yang dijalankan pihak koperasi.

Penelitian kali ini menggunakan hasil wawancara, dokumentasi, observasi dari pihak pengurus dan karyawan koperasi yang terlibat dalam kegiatan perkreditan sebagai obyek penelitian, dan kegiatan penyaluran kredit sebagai obyek dalam penelitian ini. Oleh karenanya permasalahan yang diangkat pada penelitian kali ini antara lain : Bagaimana pelaksanaan audit operasional kegiatan perkreditan yang dijalankan KUD Glindah di Kabupaten Gresik? Dan Bagaimana peranan audit operasional dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas perkreditan KUD Glindah di Kabupaten Gresik?. Sehingga, didapati tujuan dari penelitian ini adalah : yang pertama untuk memperoleh gambaran mengenai penerapan audit operasional kegiatan perkreditan KUD Glindah di Kabupaten Gresik. Yang kedua untuk mengetahui peranan audit operasional dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan perkreditan KUD Glindah di Kabupaten Gresik.

Berguna memperkuat penelitian kali ini dan sebagai bahan acuan, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dipergunakan dalam penelitian ini antara laian, penelitian oleh (Sari, 2013) penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui peranan audit operasional dalam meningkatkan efektivitas kegiatan perkreditan pada BPR Rokan Hulu. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian memberikan simpulan audit operasional cukup berperan dalam meningkatkan efektivitas kredit pada BPR Rokan Hulu. Ditinjau dari tingkat NPL Kredit BPR Rokan Hulu yang menurun dari tahun ketahun. Penelitian berikutnya yang di lakukan Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui peranan audit operasional dalam meningkakan efektivitas kegiatan perkreditan pada PT BRI cabang utama Pinrang. Metode analisis data yang digunakan adalah

metode deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Hasil penelitian memberikan simpulan audit operasional berperan dalam meningkatkan efektivitas kegiatan perkreditan pada PT BRI cabang utama Pinrang. Hasil audit yang dilakukan sudah berpedoman pada SPFAIB dan tingkat NPL yang konsisten terjaga pada nilai 2% pada 3 tahun terakhir.

Agency Theory, yaitu hubungan antara pemilik (*principal*) dengan manajemen (*Agent*) (Jensen and Mackling, 1976). Teori ini mendukung teori akan kebutuhan audit operasional dalam kegiatan perekonomian dimana pihak pemilik tidak memiliki banyak waktu untuk memantau usahanya. Hal ini sejalan dengan perkembangan koperasi yang semakin besar maka akan semakin sering terjadi konflik antara *principal* dalam hal ini adalah penanggung jawab koperasi dan pihak agen yang diwakili oleh pengelola unit simpan pinjam atau kredit. Dalam hal ini sering timbul masalah antara *principal* dan agen yang disebabkan oleh asimetri informasi. Asimetri informasi yakni terjadinya ketidak seimbangan informasi akibat pendistribusian informasi yang kurang lengkap dan terkesan tidak sama antara *agent* dan *principal* (Lestari, 2013).

Konflik kepentingan merupakan suatu istilah yang digunakan dalam teori keagenan. Manajer yang sering kali lebih mementingkan kepentingan pribadinya dan memutuskan sepihak tindakannya yang dalam kasus ini penyaluran kredit tanpa melalui proses dan penilaian yang ada demi mencapai target kredit yang ditetapkan. Hal ini dapat mengakibatkan kredit bermasalah di koperasi kemudian hari. Pihak independen diperlukan guna menangani situasi yang dapat menjadi pihak penegak dalam menghadapi konflik tersebut juga memberikan laporan atas informasi yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Pihak tersebut dikenal sebagai audit internal (audit operasional) yang bekerja secara independen dan tidak memihak baik *principal* maupun *agen*.

Koperasi Unit Desa Glindah di Kabupaten Gresik tidak bisa terlepas dari tingginya resiko kredit bermasalah. Dimana lembaga koperasi seharusnya minim resiko jika dilihat dari landasan kekeluargaan yang di pegang oleh lembaga tersebut. Koperasi perlu berusaha menekan resiko munculnya kasus itu serendah mungkin. Secara ringkas dapat dikatakan bahwa usaha menekan risiko adanya pinjaman bermasalah hal tersebut dapat dilakukan dengan menjaga mutu pinjaman yang disalurkan. Oleh sebab itu dibutuhkan pemeriksaan yang kontinuitas atas aktivitas penyaluran pinjaman guna memperkecil resiko yang mungkin ada. Untuk meningkatkan tingkat kolektibilitas kredit pihak koperasi perlu meningkatkan kualitas pemeriksaan aktivitas penyaluran kredit mereka demi menekan tumbuhnya kasus pinjaman bermasalah. Salah satu cara dengan penerapan audit operasional yang memadai atas kegiatan perkreditan yang dilakukan.

Audit operasional menurut (Tunggal, 2014) menyebutkan bahwa, audit operasional diutamakan untuk mengidentifikasi kegiatan, program, aktivitas yang memerlukan perbaikan dan penyempurnaan yang bertujuan untuk menghasilkan perbaikan atas pengelolaan struktur dan pencapaian hasil dari objek yang efisien, efektif dan ekonomis. Perlu juga diadakan pemeriksaan terhadap kegiatan operasi perusahaan, termasuk kebijakan akuntansi dan kebijakan operasional yang ditentukan perusahaan untuk mengetahui kegiatan tersebut sudah efisien, efektif dan ekonomis (Agoes, 2017). Sebab itu penelitian ini dilakukan untuk menilai dan mengetahui peranan audit operasional yang dilakukan pihak KUD Glindah di Kabupaten Gresik dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan penyaluran perkreditan yang dijalankan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk mendapat gambaran yang lebih nyata. Dalam penelitian ini subyek penelitiannya meliputi ketua/penjabat koperasi dan karyawan koperasi yang terlibat dalam kegiatan perkreditan. Untuk obyek penelitian, peneliti menggunakan kegiatan penyaluran kredit sebagai obyek untuk lebih mendapat gambaran dengan rinci. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi dengan uji redibilitas, uji transferability, uji dependability, dan uji confirmability sebagai penguji keabsahan data penelitian.

HASIL

Pelaksanaan Audit Operasional

Audit operasional yang dilaksanakan oleh pihak auditor internal KUD Glindah memiliki kualifikasi yang cukup baik ditinjau dari independensi auditor KUD Glindah cukup memadai di tilik dari kedudukan pada struktur organisasi koperasi. Auditor yang di pegang oleh pihak pengawas koperasi terpisah dari unit-unit lainnya dan bertanggung jawab langsung pada komite koperasi. Sehingga dapat di katakan auditor dapat bekerja atau mengaudit tanpa tekanan dari pihak yang akan diauditnya. Auditor KUD Glindah juga tidak memiliki hubungan kekerabatan baik dengan pihak pengurus maupun penjabat koperasi. Sehingga tidak akan timbul rasa tidak nyaman dalam kegiatan audit yang dijalankannya. Jika ditilik dari faktor tersebut maka pihak auditor dapat menghasilkan laporan audit yang objektif sesuai dengan fakta yang ada tanpa tekanan atau pengaruh dari pihak manapun.

Kualifikasi dalam hal kompetensi, auditor internal KUD Glindah sebagai auditor yang bertugas dalam menjalankan tugasnya dibekali kemampuan teknis komunikasi secara efektif dengan narasumber juga mampu menilai banyak situasi yang terjadi yang mempengaruhi bidang yang akan diaudit atau dihadapi. Kompetensi auditor internal KUD Glindah juga didukung dengan pelatihan dan pendidikan dalam hal ini pelantikan sebagai pengawas koperasi, pelatihan, dan pendidikan khusus yang diselenggarakan pemerintah. Mengingat tidak adanya keluhan dari unit teraudit maka dirasa pihak auditor internal KUD Glindah dirasa berjalan dengan lancar.

Penyusunan program audit KUD Glindah dilakukan setiap triwulan sekali dan setiap pelaksanaannya setahun sekali. Dalam penyusunan program audit operasional, auditor akan menggunakan laporan hasil audit tahun sebelumnya sebagai dasar penyusunan tahun-tahun berikutnya. Dalam program audit tersebut mencakup objek audit dan tujuan audit dilaksanakannya kegiatan tersebut. Dalam lingkup pelaksanaan audit operasional KUD Glindah sendiri mencakup kegiatan penyaluran perkreditan yang dilakukan pihak koperasi dan bagian perkreditan yang meliputi prosedur-prosedur dan kebijakan perkreditan menjadi titik fokus aktivitas. Dalam pelaksanaannya meliputi tiga tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan Pendahuluan

Auditor internal KUD Glindah dalam tahapan ini melakukan review pendahuluan yang mencakup bagian simpan pinjam dan bagian lain terkait kegiatan perkreditan. Selain itu auditor juga melakukan review pada fasilitas kredit koperasi untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh mengenai kegiatan operasional koperasi, khususnya perkreditan yang di lakukan koperasi. Dari review tersebut akan di dapati indikasi permasalahan dan prihal yang

membutuhkan fokus kelanjutan. Sehingga auditor mendapatkan pengetahuan yang cukup untuk mengetahui keadaan yang akan di audit.

Pendahuluan ini dimaksudkan agar auditor lebih memahami kegiatan dan fungsi audit secara lebih mendalam agar kegiatan audit bisa di fokuskan pada prihal lebih strategis. Auditor internal dalam tahap ini melakukan pemahaman atas aspek-aspek dalam audit yang meliputi struktur organisasi, fungsi, wewenang, serta tanggung jawab pihak yang terkait dalam kegiatan perkreditan, kebijakan perkreditan, standart operasional prosedur koperasi, dan sebagainya. Auditor dalam hal ini mendapatkan pemahaman mengenai organisasi dan management melalui SOP Kredit Koperasi dan kebijakan-kebijakan koperasi tentang hal yang terkait akan kegiatan perkreditan.

Persiapan audit yang dijalankan KUD Glindah cukup memadai dimana auditor internal telah melakukan penelitian pendahuluan guna mengenal dan memahami peraturan kebijakan dan peraturan perkreditan koperasi, struktur perkreditan koperasi, wewenang serta tanggung jawab pihak-pihak yang terkait dengan perkreditan koperasi, dengan begini auditor akan memiliki pengetahuan mendalam tentang unit kerja yang akan diaudit.

Auditor dalam melakukan analisis dan evaluasi aktivitas audit operasionalnya menggunakan berbagai macam jenis data tertulis sebagai bahan pelaksanaan auditnya. Data – data yang terkait meliputi :

1. Data organisasi (kepegawaian dan unit kerja terkait)
2. Data master kredit
3. Data pengendalian intrernal koperasi
4. Data pengelolaan kredit

Sifat wawancara ini hanya untuk memberikan gambaran sekilas persoalan koperasi secara umum. Guna memperoleh pengetahuan yang cukup untuk identifikasi masalah berbagai unit dan peristiwa penting maka dilakukan wawancara ini, juga menentukan hal apa saja yang perlu dilakukannya penyelidikan berkelanjutan. Informasi yang sudah terkumpul selanjutnya dijadikan bahan penyusunan atas suatu rencana audit mendalam.

2. Tahap Audit Mendalam

Temuan yang didapatkan pada tahap pendahuluan ini kemudian dijadikan acuan audit mendalam. Yang kemudian pada bagian-bagian yang bermasalah akan dilakukan penyelidikan lanjutan serta dilakukannya udit mendalam.

Pengamatan secara langsung atas kegiatan perkreditan yang dilakukan auditor internal KUD Glindah yang mencakup dari penyiapan formulir yang akan diisi oleh calon debitur sampai tahap pembayaran atas penarikan dana pinjaman oleh peminjam. Untuk mengetahui penyimpangan dan kelemahan yang terjadi dalam kegiatan perkreditan auditor internal melakukan analisis pada kegiatan perkreditan tersebut sebelum menarik kesimpulan yang akhirnya dituangkan pada ikhtisar hasil audit.

Studi lapangan pada tahap mendalam ini bertujuan untuk :

1. mengamati kegiatan yang dilakukan dalam bagian yang diaudit secara lebih rinci.
2. memfokuskan perhatian yang lebih besar terhadap masalah daerah yang lemah dalam bagian yang diaudit.

Melalui studi lapangan akan dilakukan pengecekan apakah kegiatan perkreditan sudah dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Apabila didapati ketidaksesuaian

prosedur akan dilakukan konfirmasi ke bagian terkait untuk mengetahui permasalahan yang ada.

Pemeriksaan tahap ini meliputi kegiatan :

a) Penilaian Permohonan Kredit

Kegiatan perkreditan dimana pemohon mengajukan surat permohonan untuk memperoleh kredit dari koperasi merupakan tahap awal. Pada tahap awal ini, auditor internal melakukan pemeriksaan dokumen-dokumen yang terkait dengan pengajuan permohonan kredit oleh pemohon. Auditor internal juga memeriksa kelengkapan dokumen-dokumen kelengkapan berkas permohonan kredit, identitas pemohon.

b) Penilaian Kelayakan Kredit

1. Kebenaran nilai kredit dilakukan pemeriksaan oleh auditor internal.
2. Pengisian worksheet indentifikasi kredit dilakukan untuk memeriksa pemeringkatan kredit dan penilaian recovery rate.
3. Pemeriksaan kelengkapan rekomendasi kredit.

Kriteria yang digunakan :

c) Penilaian pemberian keputusan kredit

Auditor internal dalam tahapan ini melakukan pemeriksaan pada pengurus yang bertanggungjawab memutuskan pemberian pinjaman dan dokumen terkait pemberian kredit.

d) Penilaian Realisasi Kredit

1. Melakukan pemeriksaan kelengkapan dan kebenaran pembuatan perjanjian kredit dan perjanjian turutannya.
2. Melakukan pemeriksaan atas kelengkapan pembebanan dan dokumen pencairan kredit, pencandangan biaya, pembebanan biaya realisasi kredit.

Auditor internal melakukan wawancara ke bagian yang diaudit untuk mendapatkan informasi beserta bukti yang kompeten. Auditor internal melakukan pemeriksaan serta menganalisis semua informasi tersebut Kertas Kerja Audit pada akhir pemeriksaan merupakan bentuk dokumentasi temuan oleh auditor internal, yang kemudian semua hasil-hasil audit dan temuan-temuan berkas atau bukti audit didokumentasikan dalam bentuk ikhtisar hasil audit. Yang kemudian Ikhtisar hasil audit tersebut dipergunakan dalam mengungkapkan keadaan yang sebenarnya terjadi atau terjadinya penyimpangan yang ditemukan dan juga berisi rekomendasi-rekomendasi perbaikan auditor internal.

3. Tahap Pelaporan

Rapat/pertemuan dengan pimpinan beserta komite koperasi, dalam pertemuan ini auditor KUD Glindah melakukan konfirmasi temuan audit yang diperoleh, sebelum Laporan Hasil Audit (LHA) dibuat, temuan dan hasil audit dikumpulkan berupa ikhtisar hasil audit kemudian didiskusikan bersama pimpinan dan komite koperasi terlebih dahulu. Pertemuan tersebut disebut rapat pengurus inti dengan agenda Mendengarkan tanggapan mengenai temuan audit juga menerima komitmen dari Pimpinan/Komite Koperasi mengenai waktu penyelesaian perbaikan atau tindak lanjut atas temuan tersebut.

Sesudah pertemuan dengan petinggi koperasi, auditor internal ditunjuk untuk membuat konsep laporan dimana untuk memperoleh keyakinan atas kejelasan informasi tentang temuan

hasil audit yang meliputi fakta, penyebab permasalahan dan keadaan sebenarnya juga dampak yang akan diterima maka dilakukan review bersama. Selain itu, dalam review ini juga dilakukan untuk mengumpulkan tanggapan atau persetujuan, penolakan dan keberatan, komitmen dan alasan guna melakukan perbaikan dimana diberikan batas waktu guna auditor melakukan perbaikan.

Setelah review atas konsep laporan, pemeriksaan yang dilakukan tidak hanya pada pemeriksaan perkreditan saja melainkan mencakup keseluruhan pemeriksaan pengendalian internal juga organisasi guna membantu auditor internal dalam penyusunan Laporan Hasil Audit (LHA). Sebelum diberikan sebagian unit teraudit LHA terlebih dahulu disahkan atau ditandatangani pejabat koperasi yang kemudian diserahkan ke unit teraudit untuk ditindak lanjuti kembali. Auditor juga bertanggung jawab atas penyampaian dan terealisasinya perbaikan yang telah disepakati bersama pihak pemimpin dan komite koperasi. Namun dalam pelaksanaan perbaikan oleh unit teraudit auditor internal KUD Glindah tidak ikut dalam proses perbaikannya, melainkan hanya memantau hasil akhirnya saja.

Pelaksanaan Audit Operasional KUD Glindah dalam hal ini kurang memperhatikan kesiapan unit yang diaudit. Dilihat auditor tidak mengirim pemberitahuan sebelum pelaksanaan audit unit terkait. Hal ini dinilai kurang efisien dilakukan di KUD Glindah, dimana sebelum dilakukannya audit pihak koperasi akan melakukan rapat pengurus yang di hadiri pengurus inti, penanggung jawab koperasi, dan unit usaha. Dalam rapat tersebut akan disampaikan pelaksanaan audit sehingga pihak auditor dirasa tidak perlu mengirim surat lagi ke pihak unit teraudit. Prinsip audit yang dilakukan auditor KUD Glindah sendiri berpengaruh dalam mengungkap temuan-temuan yang tidak sesuai dalam kegiatan perkreditan yang dilakukan pihak pengelola kredit atau unit simpan pinjam KUD Glindah. Mulai dari kegiatan pengajuan pinjaman atau kredit hingga perealisasiannya kepada pemohon sesuai dengan prosedural yang telah ditetapkan koperasi. Dari hasil wawancara kepada pihak pengelola kredit ditemukan kasus kredit bermasalah yang berujung pada taktertagih pada tahun 2017.

Kasus tersebut didasari pengelola kredit yang memiliki hubungan bisnis dengan pemohon sehingga dengan sengaja melanggar prosedur pinjaman yang telah ditetapkan koperasi. Prinsip audit menjadi komitmen yang dipegang pihak koperasi dan berhasil mengungkap kasus pinjaman bermasalah pada tahun 2017. Hal ini mengindikasikan bahwa audit operasional KUD Glindah dapat menjadi pihak penegak dalam menangani konflik juga menyampaikan kesenjangan informasi yang terjadi antara pihak pengelola unit simpan pinjam dan komite koperasi. Sehingga didapatkan solusi untuk mencegah timbulnya konflik yang sama dikemudian hari. Audit operasional dalam hal ini sejalan dan dapat berperan sesuai dengan Teori Keagenan yang dikemukakan Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Dalam perkembangan suatu perusahaan dalam hal ini koperasi. Maka akan memicu timbulnya konflik antara unit simpan pinjam dan komite koperasi yang biasa di sebut asimetri informasi atau dikenal kesenjangan informasi. Dalam peranannya Audit Operasional pihak KUD Glindah mampu menjadi pihak independen yang dibutuhkan untuk menghilangkan kesenjangan informasi tersebut. Dimana pihak audit operasional memberikan hasil laporan atas kegiatan auditnya. Dari informasi tersebut pihak komite akan mengambil tindakan atas permasalahan di lapangan dan pihak unit simpan pinjam dapat mempertanggungjawabkan permasalahan yang terjadi.

Efisiensi dan Efektivitas Penyaluran Kredit Melalui Audit Operasional

Pelaksanaan audit operasional KUD Glindah tersebut, dinilai cukup efisien dan efektif dalam meningkatkan penyaluran perkreditan koperasi. Hal tersebut dilihat dari pelaksanaan kreditnya yang sesuai dengan proses yang telah ditetapkan pihak koperasi, juga sesuai atas peraturan pemerintah tentang kegiatan simpan pinjam koperasi. Dari segi penilaian permohonan pinjaman juga sudah sesuai atas proses yang diterapkan koperasi. Peningkatan efisiensi dan efektivitas perkreditan koperasi ini didukung dengan data perhitungan kualitas aktiva produktif koperasi. Dengan kasus awal yang terjadi pinjaman bermasalah pada tahun 2017 yang didasari atas pemberian pinjaman yang tidak sesuai dengan prosedural yang ditetapkan pihak koperasi. Hal inilah yang kemudian menjadi fokus pelaksanaan audit operasional KUD Glindah, untuk meminimalisir terjadinya kasus serupa. Sebab hal tersebut pihak auditor melakukan pemeriksaan terperinci demi meningkatkan mutu kualitas audit dan meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan perkreditan koperasi.

Mengacu pada data kualitas aktiva produktif tersebut, pada tahun 2017 terjadi pinjaman bermasalah. Dimana pinjaman senilai Rp. 500.000 tersebut tidak tertagih dan setelah dilakukannya audit, didapati ketidaksesuaian prosedur pada saat permohonan pinjaman pada koperasi. Kasus tersebut dilatarbelakangi kepentingan pribadi pihak pengelola unit simpan pinjam dimana didasari rasa kekeluargaan pihak pengelola kepada pihak pemohon. Sehingga pinjaman tersebut tetap diberikan meskipun persyaratan untuk pinjaman tidak terpenuhi. Pada kasus ini, peminjam tidak melakukan angsuran dikarenakan faktor gagalnya panen pada tahun 2017 yang terjadi di desa Glindah. Dimana petani merupakan sumber mata pencaharian pokok masyarakat desa Glindah. Hutang tak tertagi tersebut pada akhirnya ditutup pihak koperasi menggunakan dana simpanan.

Agar tidak terulang kasus yang sama di tahun berikutnya dengan mengindahkan saran auditor untuk melepas jabatan pengelola tersebut, juga lebih menekankan pada proses penilaian kelayakan kredit dan lebih membatasi pada identitas keanggotaan peminjam. Dari perbaikan tersebut keefisienan dan keefektifan kredit dapat ditingkatkan kembali dibuktikan dengan tidak terjadinya kasus pinjaman bermasalah pada tahun 2018-2019. Oleh sebab itu audit operasional dirasa cukup berperan dalam peningkatan efisiensi dan efektivitas penyaluran kredit. Ditinjau atas perbaikan prosedur kredit yang lebih efisien juga tidak adanya kasus pinjaman bermasalah dalam 2 tahun setelah perbaikan.

SIMPULAN

1. Pelaksanaan audit operasional kegiatan perkreditan yang dijalankan pihak KUD Glindah mencakup beberapa tahapan :
 - a. Tahap Audit Pendahuluan
Pada tahap pendahuluan auditor melakukan pengamatan atas fasilitas fisik secara sekilas yang berguna untuk mengumpulkan data tertulis. Tahap ini pihak auditor juga melakukan wawancara demi mendapatkan gambaran yang lebih nyata dari bagian yang akan diaudit.
 - b. Tahap Audit Mendalam
Auditor dalam tahap ini melakukan studi lapangan untuk melakukan pengamatan langsung secara lebih rinci. Guna memfokuskan perhatian pada bagian unit yang diaudit.
 - c. Tahap pelaporan Hasil Audit
Dalam tahapan ini auditor melakukan konfirmasi atas temuan audit yang diperoleh. Yang selanjutnya akan didiskusikan dengan pengurus dan komite koperasi berdasarkan ikhtisat

hasil audit yang diperoleh sebelum di sahkan menjadi laporan hasil audit (LHA). Yang kemudian di akan disampaikan kepada unit yang diaudit.

2. Audit operasional cukup berperan penting dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan perkreditan KUD Glindah. Hal tersebut dapat di lihat pada masalah kredit macet/pinjaman bermasalah yang sudah tidak terjadi lagi semenjak tahun 2018. Pada kegiatan penyaluran kredit oleh KUD Glindah juga sudah sesuai dengan prosedur yang diterapkan oleh pihak koperasi. Dimana pihak auditor melakukan pemeriksaan terperinci secara berkelanjutan guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan penyaluran kredit di KUD Glindah Kabupaten Gresik.

IMPLIKASI

Implikasi pada penelitian ini adalah untuk membuktikan peranan audit operasional dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan perkreditan KUD Glindah Kabupaten Gresik. audit operasional dapat berpengaruh dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas suatu kegiatan apabila terdapat tahapan-tahapan yang jelas dalam pelaksanaan auditnya. Juga tercukupinya kebutuhan dalam pelaksanaan audit operasional yang meliputi data dan dokumen serta kerjasama unit yang diaudit. Dalam peningkatan efisiensi dan efektivitas perkreditan dapat di tingkatkan apabila audit operasional dapat melakukan pemeriksaan yang berkualitas dan tidak memihak. Dalam kaitannya dengan independensi dan memahami dengan baik unit serta prosedur operasional atau pengendalian internal kredit, baik dari badan maupun perusahaan yang akan diaudit.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan berdasarkan simpulan penelitian tentang peranan audit operasional dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan penyaluran krdit pada KUD Glindah. Keterbatasan penelitian mencakup, sulitnya dalam mendapatkan bukti seperti kertas kerja audit, surat penugasan dan dokumen pendukung lainnya yang di pergunakan dalam kegiatan audit operasional karena faktor kerahasiaan dokumen perusahaan. Selain itu penelitian yang dilakukan hanya mencakup 2 nilai efisien dan efektif saja, diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menambah nilai lain yakni keekonomisan dalam pengauditan operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Afkar, Taudlikhul. 2016. "Efektivitas Pengendalian Preventif, Pengendalian Detektif, Dan Pengendalian Represif Terhadap Pencegahan Kecurangan Akuntansi." *Majalah Ekonomi* 21(2).
- Afkar, Taudlikhul. 2017. "Analisis Pengaruh Kredit Macet Dan Kecukupan Likuiditas Terhadap Efisiensi Biaya Operasional Bank Umum Syariah Di Indonesia." *Ajie* 2(2): 177–92.
- Agoes, Sukrisno. 2017. *Auditing : Petunjuk Praktis Pemeriksaan Akuntansi Oleh Akuntan Publik, Buku 1, Edisi 5*. 5th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Bashori, Haris. 2015. "Analisis Efeisiensi Dan Efektivitas Kredit Untuk Meningkatkan Kinerja Keuangan Pada PD. Bank Daerah Lamongan." *Ekbis* XIII.
- Jensen, Michael C. dan W.H. Meckling. 1976. "Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure." *Journal of Financial Economics* 3.
- Kurniawan, Widiar Onny. 2019. "Penerrapan Metode ABC (Activity Based Costing) Dalam Menentukan Harga Jual Kamar Hotel "X"." *Journal of Economics Development Issues* 2(02).
- Lestari, Vivi. 2013. "BUKTI MENGENAI DAMPAK PENGENDALIAN INTERNAL DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP AUDIT FEE." Universitas Islam Negeri Syarif

- Hidayatullah Jakarta.
- Nugroho, Lucky. 2018. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS AUDIT (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR INDUSTRI SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014-2016)." *JURNAL MANEKSI* 7.
- Rukmana, Herdiyanti. 2016. "AUDIT OPERASIONAL UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI DAN EFEKTIVITAS KEGIATAN PENYALURAN KREDIT (STUDI KASUS PADA KOPERASI UNIT DESA DADI JAYA KABUPATEN PASURUAN)." Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sari, Ratna. 2013. "Peranan Audit Operasional Dalam Meningkatkan Efektivitas Kegiatan Perkreditan (Studi Kasus Pada BPR Rokan Hulu)." : 1–73.
- Tunggal, Amin. 2014. *Pengantar Dasar Auditing*. Jakarta: Harvarindo.

Pengaruh *Leverage* dan Likuiditas Terhadap *Return* Saham Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020

Nurul Islam¹, Martha Surhadiyah²

Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia ^{1,2}

Email : asthalrein@gmail.com¹,

Koresponden : martha@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *leverage* dan likuiditas terhadap *return* saham pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah 15 perusahaan dengan sampel terdiri dari 13 perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik, uji t dan uji F. Dengan hasil penelitian bahwa secara persial ada pengaruh yang signifikan variabel *leverage* dan likuiditas terhadap *return* saham. Dan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *leverage*, dan likuiditas terhadap *return* saham.

Kata Kunci : *Leverage*, Likuiditas, *Return* Saham

ABSTRACT

The goal of this research is to figure out the effect of leverage and liquidity of return stock in automotive company listed in Indonesian Stock Exchange. Population in this research includes 15 companies with sample consist of 13 automotive companies listed in Indonesian Stock Exchange, sample technique used purposive sampling method. Data collection performed with documentation method. Analysis technique used is multiple linear regression analysis technique with classic assumption test, t test and F test. Resulting in there is a significant change in leverage variable and liquidity in stock return and simultaneous significant change between leverage variable, and liquidity in stock return.

Keywords : *Leverage*, Liquidity, Stock return

PENDAHULUAN

Investor adalah perorangan atau lembaga baik domestik ataupun non domestik yang melakukan suatu investasi. Setiap investor yang akan melakukan investasi mengharapkan keuntungan dari investasi yang dilakukan di masa yang akan datang. Harapan keuntungan yang di dapat di masa akan datang merupakan kompensasi atas waktu dan resiko yang terkait dengan investasi dari yang dilakukannya. Dalam konteks investasi, harapan keuntungan tersebut disebut dengan *return*. Tujuan investor untuk berinvestasi adalah memaksimalkan *return*, tanpa melupakan faktor resiko yang akan dihadapinya di kemudian hari.

Industri mobil global telah berubah jauh, berbagai terobosan teknologi mendorong perubahan pada industri otomotif, mulai dari penggunaan tenaga listrik dengan tingkat emisi rendah hingga kendaraan tanpa pengemudi (*autonomous vehicle*) yang diyakini akan menjadi kenyataan dalam waktu tidak lama lagi. Perkembangan yang terjadi di industri otomotif Indonesia memang belum sampai ke titik itu, namun globalisasi yang terjadi membuat pelaku industri otomotif. Indonesia mulai mempersiapkan diri untuk dengan terus membangun dan mengembangkan industri otomotif guna mengikuti industri dunia otomotif global.

Calon investor sebelum melakukan investasi tentunya memerlukan informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan investasinya. Informasi umum yang harus diperlukan oleh para investor di pasar modal tidak hanya informasi yang bersifat teknis. Informasi yang bersifat fundamental diperoleh dari luar perusahaan, seperti ekonomi, politik, finansial, dan faktor lainnya. Informasi dapat diperoleh dari kondisi intern perusahaan yang lazim digunakan adalah informasi laporan keuangan. Tujuan dari pemegang saham atau para investor tentunya dengan harapan mendapatkan keuntungan, selain dividen

investor juga menginginkan *return* saham. Maka investor melakukan analisis untuk memprediksi harga saham di masa yang akan datang.

Laporan keuangan memberikan sejumlah informasi berharga yang dapat digunakan oleh para manajer, investor, kreditor, konsumen, pemasok dan pembuat peraturan. Analisis yang cermat atas laporan-laporan sebuah perusahaan akan dapat menyoroti kekuatan dan kelemahannya. Selain itu analisis keuangan juga dapat digunakan untuk meramalkan bagaimana keputusan- keputusan strategis seperti penjualan sebuah divisi, perubahan kebijakan kredit atau persediaan, atau pelunasan pabrik dapat memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan.

Investasi yang aman diperlukan suatu analisis yang cermat, teliti dan didukung dengan data-data yang akurat. Teknik yang benar dalam analisis akan mengurangi resiko bagi investor dalam berinvestasi. Ada banyak teknik analisis yang dapat dipilih oleh investor. Secara umum, teknik analisis yang paling banyak dipakai yaitu analisis yang bersifat fundamental, analisis teknikal, analisis ekonomi dan analisis keuangan. Analisis yang terakhir yaitu analisis rasio keuangan merupakan analisis yang paling mudah dan sederhana. Tiga dari analisis rasio keuangan diantaranya adalah *leverage* dan likuiditas.

Leverage keuangan (*Financial leverage*) adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (hutang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat hutang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban hutang tersebut. Karena itu sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa hutang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar hutang. Secara umum *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya.

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan tepat waktu. Bagi perusahaan, dividen adalah arus kas keluar, dan hal tersebut mempengaruhi posisi dari kas perusahaan. Semakin likuid sebuah perusahaan, kemungkinan pembayaran dividen yang dilakukan perusahaan tersebut akan semakin besar.

Peneliti memilih sektor otomotif dalam penelitian karena industri otomotif merupakan industri yang berkembang pesat di era globalisasi saat ini. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan BBM yang dahulu menjadi bahan pokok dalam penggerak di bidang industri otomotif tergantikan dengan inovasi terbaru yaitu penggunaan listrik dengan tingkat emisi rendah. Perubahan tersebut akan memberikan dampak positif bagi produsen dan konsumen otomotif karena dengan adanya penggunaan listrik dapat menekan biaya BBM yang mahal selain itu bahan untuk mendapatkan listrik sangatlah ramah lingkungan.

Tercermin nantinya pada laporan keuangan perusahaan otomotif yang biaya produksinya dapat ditekan sejalan dengan keuntungan yang akan diperoleh dari hasil penjualan produksi otomotif. Dengan begitu, kinerja perusahaan industri otomotif bila ditinjau dari laporan keuangan yang mengalami peningkatan atau berdampak positif akan memudahkan dalam menarik para investor baik di dalam atau di luar negeri untuk membeli saham pada industri ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif atau data yang berupa angka yang diolah dengan rumus-rumus yang sudah ditentukan. Populasi dalam penelitian ini yaitu 15 perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020, dengan jumlah sampel 13 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk analisis data menggunakan analisis regresi liner berganda, uji asumsi klasik, uji t, dan uji F.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu informasi yang diperoleh dari pihak lain. Sumber yang digunakan dalam data sekunder adalah data dari yang dipublikasi oleh BEI. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi. Alasan menggunakan data sekunder dengan pertimbangan bahwa data ini mudah untuk diperoleh dan memiliki waktu yang luas, data diperoleh dari website BEI yaitu www.idx.co.id

Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel Independen

A. Leverage (X_1)

Indikator yang digunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), untuk mengetahui setiap rupiah modal yang dijadikan jaminan utang perusahaan atau dengan kata lain rasio ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang. Dalam melakukan penelitian ini diukur menggunakan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}}$$

B. Likuiditas (X_2)

Indikator yang digunakan rasio lancar (*current ratio*), untuk ukuran yang umum atas kemampuan suatu perusahaan memenuhi kebutuhan hutang ketika jatuh tempo. Dalam melakukan penelitian ini diukur menggunakan rumus:

$$CR = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$$

2. Variabel Dependen

Return saham (Y), perbandingan selisih antara harga saham periode sekarang dengan harga saham periode lalu untuk memperoleh tingkat keuntungan. Dalam melakukan penelitian ini diukur menggunakan rumus:

$$\text{Return Saham} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual terdistribusi normal. Untuk menguji normalitas penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria penilaian uji ini adalah jika signifikan hasil perhitungan data (Sig)>5%, maka data berdistribusi normal. Jika signifikan hasil perhitungan data (Sig)<5%, maka data tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2016)

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji multikolinieritas dalam penelitian ini dengan cara uji *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance (Ghozali, 2016:103). terjadi atau tidaknya multikolinieritas dapat diketahui menggunakan asumsi sebagai berikut:

Apabila nilai Tolerance > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas

Apabila nilai Tolerance < 0,1 atau sama dengan nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada uji t-1 (Ghozali, 2016:107). Salah satu metode untuk menguji autokorelasi ini adalah metode Durbin-Watson, sebagai berikut:

1. Angka DW dibawah -2, ada autokorelasi positif

2. Angka DW diatas 2, ada autokorelasi negatif

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual antara suatu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser. Uji heteroskedastisitas ini ditunjukkan dengan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga data tersebut dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, dan jika heteroskedastisitas maka nilai signifikan yang didapat lebih kecil dari 0,05 (Hanafiah, 2018).

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (manipulasi) (Sugiyono, 2017:275). Regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = variabel terkait (*return* saham)

a = konstanta

B₁ = koefisien *leverage*

X₁ = *leverage*

B₂ = koefisien likuiditas

X₂ = likuiditas

e = error atau residu

Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018:99). Hipotesis uji t dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. H₀ = b₁ sama dengan 0, artinya tidak ada pengaruh signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat
2. H_a = b₁ tidak sama dengan 0, artinya ada pengaruh secara signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat

Pengambilan keputusan dari uji t adalah:

Jika nilai perusahaan > 0,05 maka H₀ diterima, H_a ditolak

Jika nilai perusahaan < 0,05 maka H₀ ditolak, H_a diterima

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:98). Kriteria yang digunakan yaitu:

1. Jika F hitung > F tabel (n-k-1) maka secara statistik data yang digunakan membuktikan bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap nilai variabel (Y)
2. Jika F hitung < F tabel (n-k-1) maka secara statistik data yang digunakan membuktikan bahwa semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap nilai variabel (Y)

HASIL UJI ANALISIS

1. Uji Normalitas

Tabel 1
Uji Normalitas
Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.71096374
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.125
	Negative	-.093
Test Statistic		.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa data dari variabel penelitian terdistribusi normal tingkat signifikasinya $0,074 > 0,05$ sehingga *leverage*, likuiditas, dan *return* saham terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Leverage	.761	1.313
	Likuiditas	.761	1.313

Sumber: Data Output SPSS

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa variabel *leverage*, likuiditas dan *return* saham tidak terjadi multikolinieritas karena nilai *tolerance* diatas 0,1 dan VIF di bawah 10. Hasil penelitian disimpulkan bahwa antar variabel dependen tidak memiliki keterikatan terhadap variabel independen lainnya, sehingga model analisis tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					Std. Error
Model	R	R Square	Adjusted R Square	of the Estimate	Durbin-Watson
1	.282 ^a	.080	.058	.69664633	2.015

Sumber: Data Output SPSS

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Durbin Waston* pada output yaitu sebesar 2,015, sedangkan nilai tabel pembanding berdasarkan data keuntungan dengan melihat pada tabel DW, nilai $dU = 1,6148$ sehingga nilai DW 2,015 lebih besar dari batas atas (du) 1,6148 dan kurang dari 4-1,6148, maka hasil pengujian autokorelasi tidak terdapat autokorelasi.

4. Uji Heterokedastisitas

Tabel 4
Hasil Uji Glejser

Model	T	Sig.
(Constant)	2,933	,005
Leverage	-,871	,380
Likuiditas	-,373	,708

Sumber : Data Output SPSS

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa *leverage* dan likuiditas memiliki nilai signifikan $>0,05$, sehingga dari hasil tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya setiap data yang akan dianalisis memiliki kesamaan varian antar kelompok.

Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Modal		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	1.123	.380		2.953
	Leverage	-.285	.097	-.470	-2.932
	Likuiditas	-.355	.175	-.325	-2.030

Persamaan regresi dalam persamaan ini adalah:

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

Hasil dari tabel tersebut dapat disimpulkan:

1. Dalam persamaan regresi linier berganda nilai konstanta (α) sebesar 1,123 ini berarti apabila besaran konstanta *return* saham tanpa *leverage* dan likuiditas maka *return* saham sebesar 1,123.
2. Besarnya nilai *leverage* adalah -0,285 antara *leverage* dengan *return* saham. Hasil ini diartikan bahwa jika variabel *leverage* meningkat maka akan tidak diikuti dengan kenaikan *return* saham.
3. Besarnya nilai likuiditas adalah -0,355 antara likuiditas dengan *return* saham. Hasil ini diartikan bahwa jika variabel likuiditas meningkat maka akan tidak diikuti dengan kenaikan *return* saham.

Hasil Uji t

Tabel 6
Hasil Uji Parsial (Uji t) Coefficients^a

Model		t	Sig.	Keterangan
1	(Constant)	2.953	.005	
	Leverage	-2.932	.005	Signifikan
	Likuiditas	-2.030	.049	Signifikan

Sumber: Data Output SPSS

Hasil tabel di atas, maka pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut :

H1 = *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel *Leverage* adalah sebesar 0,005. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf uji ($0,005 < 0,05$) yang berarti *Leverage* signifikan terhadap *return* saham sehingga hipotesis pertama diterima.

H2 = Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Berdasarkan tabel 4.9 diatas bahwa nilai signifikan dari variabel likuiditas adalah sebesar 0,049. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf uji ($0,049 < 0,05$) yang berarti likuiditas signifikan terhadap *return* saham sehingga hipotesis kedua diterima.

Hasil Uji F

Tabel 7
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.801	2	2.400	4.533	.017
	Residual	22.241	42	.530		
	Total	27.041	44			

Sumber: Data Output SPSS

Tabel perhitungan uji F menunjukkan hasil pada penelitian ini layak untuk dilakukan penelitian dengan hasil signifikan $0,017 < 0,05$. Maka H3 dari penelitian tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel independen yang terdiri dari *Leverage* dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *return* saham.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Leverage* Terhadap *Return* Saham

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *leverage* signifikan terhadap *return* saham. Nilai negative diartikan bahwa tingginya *leverage* maka akan semakin turun *return* saham. Sehingga pada *leverage* yang diajukan peneliti diterima dan dapat dinyatakan ada pengaruh secara signifikan antara *leverage* terhadap *return* saham pada perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh Likuiditas Terhadap *Return* Saham

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel likuiditas signifikan terhadap *return* saham. Nilai negatif diartikan bahwa semakin tingginya likuiditas maka akan semakin turun *return* saham.

Sehingga pada likuiditas yang diajukan peneliti diterima dan dapat dinyatakan ada pengaruh secara signifikan antara likuiditas terhadap *return* saham pada perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh *Leverage* dan Likuiditas Terhadap *Return* Saham

Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara bersama-sama *leverage* dan likuiditas signifikan terhadap *return* saham. Berdasarkan dua variabel yaitu *leverage* dan likuiditas, dapat disimpulkan bahwa keduanya saling dibutuhkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pegujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel *leverage* yang diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukan hasil *leverage* berpengaruh terhadap *return* saham perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI periode 2017-2020. Hal ini dapat diartikan jika *leverage* tinggi maka *return* saham akan rendah. Karena jika perusahaan memperoleh laba, perusahaan cenderung menggunakan laba tersebut untuk membayar hutang dibanding dengan membagi dividen.
- Variabel likuiditas yang diukur menggunakan *Current Ratio* (CR) menunjukan hasil bahwa likuiditas berpengaruh terhadap *return* saham perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI periode 2017-2020. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi likuiditas maka akan semakin turun *return* saham. Karena semakin tinggi likuiditas maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang-hutangnya.
- Variabel *leverage* dan likuiditas dilakukan secara simultan berpengaruh terhadap *return* saham perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI periode 2017-2020. Karena dapat diartikan ketika di suatu perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi semakin resiko yang ditanggung investor akan kecil dan jumlah aktiva yang akan dihasilkan semakin besar. Serta likuiditas yang tinggi dapat menunjukan bahwa ketersediaan aktiva lancar guna melunasi kewajiban lancar juga tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa I. Hanani. (2011). Analisis Pengaruh *Earning Per Share* (EPS), *Return On Equity* (ROE), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Return* Saham pada perusahaan-perusahaan dalam Jakarta Islamic Index (JII) periode 2005-2007. *Skripsi*. Semarang. Universitas Diponegoro
- Wira, Variyetmi. (2012). Pengaruh Kinerja Perusahaan Terhadap Likuiditas Saham menggunakan *Trading Turnover*, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, ISSN: 2086-5031, Vol 3
- Putu dan I Ketut Wijaya Kesuma. (2015). Pengaruh EPS, ROI, dan EVA Terhadap *Return* Saham Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di BEI Periode 2009-2013. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 2302-8912.
- Ruspinondang, R. (2015). Analisis Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, *Leverage* dan Aaktivitas Terhadap *Return* Saham di Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2008-2013. *SKRIPSI*.
- Agusalim, M. (2016). Analisis Faktor Fundamental dan Imbal Hasil Saham Perusahaan Asuransi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal BPPK* 9(1), 1-20
- Rusydina, A. d. (2017). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Return Saham. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 6(7), 1-18.
- Darmadji T dan H.M. Fakhruddin. (2011). *Pasar Modal Di Indonesia Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25. Semarang : Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Indonesia, B. E. (n.d.). Retrieved Desember Senin, 2017, from Bursa Efek Indonesia: www.idx.co.id
- Indriantoro, N dan B. Supomo. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen Edisi 1 Cetakan Ke-6*. Yogyakarta: BPFE-UGM.

- Irham, F. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Jumingan. (2011). *Analisis Laporan Keuangan Cetakan Keempat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Pustaka.
- Kurniawan, Widiar Onny. 2019. "Penerrapan Metode ABC (Activity Based Costing) Dalam Menentukan Harga Jual Kamar Hotel "X"." *Journal of Economics Development Issues*2(02).
- Gunawan, I Putu Ari dan I Ketut Jati. (2016). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Return Saham Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Pada Saham Unggulan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *ISSN: 2302-8556 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.17.1. Oktober (2016): 283-310*, 1-18.

PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG KOREAN SPICY CHICKEN DI KELURAHAN MENANGGAL SURABAYA

Lesmana Mahardika¹, I Made Bagus Dwiarta²
Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia^{1,2}
Email : dikalesmana07@gmail.com¹
Koresponden : madebagus@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

The examination configuration utilized in this exploration is engaging examination. The kind of information utilized is quantitative information which is communicated as numbers which incorporate the worth of the poll answers utilizing the Likert rounded out by the respondent. Quantitative examination utilizes mathematical information investigation. The spot was done around Menanggal Kelurahan Surabaya during the exploration time of one month from May to June 2020, in this review utilizing 100 respondents. The aftereffects of this review are to depend on the Brand Image variable (X1) is 6,533, while the t table is 1,984. Since t is more prominent than the table, it tends to be rejected that Brand Image (X1) partially affects Purchase Intention. (Y), to rely on the Promotion (X2) is 6,787 while the t table is 1,984. Since t is more prominent than the table, it tends to be rejected that the Brand Image (X2) partially affects Purchase Intention. (Y). The subsequent F count is 329.331 with a critical 0.00. Since F count is more prominent than F table and the importance level is more modest than 0.05. So it very well may be uncovered that the factors Brand Image (X1) and Promotion (X2) simultaneously affect Purchase Intention (Y)

Keywords: brand image, promotion, purchasing decisions

ABSTRAK

Observasi Penelitian ini adalah observasi deskriptif. Jenis data yang dipergunakan ialah data kuantitatif yang dinyatakan dalam bentuk angka yg mencakup nilai asal jawaban kuisioner menggunakan menggunakan skala likert yg sudah diisi sang responden. observasi kuantitatif adalah penelitian yg menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/ nomor . kawasan dilakukan di lebih kurang Kelurahan Menanggal Surabaya saat penelitian satu bulan mulai dari bulan Mei hingga menggunakan Juni 2020, dalam penelitian ini menggunakan 100 responden. Yang akan terjadi penelitian ini adalah thitung di variabel brand Image (X1) merupakan 6.533, sementara t tabel sejumlah 1,984. sebab t hitung lebih besar daripada t tabel sehingga dapat diketahui bila merk Image (X1) berefek parsial terhadap Keputusan Pembelian.(Y), t hitung pada variabel Promosi (X2) adalah 6.787 sedangkan t tabel artinya sebesar 1,984. sebab t hitung lebih besar daripada t tabel maka bisa disimpulkan bahwa brand Image (X2) memiliki efek parsial terhadap Keputusan Pembelian.(Y). F hitung yg didapatkan sebesar 329.331 dengan signifikan 0,00. sebab F hitung lebih besar daripada F tabel serta tingkat signifikan kurang dari 0,05. Maka dapat diketahui bahwa variabel Brand Image (X1) dan promosi (X2) memiliki pengaruh yang simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Keyword : brand image, promosi, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan produk substitusi kuliner pokok kian beragam. Satu diantaranya yakni mie instan selaku produk makanan pengganti cukup banyak disukai masyarakat Indonesia. Ini disebabkan mie instan mudah dalam penyajian serta mengenyangkan, oleh karenanya umum ditemukan masyarakat yang beralih pada mie instan alih-alih nasi sebagai alternatif untuk makan. Selain itu, juga dapat dipastikan hampir seluruh masyarakat setidaknya pernah sekali mengonsumsi mie instan. Produk mie instan cukup populer sebagai salah satu jenis produk makanan cepat saji kian hari kian diminati masyarakat karena penyajian yang praktis dan merupakan kuliner pengganti favorit pada Indonesia. menggunakan semakin banyaknya produk mie instan yang ada dipasaran berarti menyampaikan kebebasan bagi konsumen untuk memutuskan pembelian mie instan sinkron keinginannya.

PT Wings surya sudah mengeluarkan produk mie instan dengan varian baru yaitu Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken, yang diluncurkan pertama kali di festival trend panas tahunan terbesar di Indonesia. Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken yakni mie instan pertama di Indonesia yang mampu diatur taraf kepedesannya. keluarnya varian baru yg unik akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Lebih lanjut pada riset ini akan membahas brand Image (citra Merek) artinya gambaran dalam pikiran konsumen serta hal yang dirasakan konsumen apabila menjumpai nama suatu merek. Konsumen cenderung lebih mempercayai produk-produk dengan merek yang populer atau merek-merek yang telah banyak pada pasaran. Produk menggunakan merek populer akan mengundang konsumen buat mencoba dan melakukan keputusan pembelian ulang.

Selain brand Image adapun promosi yg dilakukan perusahaan pada menarik minat konsumen buat melakukan keputusan pembelian. Promosi penjualan berdasarkan DeVito (2010: 32) ditujukan untuk melakukan identifikasi dan memangsanya konsumen baru, mengkomunikasikan produk baru, menaikkan kuantitas konsumen pada produk telah banyak dikenal secara luas, memberikan informasi pada konsumen mengenai upaya peningkatan kualitas produk, upaya persuasif untuk menarik minat konsumen agar mau mengunjungi toko atau kawasan penjualan produk, dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk.

Keputusan pembelian konsumen dapat hadir dan beralih menjadi tingkatan pembelian produk bila suatu produk memiliki kejelasan atau adanya jaminan terpercaya akan produk di pasaran. Namun yang harus digaris bawahi yakni keberadaan atau kesiediaan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk. Keputusan pembelian artinya termin dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dimana konsumen sah-sah membeli produk. Keputusan pembelian suatu produk itu sendiri ada di diri konsumen sebab pasar menawarkan banyak sekali pilihan produk dan merek yang majemuk. Konsumen dapat dengan bebas memilih produk dengan kriteria yang sinkron menggunakan kebutuhan, kesukaan, daya beli, mutu yg baik, dan harga yg lebih murah. dalam memilih keputusan pembelian, konsumen akan mempertimbangkan nilai yang akan didapat dari mengonsumsi suatu produk.

LANDASAN TEORI

Brand Image (Citra Merek)

Citra merek yakni suatu rangkaian asosiasi (persepsi) dalam pemikiran konsumen akan suatu merek, umumnya diorganisasikan menjadi suatu makna. Relasi akan suatu merek akan kian menguat apabila berlandaskan pada pengalaman dan memiliki informasi yang menunjang. Citra merek menunjukkan persepsi yang mampu menggambarkan realita baik yang objektif maupun tidak obyektif. Asosiasi (presepsi) yang digunakan sebagai landasan citra merek dapat mendorong konsumen untuk membeli bahkan menjadi loyal pada merek tertentu (brand loyalty). Citra merek mencakup wawasan dan kepercayaan pada atribut-atribut merek (aspek kognitif), konsekuensi atas digunakannya suatu merek serta kondisi atau situasi ketika menggunakan merek, pun sama halnya dengan evaluasi, baik perasaan maupun emosi yang direpresentasikan melalui merek yang dirancang (aspek afektif). Dimensi citra merek menurut Cherly :

- 1) Kesan Profesional
- 2) Kesan Modern
- 3) Melayani Semua Segmen
- 4) Populer

Citra merek dapat mendorong konsumen untuk tertarik akan suatu produk dengan merek terkait di kemudian hari, sementara bagi produsen citra merek yang baik berpeluang menekan laju aktivitas pemasaran pesaing. Saat suatu citra merek mampu menghadirkan karakter produk dan menghasilkan value proposition, lalu dapat secara tersirat menunjukkan karakter produk secara unik pada konsumen maka brand dinilai telah mampu menciptakan suatu kekuatan emosional melebihi kekuatan rasional yang dimiliki produk. Indikator yang berguna dalam pengukuran Citra Merek yakni recognition (pengakuan), reputation (reputasi), affinity (afinitas) dan domain. Selain itu, aspek semacam: citra produsen (Corporate Image), citra produk / konsumen (product Image) dan citra pengguna (User Image) adalah dasar utama bagi citra merek (Supriyadi dkk., 2016).

Laksana (2008:78) menyatakan bahwa citra merek bermanfaat sebagai nama merek (*brand name*) adalah sebagian dari merek, ini berperan sebagai tanda pengenal atau ciri khas merek. Kemudian tanda merek (*Brand Mark*) yakni bagian dari merek yang mudah diidentifikasi namun bukan secara lisan, seperti logo, huruf, desain, maupun warna tertentu, tanda merek dagang (*Trade Mark*) merupakan merek atau sebagian atas merek yang memiliki jaminan hukum sebab abilitasnya dalam menciptakan hal yang spesial. *Trade mark* ini berperan sebagai pelindung produsen melalui hak istimewa dalam penggunaan nama merek dan atau tanda merek. Serta hak cipta (copyright) yakni suatu hak istimewa yang memiliki perlindungan dari undang-undang demi menghasilkan, meluncurkan dan mengkomersialkan karya tulis, karya seni maupun karya musik.

Promosi

Promosi yakni suatu aktivitas atau program yang perusahaan laksanakan dalam rangka menghasut konsumen secara langsung maupun tidak untuk menaikkan tingkat penjualan dengan diciptakannya pertukaran dalam pemasaran barang. Beberapa aspek yang mempengaruhi promosi penjualan antara lain kualitas promosi penjualan, frekuensi promosi penjualan, kuantitas

promosi penjualan, ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi penjualan dan waktu promosi.

Lupiyoadi (2011:109) mengemukakan bila sifat promosi yaitu komunikasi, dapat menarik perhatian dan memberikan informasi sebagai upaya pengenalan produk pada konsumen, insentif yakni merangsang atau memberi keistimewaan bernilai bagi konsumen dan undangan, sebagai prebentif untuk menghasut konsumen agar membeli produk saat itu juga. Diberlakukannya promosi secara efektif dapat membuat usaha dapat lebih dikenal masyarakat luas, menggaet konsumen baru dan menjaga loyalitas konsumen tetap (Priyanto dkk., 2018). Menurut Swastha Irawan (2005), Indikator yang digunakan pada riset ini yaitu :

- a. Jangkauan promosi
- b. Kuantitas penayangan iklan di media promosi
- c. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi.

Keputusan Pembelian

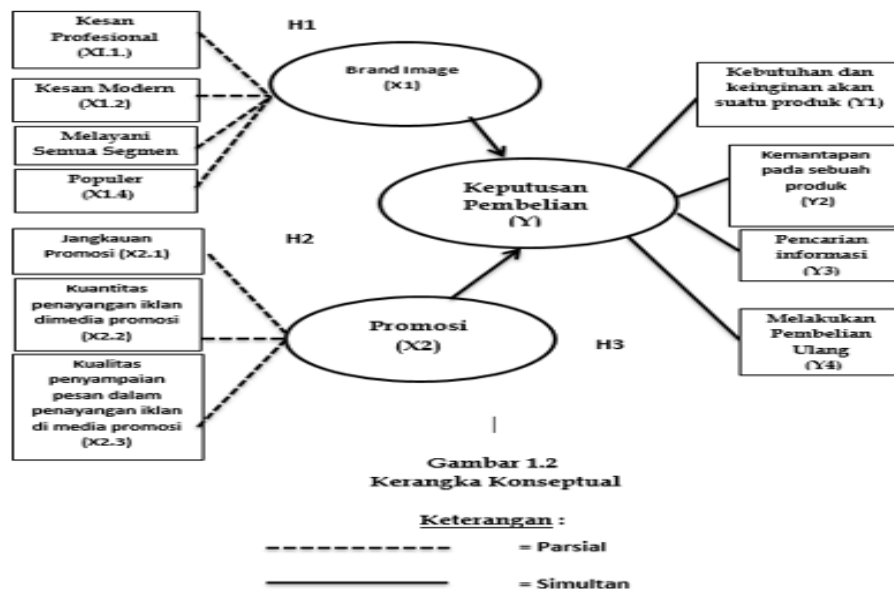
Keputusan pembelian adalah serangkaian proses yg dilakukan oleh konsumen berawal dengan penelusuran informasi, evaluasi alternatif sebagai upaya pemecahan masalah, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, dimana berlangsung jauh sebelum pembeli melakukan pembelian sesungguhnya dan akan menghasilkan dampak lama setelahnya. Keputusan pembelian yakni keputusan seorang individu untuk membeli produk sesuai melakukan pengkajian akan kelayakan atas suatu produk dengan menimbang informasi-informasi yang didapatkan dengan kondisi nyata akan produk tersebut. Hasil dari pemikiran ini dipengaruhi oleh perasaan konsumen saat melakukan pembelian (Igir dkk., 2018). Tahapan pengambilan keputusan pembelian pada masing-masing orang secara mendasar ditentukan oleh kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidup (Geofanny, 2020).

Menurut saya, (indikator- indikator dalam keputusan pembelian yaitu:

- 1) Kebutuhan dan keinginan terhadap suatu produk
- 2) Kemantapan pada sebuah produk
- 3) Pencarian informasi
- 4) Membeli ulang produk tertentu.

KERANGKA KONSEPTUAL

Kerangka konseptual yakni suatu model mengenai bagaimana teorii berkaitan akan beragam factor yg telah dilakukan identifikasi selaku permasalahan penting, kerangka konseptual akan memaparkan secara teoritis variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen) yang akan diteliti. Keberadaan kerangka konseptual dapat mendorong penelitian untuk lebih fokus pada obyek atau bentuk yang layak diuji sehingga dapat memudahkan penyusunan hipotesis, serta memudahkan pengidentifikasian fungsi variabel penelitian, baik sebagai variabel dependen, independen, kontrol, maupun variabel lain.



Gambar 1.2
Kerangka Konseptual

METODE

Desain observasi yang dipergunakan ialah observasi ini adalah penelitian naratif. Jenis data yang dipergunakan adalah data kuantitatif yg dinyatakan dalam bentuk angka yg meliputi nilai berasal jawaban kuisisioner menggunakan menggunakan skala likert yg telah diisi oleh responden. Penelitian kuantitatif ialah penelitian yg memakai analisis data yang berbentuk numerik / nomor . daerah dilakukan pada sekitar Kelurahan Menanggal Surabaya, menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F pada riset ini menggunakan 100 responden.

HASIL

Pada Uji Regresi Linier Berganda Rumus Dalam Riset ini dapat dinyatakan dengan :

$$Y = 0,690 + 0,486 X1 + 0,649X2$$

Adapun penjelasan berasal persamaan rumus diatas artinya menjadi berikut :

Nilai konstantaa di variabel Keputusan Pembelian (Y) membagikan angka sebanyak 0,690, yg mana hal ini membagikan besaran nilai Keputusan Pembelian (Y) jika variabel bebas antara lain merupakan variabel merk Image (X1), promosi (X2) pada keadaan continue.

Nilai koefisien regresi di variabel brand Image menunjukkan nomor 0,486. Hal ini berarti bila nilai variabel merk Image (X1) naiksatu satuan maka variabel tadi akan menaikkann variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,486, yg mana variabel lain pada penelitian ini diantaranya artinya kenaikan pangkat (X2) merupakan konstan.

Nilai koefisien regresi di variabel promosi memberikan nomor 0,649. Hal ini menunjukkan bahwa bila nilai variabel kenaikan pangkat (X2) naik satu satuan maka variabel tadi akan menaikkan variabel Keputusan Pembelian (Y) sejumlah 0,649, di mana variabel lain pada riset ini

diantaranya merupakan merk Image (X1) yang konstan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.934 ^a	.872	.869	1.61091

Sumber : Data yang diolah di SPSS.

pada Uji determinasi menggunakan R-Square, diketahui bahwa R-Square menunjukkan angka 0,872 yang mana mengindikasikan bila variabel Brand Image dan Promosi mempunyai pengaruh sebanyak 87,2% terhadap variabel keputusan pembelian. sedangkan 12,8% yang lain diakibatkan oleh variabel di luar pembahasan riset ini.

Uji t

Model	t	Sig.
X1 (Brand Image)	6.533	.000
X2 (Promosi)	6.787	.000

Sumber : Data yang diolah di SPSS.

t hitung di variabel brand Image (X1) ialah 6.533, sementara t tabel senilai 1,984. Dapat dilihat bahwa nilai t hitung berada di atas t tabel maka dapat diketahui bila brand Image(X1) berpengaruh secara parsial pada Keputusan Pembelian.(Y). sebagai akibatnya dapat disimpulkan bahwa H1 diobservasi ini bisa pada terima. t hitung pada variabel merk Image (X2) ialah 6.787 di sisi lain, nilai t tabel ialah 1,984. sebab t hitung bernilai di atas t tabel maka bisa diketahui bila merk Image (X2) berimbas parsial pada Keputusan Pembelian.(Y). sehingga bisa disimpulkan bahwa H2 pada penelitian ini bisa diterima.

Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1709.243	2	854.622	329.331	.000 ^a
Residual	251.717	97	2.595		
Total	1960.960	99			

Sumber : Data yang diolah di SPSS

Pada di uji F, F tabel yang sudah pada menetapkan artinya 2,70. pada riset ini F hitung yang dihasilkann senilai 329.331 dengan signifikan 0,00. sebab F tabel memiliki nilai yang lebih kecil dibandingkan F hitung serta tingkat signifikan yang di bawah 0,05. Sehingga bisa diketahui

bahwa variabel merk Image (X1) dan kenaikan pangkat (X2) berpengaruh simultan pada Keputusan Pembelian (Y). sehingga bisa disimpulkan bahwa H3 di penelitian ini dapat diterima.

SIMPULAN

di Variabel brand Image (X1) di konsumen Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken pada kelurahan Menganggal memiliki impak secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y), Variabel promosi (X2) pada di konsumen Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken pada kelurahan Menganggal memiliki dampak secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y). Variabel merk Image (X1) serta kenaikan pangkat (X2) pada konsumen Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken di kelurahan Menganggal memiliki efek simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

IMPLIKASI

hasil observasi tentang variabel merk Image, kenaikan pangkat dan Keputusan Pembelian yang berkaitan erat dengan keputusan pembelian yang signifikan. Dimana ketiga variabel tersebut menyampaikan kontribusi di keputusan pembelian. dengan upaya meningkatkan keputusan pembelian diperlukan keputusan pembelian akan semakin meningkat. buat itu perlunya ada perbaikan yang wajib dilakukan sang perusahaan menjadi berikut:

dalam hal kualitas produk warga beranggapan bahwasanya kualitas produk yang dimiliki sang Mie Sedaap Korean Spicy telah baik. sehingga dapat diartikan bila brand image mempunyai kiprah penting dalam melakukan keputusan pembelian mie instan menggunakan demikian diperlukan pihak perusahaan bisa mempertahankan cita rasa dan tampilan sebagai brand image yg baik. dalam hal promosi poly masyarakat yg mengetahui Mie sedaap korean spicy pada sosial media dan iklan tv sehingga siimpel buat membeli Mie Sedaap Korean spicy.

KETERBATASAN PENELITIAN

Ruang Lingkup di penelitian ini dibatasi di pembahasan tentang efek asal merk Image serta kenaikan pangkat terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy. buat menghiindari pembahasan yang terlalu luas serta tidak menunjuk maka penulisan skripsi ini dibatasi dari waktu yang relatif singkat dalam penyebaran kuisioner karena kebanyakan masyarakat banyak yang bekerja dan sebab adanya pandemic poly masyarakat tidak bisa berinteraksi terlalu usang. dalam penelitian responden atau masyarakat cukup susah untuk memberi tanggapan sebab mereka malas buat membaca dan sedikit berasal mereka merasa terganggu dengan kedatangan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajar, Laksana. 2008. Manajemen Pemasaran, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Geofanny, E. 2020. Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus: Bumi Kayom Langit Senja Coffee Salatiga). Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH 7(2): 441-454
- Igir, F.G., Tampi, JRE. dan Henny T. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). Jurnal Administrasi Bisnis 6(2) : 86 – 96

- Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. Manajemen Pemasaran. Bandung: CV Yrama Widya.
- Priyanto, R., Martina, S., Hamzah, F., Somantri, P.R. dan Didin S. 2018. Peranan Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Rajutan di CV Konta Djaya Binong Jati. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat BSI 1(2): 296-304
- Supriyadi., Fristin, Y. dan Ginanjar IKN. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Bisnis dan Manajemen 3(1): 135-144

JURNAL HASIL PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BISBAN DI PT. MARGAHAYU CITRA UTAMA

Hasbi Husna¹, I Ketut Surabagiarta²
Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia^{1,2}
Email : hasbihusna21@gmail.com¹
Koresponden : i.ketut.surabagiarta51@gmail.com²

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui maupun menganalisis kualitas produk maupun harga adakah pengaruhnya terhadap keputusan pembelian bisban yang ada di perusahaan PT. Margahayu Citra Utama. Adapun Sampel diambil dengan memakai *sampling accidental* sebanyak 88 responden. Dari perolehan data yang sudah dianalisis memakai bantuan *software IBM SPSS version 23* didapat kesimpulan kualitas produknya mempengaruhi keputusan pembelian, harganya juga mempengaruhi keputusan pembelian, begitupula baik kualitas produknya maupun harganya juga mempengaruhi keputusan pembelian bisban di PT. Margahayu Citra Utama secara bersama sebanyak 25.9%.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In this research, the researcher wants to know and analyze the product quality and price, is there any influence on the existing bisban purchase decision at the company PT. Margahayu Citra Utama. Samples were taken using accidental sampling of 88 respondents. From obtaining data that has been analyzed using the help of IBM SPSS version 23 software, it can be concluded that the quality of the product affects the purchase decision, the price also affects the purchase decision, as well as both the quality of the product and the price also affects the purchasing decision can be at PT. Margahayu Citra Utama together as much as 25.9%.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Perkembangan era global kini cukup cepat hingga bisa menjadikan perubahan pada kemajuan perusahaan. Hal ini perusahaan dituntut menciptakan sebuah inovasi baru supaya perusahaan bisa melangsungkan hidupnya dengan memperhatikan keinginan konsumennya dengan memberikan produk-produk yang kualitas baik didukung dengan harga yang mendukung dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan/industri baik dalam bisnis produk serta jasa. (Replubika, 2014)

Membicarakan industri tak luput juga dengan industri tekstil yang saat ini tidak kalah meningkatnya permintaan konsumen yang menjadikan angin segar untuk para industri dibidang tersebut. Dengan berbicaranya tekstil tak terlepas pula dari industri tenun sebagai warisan nenek moyang yang perlu dilestarikan. Industri tenun terus berkembang di Negara Indonesia dan sebagai salah satu penggerak roda ekonomi daerah (Kemenperin, 2019). Tenun awalnya dipakai sebagai kebutuhan sandang akan tetapi para industry tenun terus berfikir untuk kreatif sehingga mempunyai ciri khas masing-masing, itu juga sebagai salah satu memuaskan para permintaan dari para konsumennya. Hal ini diusung oleh salah satu perusahaan tekstil dalam hal ini yaitu PT. Margahayu Citra Utama.

PT. Margahayu Citra Utama adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi tekstil tenun bisban dengan teknik ATM (Alata Tenun Mesin). Sebagai hasil produknya PT. Margahayu Citra Utama memproduksi berbagai macam tenun bisban salah satunya yaitu : gelang, strap sandal, strap tas, serta berbagai macam-macam aksesoris lain. PT. Margahayu sudah berpengalaman malang melintang dalam pembuatan bisban tentu tidak diragukan lagi tentang kualitas produknya yang telah dipasarkan. Akan tetapi manajemen tetap selalu memikirkan untuk kedepannya supaya perusahaan tetap berjalan dengan baik. cara-cara berpikir kreatif pihak manajemen perusahaan di pertaruhkan untuk menganalisa para konsumennya supaya produk-produknya diterima oleh mayarakat dengan baik serta mempunyai kualitas dan harga yang seimbang.

Kualitas produk sangat menentukan penjualan bisban tersebut. Dikarenakan produksinya menggnakan ATM maka PT.Margahayu Citra Utama menjual produk dengan harga yang seimbang dan dapat menjangkau seluruh lapisan konsumennya. Disisi lain perusahaan juga menawarkan harga menjadi 3 golongan salah satunya retail, grosir, serta borongan.

Penjelasan yang diuraikan tersebut penulis tertarik mengambil makna tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bisban Di PT Margahayu Citra Utama”. selanjutnya tujuan dilakukannya penelitian salah satunya guna melihat adakah kualitas produk, harga mempengaruhi keputusan pembelian PT. Margahayu Citra Utama baik secara individu maupun bersama.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Bagus dan Wisnu (2015:6) pemasaran adalah kegiatan menjalankan bisnis yang dilakukan oleh pemasar untuk memenuhi kebutuhan pasar supaya memuaskan konsumen dan mencapai tujuan perusahaan berupa barang dan jasa.

Kualitas Produk

Pentingnya suatu produk yang berkualitas maka perusahaan berlomba-lomba meningkatkan produknya supaya laku dipasaran. Untarini (2014:112) mengemukakan kualitas produk artinya kemampuan dalam memuaskan kebutuhan pelanggan yang bergantung pada karakteristik produk atau jasa.

Adapun indikator kualitas produk yang diidentifikasi dari Mamang dan Sopiah (2012:80) meliputi:

- 1.Kinerja
- 2.Reliabilitas
- 3.Fitur
- 4.Keawetan
- 5.Konsistensi
- 6.Desain

Harga

Harga adalah semua nilai yang diberikan pelanggan untuk mempunyai atau menggunakan suatu produk atau jasa, dan untuk memuaskan keinginan pelanggan itu sendiri.

Ada beberapa dimensi untuk mengukur harga seperti yang dikatakan oleh Kotler dan Armstrong (2016:278) yaitu :

- 1.Keterjangkauan
- 2.Kesesuaian kualitas
- 3.Kesesuaian manfaat
- 4.Daya saing

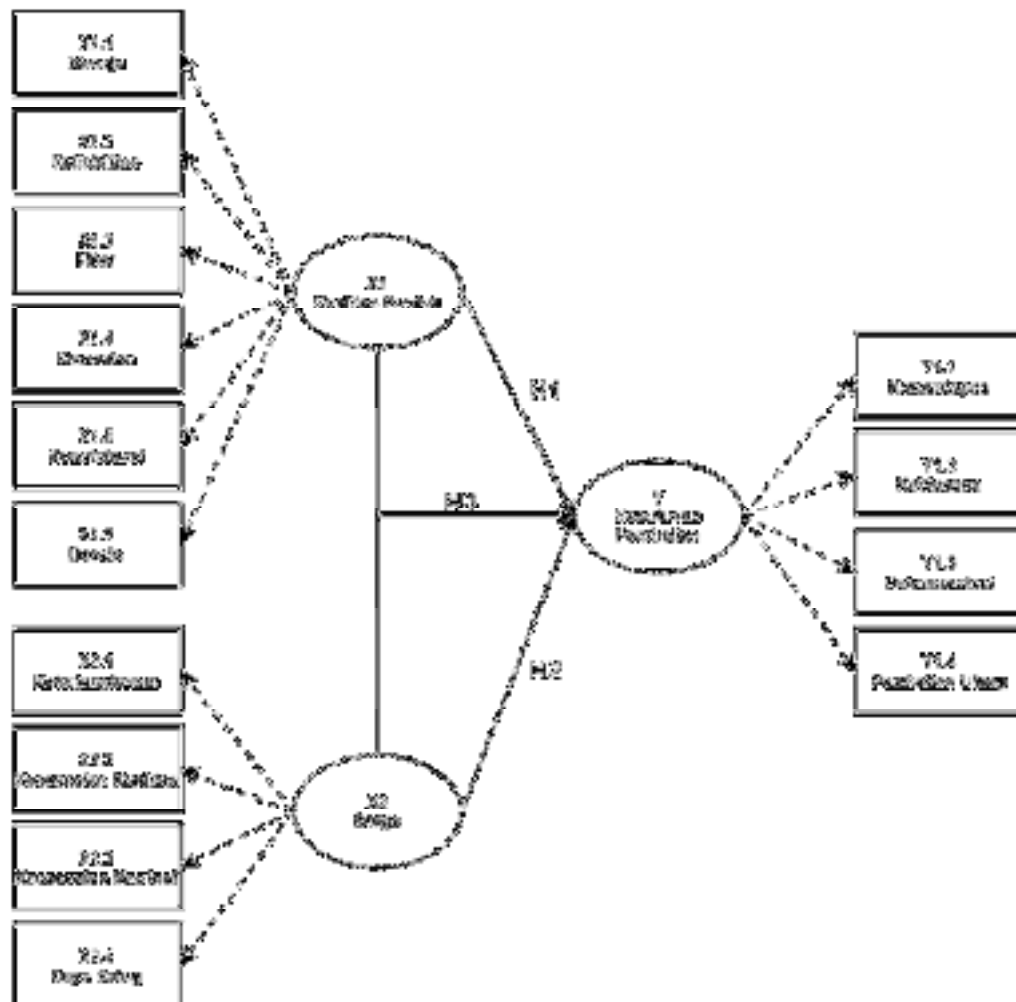
Keputusan Pembelian

Imantoro (2018:96) menjelaskan keputusan pembelian adalah mengambil kebijakan dalam melaksanakan kepastian dalam membeli. Indikator dalam penelitian ini menurut Kotler dan Keller (2016:223):

- 1.Kemantapan
- 2.Kebiasaan
- 3.Rekomendasi
- 4.Pembelian ulang

KERANGKA KONSEPTUAL

Peneliti mengambil gambaran kerangka konsep untuk penghubungan teori kedua variabel yaitu *independent variable* dan *dependent Variable*. Dipenelitian digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode kuantitatif. Data yang didapat berdasar pembagian angket/kuesioner ke responden yang ada di PT. Margahayu Citra Utama. Yang dianalisa statistik dan nantinya akan menjadikan jawaban dari tujuan yang diajukan. Peneliti mengambil populasi semua konsumen, peneliti juga mengambil *sampling accidental* disaat membagikan angket/kuesioner. kemudian didapatkan 88 Responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian ini peneliti dibantu dengan *Software IBM SPSS Statistic Version 23*. Berikut tabel 1.1 merupakan perhitungan analisis regresi linier berganda.

Tabel 1.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized	t	Sig.
	Coefficients		
	B		
(Constant)	15,183	4,883	0,000
(X ₁)	0,145	2,659	0,009
(X ₂)	0,316	3,849	0,000

Sumber : *Output SPSS, diolah 2020*

Dari tabel tersebut diketahui regresi yang terbentuk :

$$Y:15,183+.145X_1+.316X_2+e$$

Keterangan :

- a. Nilai konstanta a sebesar 15,183
- b. Koefisien variabel X₁ sebanyak .145
- c. Koefisien variabel X₂ sebanyak .316

UJI HIPOTESIS

Uji-t

Hasil pengujian ini peneliti dibantu menggunakan *Software IBM SPSS Statistic Version 23* dan didapat hasil di tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2

Uji-t		
Variabel	T	Sig
(X1)	2,659	,009
(X2)	3,849	,000

Sumber : Output SPSS, Data diolah 2020

Dari tabel tersebut terlihat tingkat signifikansinya dari X1 bernilai sebanyak ,009<0,05 maka bisa dikatakan H_0 ditolak dari derajat kepercayaan 5%, sedangkan H_1 diterima dari derajat kepercayaan 5%. yang berarti, variabel X1 mempengaruhi Y. Tingkat signifikansi variabel X2 bernilai .000<0.05. Jadi bisa dijelaskan H_0 ditolak dari derajat kepercayaan 5% sedangkan H_1 diterima dari derajat kepercayaan 5%. yang berarti, variabel X2 mempengaruhi Y.

Uji-F

Hasil pengujian Uji-F peneliti dibantu dengan *Software IBM SPSS Statistic Version 23*. Berikut hasil perhitungan pengujian bisa dilihat berikut ini:

Tabel 1.3

Uji-F		
	F Hitung	Sig
Regression	14,847	,000b

Sumber : Output SPSS, Data diolah 2020

Dari tabel 1.3 didapatkan tingkat sig. $0.000^b < 0.05$. maka bisa dijelaskan H_0 ditolak dari derajat kepercayaannya 5%. sedangkan H_1 diterima dari derajat kepercayaannya 5%. Maka diartikan variabel kedua *variabel independent* tersebut mempengaruhi bersama/simultan terhadap *variable dependent* (Y).

SIMPULAN

Hasil perhitungan/pengujian tersebut bisa di simpulkan :

1. Dari penelitian yang telah dilakukan, yaitu kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. Margahayu Citra Utama yang dibuktikan dengan tingkat signifikansi bernilai .009.
2. Harga mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. Margahayu Citra Utama yang dibuktikan tingkat signifikansi bernilai .000.

3. Sedangkan baik kualitas produk maupun harga mempengaruhi keputusan pembelian dengan simultan pada PT. Margahayu Citra Utama yang dibuktikan tingkat signifikansinya bernilai .000^b.

IMPLIKASI

Perusahaan harus membuat trobosan-trobosan inovasi baru agar bisnis tekstil tenun bisan di PT. Margahayu Citra Utama kedepannya konsumen lebih memilih produk-produknya diperusahaan tersebut. Serta PT. Margahayu Citra Utama agar lebih ditingkatkan kembali dalam kualitas produknya, harganya, agar menciptakan kepuasan konsumen yang baik dalam suatu bisnis.

KETERBATASAN PENELITIAN

- a. Didalam penelitian yang dilakukan yaitu metode kuantitatif. Data berupa angka yang didapat dari item pernyataan dikuisisioner yang diajukan peneliti. sehingga penelitian terbatas oleh variabel tersebut.
- b. Dipenelitian ini, peneliti hanya sebatas menguji beberapa faktor yang dapat dipengaruhi keputusan pembelian
- c. Jawaban yang diberikan oleh responden kadang kurang menggambarkan dengan keadaan lapangan yang sesungguhnya. Sehingga keterbatasan ini diharapkan untuk lebih diperhatikan bagi peneliti selanjutnya.
- d. Pada saat penyebaran pernyataan yang ada dikuisisioner dibarengi dengan wabah SARS CoV-2 sehingga tidak kondusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst, 2017, Pengaruh Citra Merk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa, Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.6, No.1, Mei 2017.
- Bagus, I Made dan Sutarna Wisnu, 2015. Manajemen Pemasaran. Adi Buana University Press.
- Imantoro, Fatih, Suharyono, Sunarti. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Iklan dan Citra Rasa Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 57 No. 1.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2016, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller., 2016, Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.

Kurniawan, Widiar Onny. 2019. "Penerrapan Metode ABC (Activity Based Costing) Dalam Menentukan Harga Jual Kamar Hotel "X"." *Journal of Economics Development Issues*2(02).

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013, Perilaku Konsumen–Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian, ANDI, Yogyakarta.

Untarini, Nindria, 2014. Perilaku Konsumen. Unesa University Press.

<https://kemenperin.go.id/artikel/20462/Kemenperin-Targetkan-Ekspor-Tenun-dan-Batik-Sentuh-USD-58,6-Juta>

<https://kemenperin.go.id/artikel/21508/Industri-Tekstil-Siap-Keluar-dari-Tekanan-Global>

<https://www.republika.co.id/berita/humaira/fashion/14/05/02/n4x8fq-membedakan-sutra-atm-dan-atbm>

PENGARUH *SELF EFFICACY* TERHADAP PRESTASI AKADEMIK MELALUI MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Sri Utari Yuli Ana¹, Siti Istikhoroh²

Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia^{1,2}

Email : tariyuliana1012@gmail.com¹

Koresponden : istikhoroh_siti@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Persaingan industri di era bebas seperti saat ini membuat perusahaan-perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan Sumber Daya Manusia yang berkompeten. Dalam hal ini, seseorang dinilai berkompeten apabila mampu dibedakan dengan yang lain. Nilai kompeten dalam diri seseorang biasanya dinilai dari prestasi individu tersebut. Untuk meningkatkan prestasi, dibutuhkan adanya dorongan atau dalam penelitian ini disebutkan dengan motivasi. Selain motivasi, efikasi diri juga dibutuhkan untuk mencapai tingkat prestasi yang ingin dicapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap prestasi akademik melalui motivasi mahasiswa UNIPA Surabaya. Responden dalam penelitian ini berjumlah 99 mahasiswa UNIPA Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Proportional Random Sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Efikasi diri berpengaruh positif pada motivasi dan prestasi akademik mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Kata kunci : efikasi diri, motivasi, prestasi akademik

ABSTRACT

Industrial competition in the free area as it is today makes companies competing for competent Human Resources. In this case, a person is considered competent if he is able to be distinguished from the others. Competent value in a person is usually judged by the achievement of the individual. To improve achievement, it takes encouragement or in this study mentioned motivation. In addition to motivation, self-efficacy is also needed to achieve the level of achievement to be achieved. This study aims to determine the effect of self-efficacy on academic achievement through the motivation of UNIPA Surabaya students. Respondents in this study were 99 UNIPA Surabaya students. The sampling techniques uses the Proportional Random Sampling method. Data analysis in this study uses Path Analysis. The results of this study indicate that self-efficacy has a positive effect on motivation and academic achievement of University PGRI Adi Buana Surabaya students..

Keyword : self-efficacy, motivation, academic achievement

PENDAHULUAN

Memasuki era pasar bebas seperti saat ini, membuat banyak perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan Sumber Daya Manusia yang berkompeten. Sumber Daya Manusia dapat dikatakan berkompeten apabila Sumber Daya Manusia tersebut bisa dibedakan dengan yang lain. Kompetensi diartikan sebagai karakteristik yang mendasari seseorang dan berkaitan dengan efektifitas kinerja individu dalam melakukan pekerjaan. Sedangkan efektifitas kinerja sendiri ditentukan oleh kepribadian yang melekat pada seseorang dan dapat memberikan motivasi berprestasi secara konsisten.

Motivasi menurut (Moore, Lori L.; Grabsch, Dustin K.; Rotter, 2010) merupakan keinginan seseorang untuk mencapai sesuatu yang sulit, mengungguli orang lain, mencapai standar kesuksesan. Motivasi berprestasi sendiri merupakan jenis motivasi literatur. Individu yang memiliki motivasi berprestasi tinggi, dapat disebut sebagai individu yang mampu mempertahankan standar kinerja yang tinggi. Kuat lemahnya motivasi berprestasi sendiri tergantung pada besarnya harapan dan keyakinan yang ingin dicapai oleh masing-masing individu.

Standar kinerja dalam penelitian ini merupakan prestasi akademik. (Robbins and Judge, 2008) menyebutkan bahwa prestasi akademik mahasiswa ditentukan oleh kemampuan, motivasi, dan peluang. Menurut (Sayfudin, 2015) prestasi belajar merupakan sebuah pencapaian hasil belajar yang dijadikan sebagai tolak ukur dari sejumlah ilmu yang telah dicapai setelah melakukan proses belajar dalam jangka waktu tertentu.

Untuk mencapai prestasi akademik yang diinginkan, tidak hanya membutuhkan motivasi berprestasi namun diperlukan efikasi diri atau *self efficacy* juga. Dalam bidang psikologi, efikasi diri diartikan sebagai kepercayaan atau keyakinan diri individu dalam menyelesaikan tugas atau masalahnya. Adanya motivasi yang tinggi, akan membuat keyakinan diri meningkat. Dan sebaliknya, apabila seorang individu memiliki motivasi yang lemah, maka keyakinan dirinya juga lemah sehingga sulit untuk mencapai atau menyelesaikan tugas atau masalahnya.

Motivasi yang tinggi akan mendorong mahasiswa untuk tidak cepat merasa putus asa, memiliki dorongan untuk berprestasi, serta menunjukkan produktivitas dan ketekunan dalam belajar untuk mencapai prestasi akademik yang diinginkan.

Dari latar belakang ini, penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Self Efficacy Terhadap Prestasi Akademik Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Self Efficacy

Menurut (Feist J. & Gregory J. Feist, 2010) *self efficacy* merupakan keyakinan individu akan merasa mampu atau tidak mampu dalam melakukan suatu perilaku yang diperlukan untuk menghasilkan pencapaian yang diinginkan dalam suatu situasi. Atau dapat dikatakan *self efficacy* merupakan keyakinan diri individu terhadap kemampuan yang dimilikinya dalam menyelesaikan atau menghadapi tugas.

Indikator variabel *self efficacy* menurut (Ghufron and Rini, 2016) ada tiga, yaitu :

1. Level, artinya penilaian individu dalam menentukan suatu keberhasilan dari individu tersebut dalam menyelesaikan tugasnya berbeda.
2. Kekuatan, artinya semakin kuat keyakinan diri yang dimiliki, akan semakin tinggi pula usaha yang akan dikerahkan dalam menyelesaikan tugas tersebut.
3. Keadaan umum, artinya penilaian individu dalam kemampuan mereka diberbagai kegiatan tertentu berbeda-beda.

Prestasi Akademik

Menurut (Sayfudin, 2015) prestasi akademik merupakan sebuah pencapaian hasil belajar yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam pengetahuan, sikap, maupun keterampilan dari sejumlah ilmu yang telah dicapai setelah melakukan proses belajar dalam jangka waktu dan periode tertentu.

Ukuran prestasi akademik dioperasionalkan dalam indikator berupa,

1. Nilai rapor
2. Indeks Prestasi Akademik
3. Predikat kelulusan
4. Angka kelulusan
5. Waktu tempuh pendidikan

Motivasi

Menurut (Winardi, 2016) motivasi merupakan suatu kekuatan potensial yang ada didalam diri seorang manusia, yang dapat dikembangkan sendiri atau dikembangkan oleh sejumlah kekuatan luar. Atau dapat diartikan sebagai suatu dorongan dalam diri individu untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dorongan ini dapat berupa dorongan dari luar maupun dari dalam individu tersebut.

Indikator motivasi menurut (Dale H and Dkk, 2010) meliputi :

1. Pilihan (*Choice*), artinya seseorang dapat dengan bebas untuk memilih terlibat dalam tugas akademik maupun non-akademik.
2. Ulet (*Presistence*), artinya ketika dihadapkan dalam suatu masalah atau hambatan, inidividu tersebut memilih untuk berhenti atau melanjutkan dengan mencari jalan keluar dari masalah tersebut.
3. Usaha (*Effort*), artinya mengerahkan usaha baik itu berupa fisik maupun kognitif.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang nantinya data yang diperoleh berupa angka yang akan di analisis terlebih dahulu.

Instrumen

Instrumen pada penelitian ini ada dua instrument, yaitu :

1. Kuesioner (Angket), dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang selanjutnya akan dijawab oleh responden.
2. Dokumentasi, dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan berupa daftar jumlah mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang didapatkan melalui website Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PPDIKT)

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik sampling *Proportional Random Sampling*, artinya dalam menentukan sampel, peneliti mengambil wakil-wakil dari setiap kelompok yang ada dalam suatu populasi. Berikut adalah perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini

$$n = \frac{n}{1+N(d)^2}$$

$$n = \frac{8.128}{1+8.128(0,1)^2} = \frac{8.128}{82,28} = 98,78 = 99$$

Rumus pengambilan sampling :

$$N = \frac{n}{s} \times n$$

Dengan perhitungan sebagai berikut :

- a. FKIP = $\frac{4.501}{8.128} \times 99 = 55$
- b. FE = $\frac{2.067}{8.128} \times 99 = 25$
- c. FTI = $\frac{713}{8.128} \times 99 = 9$
- d. FTSP = $\frac{431}{8.128} \times 99 = 5$
- e. FMIPA = $\frac{328}{8.128} \times 99 = 4$
- f. FIKes = $\frac{88}{8.128} \times 99 = 1$

Teknik Analisis Data

Uji Instrumen

1. Uji Validitas, (Sugiyono, 2017) mengatakan bahwa hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.
2. Uji Reliabilitas, menurut (Sugiyono, 2017) sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*Path Analysis*) dengan *software* SPSS. Analisis jalur adalah alat analisis statistic yang digunakan untuk menganalisis pola hubungan kausal antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung.

Berikut langkah-langkah yang digunakan dalam analisis jalur :

- A. Uji Normalitas, Uji Homogenitas, dan Uji Signifikansi dan Linieritas
 1. Uji Normalitas, dilakukan untuk mengetahui bahwa sampel yang digunakan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
 2. Uji Homogenitas, dilakukan untuk mengetahui bahwa sampel yang digunakan berasal dari populasi yang mempunyai varians yang homogen.
 3. Uji Signifikansi dan Linieritas, dilakukan untuk mengetahui bahwa variabel-variabel yang dirumuskan dalam model teoritik penelitian mempunyai hubungan yang signifikan dan linier. Uji ini dilakukan dengan ANOVA
- B. Pengujian Model, dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi yang signifikan antar variabel yang dihitung dengan koefisien korelasi.
- C. Pengujian Hipotesis, digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel yang diteliti.

HASIL

Uji Validitas

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas VAriabel *Self Efficacy*

Variabel	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
i1	*817	0,3	Valid
i2	*841	0,3	Valid
i3	*702	0,3	Valid
i4	*728	0,3	Valid
i5	*704	0,3	Valid
i6	*674	0,3	Valid
i7	*785	0,3	Valid
i8	*747	0,3	Valid
i9	*706	0,3	Valid

Sumber : data primer diolah 2020

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi

Variabel	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
i1	*756	0,3	Valid
i2	*820	0,3	Valid
i3	*906	0,3	Valid
i4	*793	0,3	Valid
i5	*858	0,3	Valid
i6	*892	0,3	Valid
i7	*804	0,3	Valid
i8	*798	0,3	Valid
i9	*463	0,3	Valid

Sumber : data primer diolah 2020

Dari hasil Uji Validitas pada tabel diatas, dapat diketahui nilai r -hitung pada masing-masing pernyataan $>0,3$ maka dapat diartikan pernyataan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
Var. <i>Self Efficacy</i>	0,895	0,60	Reliabel
Var. Motivasi	0,926	0,60	Reliabel

Sumber : data primer diolah 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai *Alpha Cronbach* pada masing-masing variabel $> 0,6$ dapat diartikan seluruh pernyataan reliabel atau konsisten dan dapat digunakan sebagai alat ukur.

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Hasil	Keterangan
Var. Motivasi	*182	Normal
Var. Prestasi Akademik	*071	Normal

Sumber : data primer diolah 2020

B. Uji Homogenitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Homogenitas

Model	Signifikansi	Keterangan
Substruktur_1	0,331	Homogen
Substruktur_2	0,289	Homogen

Sumber: data primer diolah 2020

C. Uji Linearitas dan Signifikansi

Tabel 4.12
Hasil uji Linearitas dan signifikansi

	Substruktur_1	Substruktur_2	Keterangan
Linearity (sig.)	0,029	0,011	Signifikansi
Deviation From Linearity (Sig.)	0,224	0,343	Linear

Sumber: data primer diolah 2020

PENGUJIAN MODEL

A. Pengujian Model Substruktur 1

Tabel 4.13
Koefisien determinasi substruktur_1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.216 ^a	.047	.037	4.140

Sumber: data primer diolah 2020

Tabel 4.14
Koefisien substruktur_1

Standardized Coefficients			
Model	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.970	.000
	Self Efficacy	.216	.032

Sumber: data primer diolah 2020

Nilai koefisien jalur X terhadap Z = 0,216 [t = 2,176 dan sig. = 0,032]

Besarnya kontribusi variabel X terhadap Z = $0,047 \times 100\% = 4,7\%$

Nilai koefisien determinan X terhadap Z = $1 - 0,047 = 0,953$

Artinya Variabel Motivasi dipengaruhi oleh Variabel lain sebesar 95,3% diluar Variabel *Self Efficacy*

B. Pengujian Model Substruktur 2

Tabel 4.15
Koefisien determinasi substruktur_2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.320 ^a	.102	.083	.702

Sumber: data primer diolah 2020

Tabel 4.16
Koefisien substruktur_2

Model		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)		1.212	.229
	<i>Self Efficacy</i>	.212	2.136	.035
	Motivasi	.198	2.000	.048

Sumber: data primer diolah 2020

Nilai koefisien X = 0,212 [t = 2,136 T hitung dan sig = 0,035]

Nilai koefisien Z = 0,198 [t = 2,000 T hitung dan sig = 0,048]

Besarnya kontribusi variabel X dan Z terhadap Y = $0,102 \times 100\% = 10,2\%$

Nilai koefisien residu = $1 - 0,102 = 0,898$

Artinya Variabel Prestasi Akademik dipengaruhi Variabel lain sebesar 89,8% diluar Variabel *Self Efficacy* dan Motivasi

Pengujian Hipotesis

A. Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Motivasi

Dari hasil perhitungan pengaruh *Self Efficacy* terhadap Motivasi diperoleh t hitung = 2,176 > t tabel = 1,984 dan taraf signifikan = 0,032 < 0,05. Artinya, *Self Efficacy* berpengaruh positif pada motivasi mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

B. Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Prestasi Akademik

Dari hasil perhitungan pengaruh *Self Efficacy* terhadap Prestasi Akademik diperoleh t hitung = 2,136 > t tabel = 1,984 dan taraf signifikansi = 0,035 < 0,05. Artinya *Self Efficacy* berpengaruh positif terhadap Prestasi Akademik pada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

C. Pengaruh Motivasi Terhadap Prestasi Akademik

Dari hasil perhitungan pengaruh Motivasi terhadap Prestasi Akademik diperoleh t hitung = 2,000 > t tabel = 1,984 dan taraf signifikan = 0,048 < 0,05. Artinya Motivasi memiliki pengaruh positif terhadap Prestasi Akademik pada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

D. Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Prestasi Akademik Melalui Motivasi

Dari hasil uji statistik pada substruktur 1 dan 2 diketahui nilai jalur variabel *Self Efficacy* Terhadap Prestasi Akademik sebesar $0,216 \times 0,216 \times 100 = 4,66\%$ dan nilai jalur variabel *Self Efficacy* Terhadap Prestasi Akademik melalui Motivasi sebesar $0,216 \times 0,212 \times 100 = 4,62\%$. Dari hasil tersebut dimana pengaruh langsung *Self Efficacy* Terhadap Prestasi Akademik lebih besar dari pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Prestasi Akademik melalui Motivasi, maka dapat disimpulkan variabel *Self Efficacy* tidak berpengaruh Terhadap Prestasi Akademik Melalui Motivasi pada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

E. Peran Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh *Self Efficacy* Terhadap Prestasi Akademik

Dari hasil uji sobel dapat diketahui bahwa nilai t hitung = 0 < t tabel = 1,984. Artinya Variabel Motivasi tidak berperan sebagai Variabel Intervening antara *Self Efficacy* terhadap Prestasi Akademik pada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

SIMPULAN

1. *Self Efficacy* berpengaruh terhadap Motivasi. Hal ini dapat diartikan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif terhadap motivasi pada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Dina Yuliatika, 2017) menyatakan bahwa dengan adanya tingkat keyakinan diri yang tinggi, maka akan mempengaruhi tingginya tingkat untuk berprestasi. Dalam penelitian ini dapat dikatakan sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Dina Yuliatika, 2017).
2. *Self Efficacy* berpengaruh terhadap Prestasi Akademik. Hal ini dapat diartikan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif terhadap prestasi akademik pada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Rizkiana, 2017) menyatakan bahwa *self efficacy* yang terdiri dari indikator *level*, *strength*, dan *generality* memiliki kontribusi terhadap hasil belajar. Dalam penelitian ini dapat dikatakan sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Rizkiana, 2017).
3. Motivasi berpengaruh terhadap Prestasi Akademik. Hal ini dapat diartikan bahwa Motivasi berpengaruh positif terhadap Prestasi Akademik pada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana

Surabaya. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Imelda, 2016) menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap prestasi akademik mahasiswa. Dalam penelitian ini dapat dikatakan sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Imelda, 2016).

4. *Self Efficacy* tidak berpengaruh terhadap Prestasi Akademik melalui Motivasi. Dari hasil dimana pengaruh langsung variabel *Self Efficacy* terhadap Prestasi Akademik lebih besar dari pengaruh *Self Efficacy* terhadap Prestasi Akademik Melalui Motivasi, maka dapat disimpulkan variabel *Self Efficacy* tidak berpengaruh terhadap Prestasi Akademik melalui Motivasi pada mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
5. Dari hasil perhitungan uji sobel diketahui *Self Efficacy* tidak berpengaruh secara langsung terhadap Prestasi Akademik melalui Motivasi sebagai variabel intervening

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan pada penelitian hanya menggunakan sampel yang berjumlah 99 responden dari total keseluruhan 8.128 responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Dale H, S. and Dkk (2010) *Motivation in Education: Theory, Research, and Application*. 3rd edn. New Jersey: Pearson Education.
- Dina Yuliatika, D. (2017) 'Self Efficacy dan Motivasi Berprestasi Siswa SMA Negeri 7 Purworejo', *Journal Psikologi*, 5(2), p. 59.
- Feist J. & Gregory J. Feist (2010) *Teori Kepribadian*. Edisi ketu. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ghufron, M. N. and Rini, R. (2016) *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Imelda, D. (2016) *Pengaruh Motivasi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa POLITEKNIK ANIKA Palembang*. Politeknik ANIKA.
- Moore, Lori L.; Grabsch, Dustin K.; Rotter, C. (2010) 'Using Achievement Motivation Theory to Explain Student Participation in a Residential Leadership Learning Community', *Journal of Leadership Education*, 9(2), pp. 22–34.
- Rizkiana, A. (2017) 'Pengaruh Self Efficacy Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Berprestasi (Mawapres) STKIP PGRI Bangkalan', 5(2), pp. 117–122. doi: 10.1007/SpringerReference_223312.
- Robbins, S. P. and Judge, T. A. (2008) *Perilaku Organisasi*. 12th edn. Jakarta: Salemba Empat.
- Sayfudin, M. N. (2015) 'Pengaruh Kebiasaan Dalam Belajar Dan Sikap Siswa Pada Pelajaran Terhadap Prestasi Belajar Mekanika Teknik Siswa Kelas X Teknik Gambar Bangunan Smk Negeri 4 Semarang Tahun Ajaran 2014/2015', *Teknik Sipil*, 4, p. 54.
- Sugiyono, P. D. (2017) *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Cetakan ke. Bandung: Alfabeta.
- Winardi (2016) *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Penjualan Online Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Khalimatus Sa'diyah Rizki Hidayatillah¹, Untung Lasiyono²

Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia ^{1,2}

Email : skhalimatus27@gmail.com¹

Koresponden : untunglasiyono@gmail.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan dan penjualan online pada keputusan pembelian melalui variabel minat beli sebagai variabel intervening mahasiswa manajemen sebagai konsumen kosmetik Pond's. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, dan jumlah sampel sebanyak 68 responden. Pengumpulan data didalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan teknik analisis regresi data memakai analisis regresi linier berganda dan uji mediasi tes sobel. Melalui penelitian ini membuktikan kepercayaan pelanggan dan penjualan online memiliki pengaruh langsung terhadap minat beli, kepercayaan pelanggan dan penjualan online tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian. minat beli berhasil memediasi kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian, minat beli berhasil memediasi penjualan online terhadap keputusan pembelian mahasiswa prodi manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai konsumen produk kosmetik Pond's.

Kata Kunci : kepercayaan pelanggan, penjualan online, keputusan pembelian, minat beli.

ABSTRACT

This research was conducted by analyzing the influence of customer trust and online sales on purchasing decisions through the purchase intention variable as an intervening variable for management students as Pond's cosmetics consumers. This research was conducted with a quantitative approach, and the number of samples was 68 respondents. Collecting data in this study using questionnaires and data regression analysis techniques using multiple linear regression analysis and Sobel test mediation test. This research proves that customer trust and online sales have a direct influence on buying interest, customer trust and online sales have no direct effect on purchasing decisions. buying interest succeeded in mediating customer confidence in purchasing decisions, buying interest successfully mediated online sales on purchasing decisions for students of management study program at PGRI Adi Buana University Surabaya as consumers of Pond's cosmetic products.

Keywords : customer trust, online sales model, buying decision, buying interest.

PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya kecanggihan teknologi dan bertambahnya kebutuhan manusia dalam memenuhi kebutuhan pribadinya. Tentu dikondisi saat ini, banyak orang memanfaatkan hal tersebut dengan aktivitas belanja online baik melalui e-commerce ataupun jejaring media sosial lainnya. Hal ini pun banyak dimanfaatkan masyarakat untuk mencari nafkah, yaitu dengan berjualan melalui media sosial dan jejaring sosial media lainnya. Masyarakat pun sangat antusias

dengan adanya penerapan pembelanjaan dan pembelian secara online yang sedang marak saat ini.

Lantas dengan kondisi wabah covid-19 pun, membuat peminat berbelanja online semakin tinggi. Membuat masyarakat harus menjaga jarak dan berantisipasi dengan adanya kerumunan. Dan salah satunya adalah aktivitas belanja online. Hal itu dimanfaatkan oleh masyarakat termasuk Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Adi Buana dalam berbelanja kebutuhan pribadinya melalui online. Selain praktis dan efisien, dan sering terdapat banyak voucher diskon yang ditawarkan oleh beberapa *e-commerce* agar semakin menarik pelanggan untuk membeli produk didalam aplikasi *e-commerce* mereka. satunya dalam berbelanja produk untuk kebutuhan pribadinya. Mulai dari perawatan wajah, badan, hingga makanan ringan bisa dengan menggunakan aplikasi belanja online. Sistem berbelanja online yang saat ini sangat mudah diakses, hingga membuat para Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana, memilih berbelanja online sebagai salah satu alternatif jika tidak sempat untuk berbelanja di toko terdekat disekitarnya.

Banyak cara yang digunakan antara penjual dan pembeli melalui proses transaksi online. Hingga saat ini masih sangat populer kalangan remaja dan dewasa menjalankan bisnisnya melalui *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*, untuk iklan dan menjual produk mereka. Dan semakin berkembang pula aplikasi *e-commerce* yang telah populer yakni Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Ketiganya tengah populer dikalangan masyarakat dalam situs belanja online. Para penjual hanya mendaftarkan toko mereka, lalu memposting dan mengiklankan produk mereka didalam *e-commerce* tersebut. Pembeli hanya mendaftarkan akun lalu memilih barang dan membayar melalui layanan pembayaran yang ada didalam *e-commerce* atau media sosial tersebut.

Kepercayaan pelanggan adalah kepercayaan dan keyakinan yang dimiliki oleh pelanggan dalam menggunakan dan memilih produk kosmetik Pond's untuk kebutuhan sehari-harinya. Kepercayaan pelanggan yaitu faktor yang dibangun oleh para penjual untuk menarik pembeli berbelanja. (Saragih and Ramdhany 2013) kepercayaan berpengaruh terhadap minat pembelian produk di internet. Kepercayaan pelanggan menjadi modal utama untuk menarik pembeli untuk berbelanja melalui *e-commerce*. Sudah tugas penjual toko online menciptakan keamanan sehingga pelanggan percaya melakukan transaksi dengan penjual tersebut.

Penjualan online merupakan variasi dari berbagai macam cara berbelanja online. banyak *website* menawarkan belanja online mulai dari *website* dalam negeri dan *website* luar negeri. Biasanya berupa dengan sistem *website* berbelanja online yaitu dengan menggunakan aplikasi dan link *e-commerce* atau bisa juga dengan media sosial contohnya *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Adapun berupa sistem pembayaran yang dilakukan oleh aplikasi dan link *e-commerce* dengan menggunakan rekening bersama, yaitu virtual account yang digunakan untuk pembayaran, sehingga dana yang masuk akan disimpan oleh aplikasi *e-commerce* tersebut jika pembeli sudah menerima barang dan meng-klik pesanan diterima dana akan otomatis masuk kedalam dana penjual. Adapun jika tidak melalui aplikasi *e-commerce*, dengan transfer langsung dengan aplikasi m-banking atau e-banking pembeli kepada penjual.

Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen mengenali masalah dan melakukan tindakan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk kosmetik merek Pond's,

baik setelah melakukan pertimbangan tentang merek Pond's yang sudah dikenal masyarakat. Keputusan pembelian yaitu tahapan dalam mengambil keputusan pembelian, proses pemikiran konsumen membentuk kumpulan pilihan tentang merek – merek suatu produk yang sudah tersedia, kemudian memilih produk apa yang disukai sebelum menentukan pembelian (Kurnia, Djumali, and Istiqomah 2016)

Minat beli, merupakan respon konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi dari produk tersebut. Minat beli konsumen selalu terjadi dalam setiap individu dan mengetahui apa yang dinginkannya. Konsumen yang memiliki respon yang positif akan menimbulkan minat pada pembelian produk tersebut.

Selain teori pemasaran yang dijelaskan oleh tiap variabel diatas, penelitian ini juga didasari oleh research GAP atau penelitian dahulu yang sudah ada dan dilakukan oleh (Juhadilah 2019) yang berjudul "Pengaruh daya tarik dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk minuman vending machine dengan minat beli sebagai variabel intervening studi pada PT. Putri Aquarius di Sidoarjo" namun memiliki hasil yang tidak signifikan pada salah satu variabelnya. Lalu salah satu variabelnya yaitu daya tarik yang hasilnya yang tidak signifikan dikembangkan lagi dengan mengganti variabel tersebut dengan variabel model penjualan online. Dan menjadi judul penelitian baru yang tertuang dalam penelitian tugas akhir (skripsi) ini

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mengajukan judul : "Pengaruh kepercayaan pelanggan dan model penjualan online terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada mahasiswa prodi manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai konsumen produk kosmetik Pond's".

METODE

Populasi didalam penelitian ini menggunakan mahasiswa manajemen angkatan 2017 sebanyak 212 mahasiswa. Sampel penelitian menggunakan rumus slovin, menggunakan teknik random samling. sampel diperoleh dengan cara jumlah populasi dibagi 1 + jumlah populasi x (taraf kesalahan)². $212 : (1 + 212 (0,1)^2) = 68$ responden. Pengambilan data penelitian dalam ini berupa ini berupa kuesioner. Adapun teknik analisis data dan pengujian hipotesis yaitu analisis jalur path menggunakan bantuan program SPSS versi 25 dan uji *sobel* dengan bantuan kalkulator uji *sobel* online www.danielsoper.com

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Kepercayaan Pelanggan			
No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,797	0,2352	Valid
2	0,812	0,2352	Valid
3	0,542	0,2352	Valid
4	0,611	0,2352	Valid
5	0,716	0,2352	Valid
Penjualan Online			
No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,722	0,2352	Valid
2	0,806	0,2352	Valid
3	0,804	0,2352	Valid
4	0,809	0,2352	Valid
5	0,418	0,2352	Valid
Keputusan Pembelian			
No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,520	0,2352	Valid
2	0,599	0,2352	Valid
3	0,408	0,2352	Valid
4	0,588	0,2352	Valid
5	0,542	0,2352	Valid
6	0,420	0,2352	Valid
7	0,567	0,2352	Valid
8	0,529	0,2352	Valid
9	0,536	0,2352	Valid
10	0,417	0,2352	Valid
Minat Beli			
No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,721	0,2352	Valid
2	0,670	0,2352	Valid
3	0,734	0,2352	Valid
4	0,680	0,2352	Valid
5	0,715	0,2352	Valid
6	0,679	0,2352	Valid
7	0,638	0,2352	Valid
8	0,477	0,2352	Valid
9	0,626	0,2352	Valid
10	0,634	0,2352	Valid

Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan setiap variabel data pada item pernyataan seluruh variabel diatas memperoleh nilai dari r hitung > (r tabel) dari 0,2352. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui keseluruhan variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepercayaan Pelanggan (X ₁)	0,820	0,2352	Reliabel
Penjualan Online (X ₂)	0,833	0,2352	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,928	0,2352	Reliabel
Minat Beli (Z)	0,931	0,2352	Reliabel

Hasil semua variabelnya mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* r r hitung (>) r tabel tingkat signifikansi 0,05 = 0,2352. Dapat dinyatakan keseluruhan datavariabel tersebut bersifat reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Normalitas			
Persamaan 1 (Z)	0,076	Sig > 0,05	Tabel distribusi normal
Persamaan 2 (Y)	0,200	Sig > 0,05	Tabel distribusi normal
Multikolinieritas			
Persamaan 1 (Z)			
Kepercayaan pelanggan (X ₁)	Tol 0,707	Tol > 0,1	Bebas multikolinieritas
Penjualan online (X ₂)	VIF 1,415	VIF < 10	
Persamaan 2 (Y)			
Kepercayaan pelanggan (X ₁)	Tol 0,707	Tol > 0,1	Bebas multikolinieritas
Penjualan online (X ₂)	VIF 1,415	VIF < 10	
Persamaan 1 (Z)			
Kepercayaan pelanggan (X ₁)	Tol 0,617	Tol > 0,1	Bebas multikolinieritas
Penjualan online (X ₂)	VIF 1,621	VIF < 10	
Persamaan 2 (Y)			
Kepercayaan pelanggan (X ₁)	Tol 0,651	Tol > 0,1	Bebas multikolinieritas
Penjualan online (X ₂)	VIF 1,536	VIF < 10	
Persamaan 1 (Z)			
Kepercayaan pelanggan (X ₁)	Tol 0,666	Tol > 0,1	Bebas multikolinieritas
Penjualan online (X ₂)	VIF 1,501	VIF < 10	
Heterokedastisitas			
Persamaan 1 (Z)			
Kepercayaan pelanggan (X ₁)	0,965	Sig > 0,05	Bebas heterokedastisitas
Penjualan online (X ₂)	0,501	Sig > 0,05	Bebas heterokedastisitas
Persamaan 2 (Y)			
Kepercayaan pelanggan (X ₁)	0,426	Sig > 0,05	Bebas heterokedastisitas
Penjualan online (X ₂)	0,002	Sig > 0,05	Bebas heterokedastisitas
Persamaan 1 (Z)			
Kepercayaan pelanggan (X ₁)	0,285	Sig > 0,05	Bebas heterokedastisitas
Penjualan online (X ₂)			

1. Uji normalitas

Terjadi hasil regresi 2 persamaan. Persamaan 1 kepercayaan pelanggan (X₁) dan penjualan online (X₂) pada minat beli. Persamaan 2 kepercayaan pelanggan (X₁), model penjualan online (X₂), minat beli(Z) pada keputusan pembelian(Y), nilai persamaan 1 = 0,076 dan persamaan 2 = 0,200, keduanya memiliki nilai lebih dari (>) 0,05. Hasil regresi uji normalitas dinyatakan memiliki distribusi data normal.

2. Uji multikolinieritas

Didalam penelitian ini terdapat 2 hasil persamaan regresi. Persamaan 1 kepercayaan pelanggan (X₁) dan penjualan online (X₂) terhadap minat beli. (Z) Persamaan 2 kepercayaan pelanggan (X₁), penjualan online (X₂), minat beli(Z) pada keputusan pembelian(Y). Dari tabel 3 diatas menunjukkan nilai hasil persamaan 1 : nilai Tolerance 0,707 VIF 1.415 dan hasil persamaan 2 : variabel kepercayaan pelanggan (X₁) Tolerance 0,617 VIF 1.415, variabel model penjualan online (X₂) Tolerance 0,651 VIF 1.536, variabel minat beli Tolerance 0,666 VIF 1.501. Dari hasil tersebut semua variabel hasil regresi multikolinieritas memiliki nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil regresi persamaan 1 & persamaan 2 hasil regresi penelitian ini dinyatakan bebas multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas didalam penelitian ini memiliki hasil regresi persamaan 1 dan persamaan 2. Persamaan 1 kepercayaan pelanggan (X₁) dan penjualan online (X₂) terhadap minat beli(Z). Persamaan 2 kepercayaan pelanggan (X₁), model penjualan online(X₂), minat beli(Z) pada keputusan pembelian(Y) persamaan 1 : kepercayaan pelanggan (X₁) = 0,965, model penjualan online (X₂) = 0,501. Hasil regresi persamaan 2 : kepercayaan pelanggan

(X_1) = 0,426 , model penjualan online (X_2) = 0,062, dan minat beli (Z) 0,285. Semua hasil nilai tersebut mempunyai nilai tingkat signifikansi 0,05, Dapat disimpulkan semua hasil regresi persamaan 1 dan persamaan 2, dinyatakan bebas heterokedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Uji koefisien R^2 yaitu mencari kemampuan model untuk mencari pengaruh kedua variabel.

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Regresi	R Square (R^2)
Persamaan 1	0,334
Persamaan 2	0,528

Didalam penelitian ini terdapat dua cara hasil regresi yaitu persamaan 1 & persamaan 2. Dari persamaan 1 & persamaan 2 tersebut, Diperoleh keterangan sebagai berikut:

1. Hasil Regresi persamaan 1 yaitu nilai R^2 (R square) = 0,334, hal tersebut berarti sumbangan pengaruh kepercayaan pelanggan (X_1) dan penjualan online (X_2) secara simultan terhadap minat beli (Z), sebesar 33,4% dan 66,6% sisanya didapat dari kontribusi variabel lain yang belum dimasukkan didalam penelitian ini.
2. Hasil Regresi persamaan 2 yaitu nilai R^2 sebesar 0,528, hal tersebut menunjukkan sumbangan kepercayaan pelanggan (X_1), penjualan online (X_2) dan minat beli secara bersamaan terhadap keputusan pembelian (Y), senilai 52,8% dan sisanya 47,2% didapat dari beberapa faktor yang belum dimasukkan didalam penelitian ini.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5

Hasil Tabel Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Nilai
Persamaan 1	
(Constant)	16.430
Kepercayaan pelanggan	0.667
Penjualan online	0.440
Persamaan 2	
(Constant)	12.717
Kepercayaan pelanggan	0.253
Penjualan Online	0.070
Minat beli	0.485

Berdasarkan tabel diatas menghasilkan 2 persamaan regresi, regresi 1 sebagai berikut :

$$Y = 16.430 + 0,667 X_1 + 0,440 X_2 + e$$

Hasil persamaan 1, kepercayaan pelanggan dan penjualan online terhadap minat beli, dapat diperoleh keterangan berikut:

- Nilai konstanta sebesar 16.430 dengan nilai positif. Artinya tanpa adanya pengaruh dari variabel kepercayaan pelanggan dan penjualan online, nilai variabel minat beli sebesar 16.430 satuan.
- Variabel kepercayaan pelanggan (X_1) menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,667 dengan nilai positif. Maka setiap kenaikan satu satuan variabel kepercayaan pelanggan (X_1), akan berdampak pada kenaikan variabel minat beli (Y) sebesar 0,667 satuan.
- Variabel penjualan online (X_2) menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,440 dengan nilai positif. Maka setiap kenaikan satu satuan variabel penjualan online (X_2), akan berdampak pada kenaikan variabel minat beli (Y) sebesar 0,440 satuan.

Dibuat regresi persamaan 2 berikut :

$$Y = 12.717 + 0,253 X_1 + 0,070 X_2 + 0,485 X_3 + e$$

Dari hasil persamaan regresi 2 kepercayaan pelanggan, penjualan online, minat beli terhadap keputusan pembelian, disimpulkan berikut :

- Nilai konstanta sebesar 12.717 dengan nilai positif. Artinya tanpa adanya pengaruh dari variabel kepercayaan pelanggan dan penjualan online, nilai variabel minat beli sebesar 12.717 satuan.
- Variabel kepercayaan pelanggan (X_1) menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,253 dengan nilai positif. Maka setiap kenaikan satu satuan variabel kepercayaan pelanggan (X_1), akan berdampak pada kenaikan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,253 satuan.
- Variabel penjualan online (X_2) menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,070 dengan nilai positif. Maka setiap kenaikan satu satuan variabel penjualan online (X_2), akan berdampak pada kenaikan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,070 satuan.
- Variabel minat beli (X_3) menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,485 dengan nilai positif. Maka setiap kenaikan satu satuan variabel minat beli (X_3), akan berdampak pada kenaikan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,485 satuan

Uji Hipotesis T (Parsial)

Tabel 6 Uji Hipotesis T (Parsial)

Variabel	Signifikansi
Persamaan 1	
Kepercayaan pelanggan	0,003
Penjualan online	0,021
Persamaan 2	
Kepercayaan pelanggan	0,123
Penjualan Online	0,606
Minat beli	0,000

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diperoleh penjelasan sebagai berikut:

- Variabel kepercayaan pelanggan (X_1) memperoleh nilai signifikansi t hitung $< t$ tabel. Nilai signifikan langsung t hitung $0,021 < 0,05$. Maka kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan langsung terhadap variabel minat beli.
- Variabel penjualan online (X_2) memperoleh nilai signifikansi t hitung $< t$ tabel. Nilai signifikan t hitung $0,021 < 0,05$. Maka penjualan online berpengaruh signifikan langsung terhadap variabel minat beli.

3. Variabel kepercayaan pelanggan (X_1) memperoleh nilai signifikansi t hitung $> t$ tabel. Nilai signifikan t hitung $0,123 > 0,05$. Maka kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh signifikan langsung terhadap variabel keputusan pembelian.
4. Variabel penjualan online (X_2) memperoleh nilai signifikansi t hitung $> t$ tabel. Nilai signifikansi t hitung $0,606 > 0,05$. Penjualan online tidak berpengaruh signifikan langsung terhadap variabel keputusan pembelian.
5. Variabel minat beli (X_3) memperoleh nilai signifikansi t hitung $< t$ tabel. Nilai signifikansi t hitung $0,000 < 0,05$. Minat beli berpengaruh signifikan langsung terhadap variabel keputusan pembelian.

Uji Mediasi Sobel

Uji sobel dilakukan dengan aplikasi Sobel Test www.danielsoper.com yaitu dengan menggunakan Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation. Uji sobel dilakukan mengetahui seberapa besar variabel moderate memediasi pengaruh variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y). bila *sobel test* menghasilkan tingkat signifikansi pada *One tailed probability* dan *two tailed probability* $< 0,05$. Variabel intervening berhasil memediasi hubungan antara kedua variabel tersebut. Didalam penelitian ini terdapat 2 hasil uji sobel, sebagai berikut :

Tabel 7 'Tabel Uji Sobel Test

Variabel	Kriteria	Nilai
X_1 terhadap Y melalui Z		
Nilai Sobel Statistic	One tailed probability dan	2.7012353
One-tailed probability	two-tailed probability $< 0,05$	0.00345413
Two-tailed probability	& nilai $Z > 1,96$	0.00690825
X_2 terhadap Y melalui Z		
Nilai Sobel Statistic	One tailed probability dan	2.17764144
One-tailed probability	Two-tailed probability $< 0,05$	0.01471637
Two-tailed probability	& nilai $Z > 1,96$	0.02943274

Berdasarkan hasil analisis kalkulator sobel test online diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil sobel test online variabel kepercayaan pelanggan (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli(Z) dihasilkan nilai dari *One-tailed probability* dan *Two-tailed probability* ($<$) tingkat signifikan $0,05$ dan nilai $Z > 1,96$. melalui uji sobel test dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan tidak langsung pada kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian melalui mediasi minat beli.
2. Hasil sobel test online variabel penjualan online (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli(Z) dihasilkan nilai dari *One-tailed probability* dan *Two-tailed probability* ($<$) signifikan $0,05$ dan nilai $Z > 1,96$. melalui uji sobel test dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan tidak langsung penjualan online terhadap keputusan pembelian melalui mediasi minat beli.

SIMPULAN

Dari hasil data didalam penelitian ini, didapat kesimpulan berikut :

1. Kepercayaan pelanggan berpengaruh langsung terhadap minat beli mahasiswa program studi manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai konsumen produk Pond's.
2. Penjualan online berpengaruh langsung terhadap minat beli mahasiswa program studi manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai konsumen produk Pond's.
3. Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian mahasiswa program studi manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai konsumen produk Pond's.
4. Penjualan online tidak berpengaruh langsung terhadap minat beli mahasiswa program studi manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai konsumen produk Pond's.
5. Minat beli berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian mahasiswa program studi manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai konsumen produk Pond's.
6. Hasil hipotesis sobel test minat beli tidak berhasil memediasi hubungan kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian mahasiswa program studi manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai konsumen produk Pond's.
7. Hasil hipotesis sobel test minat beli berhasil memediasi hubungan penjualan online terhadap keputusan pembelian mahasiswa program studi manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sebagai konsumen produk Pond's

IMPLIKASI

1. Pentingnya untuk terus menjaga kepercayaan pada suatu pembelian dari penjualan online sangat banyak variasi pilihannya mulai terdapat *E-Commerce* dan Sosial Media. Mahasiswa diharapkan untuk lebih menggunakan fasilitas aplikasi belanja online, karena masih adanya hasil penelitian yang masih menandakan tidak adanya pengaruh signifikan satu sama lain.
2. Peneliti masih harus memperhatikan lagi setiap proses pengambilan data agar tercipta hasil yang lebih baik lagi,

KETERBATASAN PENELITIAN

Pengumpulan data masih menggunakan kuisioner, dan masih ada variabel yang menunjukkan tidak ada pengaruh satu sama lain. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan teknik pengumpulan data secara lebih luas dan mengembangkan variabel lainnya agar lebih baik kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, Athira Setira, Muhammad Asdar, and Muhammad Ismail. 2018. "PENGARUH KETERLIBATAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM EIWA)." *Journal of Applied Business and Entrepreneurship* Vol 1 No 3(2598-0890 2598-0882): 37–50.
- Dewi, Ria Yunita, Yulianen, Andi Tri Haryono, and Edward Gagah. 2016. "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada

- Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.Com).” *Journal Ilmiah* 1: 1–7.
- Gunawan, Hendra, and Kartika Ayuningtiyas. 2018. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam.” *Journal of Applied Business Administration* 2(1): 152–65.
- Harahap, Dedy Ansari. 2015. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Ponsel Merek Samsung.” *Jurnal Keuangan dan Bisnis* 7(3): 227–42. https://www.google.com/search?newwindow=1&safe=strict&rlz=1C1CHBF_enID895ID895&sxsrf=ALeKk03v0LfZXVWXBZc7hPoIHISlxC89NQ%3A1604245194792&ei=ytaeX6LnL6Pfz7sPvOy_yAE&q=ANALISIS+FAKTORFAKTOR+YANG+MEMPENGARUHI+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+KONSUMEN+DI+PAJAK+USU+%28PAJU.
- Juhadilah, Raeza. 2019. “PENGARUH DAYA TARIK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN PADA VENDING MACHINE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS PADA PT PUTRI AUARIUS DI SIDOARJO.” *Manajemen Pemasaran*: 15.
- Khakim, Lukman, Azis Fathoni, and maria m Minarsih. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima.” *Jurnal Manjimmenn*: 1–15.
- Kurnia, Muhammad Rifai, Djumali, and Istiqomah. 2016. “Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tennis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari.” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* 24(1): 33–42.
- Kurniawan, Widiar Onny. 2019. “Penerrapan Metode ABC (Activity Based Costing) Dalam Menentukan Harga Jual Kamar Hotel "X".” *Journal of Economics Development Issues* 2(02).
- Perwira, Rizki Adi. 2017. “Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online OLX.Co,Id).” *Ekonomi* 53(9): 1–16.
- Puspita, Cindy Mega, and Agung Budiatmo. 2020. “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS ROCKET HICKEN WOLTER MUNGINSIDI DI KOTA SEMARANG).” *Manajemen Pemasaran IX(lui)*: 268–75.
- Saragih, Hoga, and Rizky Ramdhany. 2013. “Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (Fjb) Kaskus.” *Jurnal Sistem Informasi* 8(2): 100.

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POND'S PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

Nur Aisah¹, Untung Lasiyono², Tri Ari Prabowo³

Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia^{1,2,3}

Email : Aisahn260@gmail.com¹, tri.ariprabowo@unipasby.ac.id³

Koresponden : untunglasiyono@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Dilakukannya penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh daya tarik iklan, citra merk dan kualitas product terhadap keputusan pembelian product pond's. Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Penelitian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang diambil sejumlah 102 orang. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. pengumpulan data melalui kuesioner dan dokumentasi kemudian dianalisis dengan multiple linear regresi dan uji signifikan dengan program SPSS versi 16. Hasil pengujian memakai uji parsial disimpulkan bahwa daya tarik iklan, citra merk dan kualitas product dipengaruhi secara parsial dan signifikan keputusan pembelian. Dengan hasil variabel daya tarik iklan t_{hitung} sebesar 1,665 dengan nilai sig 0,027, variabel citra merk t_{hitung} 1,983 dengan nilai sig 0,049, variabel keputusan pembelian t_{hitung} 1,711 dengan nilai sig 0,038. Sedangkan uji F simultan diperoleh hasil sebanyak 742,314 dengan sig 0,035.

Kata kunci : Daya Tarik Iklan, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of advertising appeal, brand image and product quality to purchase decisions of Pond's products in management student of PGRI Adi Buana Surabaya. The study used a quantitative approach, a sample taken as many as 102 respondents and sampling technique of purposive sampling. Data collection use questionnaire, documentation are then analyzed with multiple linear regression tests and significance test with SPSS version 16 programs. The results testing use T-Test concluded appeal of advertising, brand image and product quality has an inopportune and significant purchase decision. With result of the ad attraction variable t count of 1,665 with a value of Sig 0,027, the brand image variable count of 1,983 with a sig value of 0,049, the purchase decision variable is calculated 1,711 with a value of sig 0,038. Simultaneous test F obtained the result of 742,314 with Sig 0,035.

Keywords: *appeal advertising, brand image, product quality and purchase decision*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini perkembangan bisnis semakin meningkat terutama pada perusahaan kosmetik. Hal yang bisa kita lihat melalui bermacam perusahaan yang berlomba-lomba agar menghasilkan product yang setara yang *consumer* inginkan.

Kosmetik adalah salah satu penawaran barang dalam mencukupi kebutuhan dan keinginan *consumer* untuk terlihat lebih menarik & cantik, orang membeli kosmetik artinya membeli kecantikan., kecantikan merupakan kebutuhan para kaum wanita, wanita selalu menginginkan

wajah bebas jerawat, wajah putih bersinar dan terlihat lebih awet muda dengan adanya produk pond's yang dapat membantu para kaum wanita memiliki wajah bebas jerawat dan putih bersinar.

Produk kecantikan pond's masih termasuk dalam top 5 beauty di Indonesia pond's yang dibawah naungan PT.Unilever Indonesia TBK sampai saat ini masih merebut perhatian para konsumen bahkan dari tahun ketahun produk kecantikan pond's masih tetap intens masi dikenali oleh kalangan masyarakat bawah sampai atas, agar tetap stabil perusahaan melakukan berbagai strategi yang mudah memberikan informasi terhadap konsumen seperti iklan pada televisi untuk menghubungkan suatu perusahaan dengan masyarakat supaya iklan dapat berkomunikasi bersama *consumer* untuk membujuk dan meningkatkan rasa penasaran konsumen juga bertahan pada product yang dipakai.

Perusahaan harus memperhatikan citra merek agar masyarakat memnganggap citra merek secara actual, konsumen dapat mengenali identitas merek tersebut, oleh karena itu merek dalam suatu produk sangatlah berpengaruh terhadap *consumer* dalam suatu keputusan melakukan pembelian.

product yang berkualitas cenderung digemari oleh masyarakat karena masyarakat menilai bahwa produk yang berkualitas memberikan nilai tambah dibandingkan dengan produk yang memiliki kualitas biasa. Kinerja suatu kualitas produk seperti keterhandalan suatu produk, daya tahan produk dan keterampilan sebuah product yang menjadikan pandangan pemakai dalam keputusan untuk membeli product.

Rumusan Masalah

1. Apakah daya tarik iklan mempengaruhi keputusan pembelian product kecantikan pond's pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi unipa?
2. Apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian product kecantikan pond's pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi unipa.
3. Apakah kualitas product mempengaruhi keputusan pembelian product kecantikan pond's pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi unipa.
4. Apakah daya tarik iklan, citra merk dan kualitas product mempengaruhi keputusan pembelian produk kecantikan pond's pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi unipa.

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengeruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian product kecantikan pond's pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi unipa.
2. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian product kecantikan pond's pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi unipa.
3. Mengetahui pengaruh kualitas product terhadap keputusan pembelian product kecantikan pond's pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi unipa.
4. Mengetahui pengaruh daya tarik iklan, citra merk dan kualitas product terhadap keputusan pembelian product kecantikan pond's pada mahasiswa manajemen fakultas ekonomi unipa.

LANDASAN TEORI

Daya Tarik Iklan

Kotler&Amstrong mengartikan Iklan adalah segala upaya penyajian idepromosi, barang/jasa secara non personal oleh iklan tertentu yang membayar.

Menurut Belch dalam Aditya (2015:58) indikator daya tarik iklan meliputi

1. Daya tarik peran pendukung
2. Tema yang ditampilkan
3. Gambar yang ditampilkan

Citra Merk

Kotler dan Keller mengartikan citra merk adalah cara masyarakat menilai actual supaya citra teringat oleh *consumer*.

Indikator citra merk dalam Kotler dan Keller meliputi:

1. Persepsi konsumen terhadap pengenalan product
2. Persepsi konsumen terhadap kualitas product
3. Persepsi konsumen terhadap ukuran
4. Persepsi konsumen terhadap daya tahan
5. Persepsi konsumen terhadap desain
6. Persepsi konsumen terhadap harga
7. Persepsi konsumen terhadap lokasi

Kualitas Produk

Kotler dan Amstrong mangartikan kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning dalam suatu karakter produk/jasa yang bergantung pada kemampuan dalam kepuasan kebutuhan consumer.

Indikator kualitas produk menurut Fandy Tjiptono (2002:25) meliputi

1. Daya tahan product
2. Kinerja product
3. Keandalan product

Keputusan Pembelian

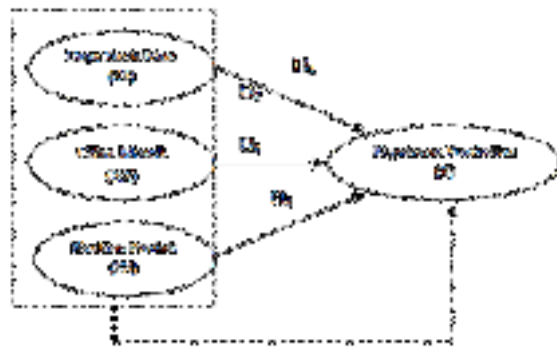
Kotler mengartikan keputusan pembelian adalah perilaku konsumen yang timbul akibat rangsangan/ hubungan dari lain pihak.

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2012:161) meliputi

1. Pemilihan merk
2. Pemilihan penyalur
3. Jumlah pembelian
4. Metode pembayaran

KERANGAKA KONSEPTUAL

Berdasarkan rumusan dan tujuan dan penelitian, maka digambarkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut :



HIPOTESIS

1. Daya tarik iklan mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian product kecantikan pond's pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI AdiBuana Surabaya
2. Citra merek pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian product kecantikan pond's pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI AdiBuana Surabaya
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian product kecantikan pond's pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
4. Daya tarik iklan, citra merk dan kualitas product berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan pond's pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Jumlah sampel sejumlah 102 responden. Dan teknik pengambilan yaitu *non-probability sampling* juga menggunakan *purposive sampling*.

Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dengan melalui kusioner, dokumentasi.

Metode Analisis Data

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dipakai dalam menguji valid pernyataan dari kusioner yang diuji dan memiliki korelasi dengan skor total variabel $r > 0,3$. Sehingga pernyataan yang diuji dikatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat ke stabilan, konsistensi atau kehandalan suatu pertanyaan apabila digunakan terhadap subjek yang sama walaupun dengan kondisi dan waktu yang berbeda tetap menunjukkan hasil yang konsisten, kusioner dikatakan reliabel jika *cronbach alpha* $> 0,3$

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam mendeteksi distribusi normal atau tidaknya suatu data penelitian. Uji normalitas dapat dilihat dengan melalui uji *kolmogorov-smirnov*. Normal atau tidaknya suatu data dapat dilihat dari data penyebaran data pada grafik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan VIF lebih besar dari 1 dan mendekati angka 10.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan melihat *scatterplots* dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplots*

Uji Autokorelasi

Untuk mendekat dapat dilakukan dengan metode Durbin Watson (DW) yaitu dengan membandingkan hasil analisis Durbin Watson (DW) dihyung dengan nilai-nilai batasan d_1 dan d_u

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen dengan variabel dependen melihat bagaimana keadaan variabel dependen jika variabel independen dimanipulasi.

Hasil Penelitian

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

1. Variabel Daya Tarik Iklan
Uji validitas Daya Tarik Iklan dari *corrected item total correlations* dinyatakan valid karena melebihi 0,3.
2. Variabel Citra Merk
Uji validitas citra merek dari *corrected item total correlations* dinyatakan valid karena melebihi 0,3.
3. Variabel Kualitas Produk
Uji validitas Kualitas Produk dari *corrected item total correlations* dinyatakan valid karena melebihi 0,3.
4. Variabel Keputusan Pembelian
Uji validitas Keputusan Pembelian dari *corrected item total correlations* dinyatakan valid karena melebihi 0,3.

Uji Reliabilitas

1. Variabel Daya Tarik Iklan
Uji reliabilitas daya tarik iklan dari *cronbach's alpha* dinyatakan reliable karena lebih dari 0,3
2. Variabel Citra Merk
Uji reliabilitas citra merek dari *cronbach's alpha* dinyatakan reliable karena lebih dari 0,3
3. Variabel Kualitas Produk
Uji reliabilitas kualitas produk dari *cronbach's alpha* dinyatakan reliable karena lebih dari 0,3
4. Variabel Keputusan Pembelian
Uji reliabilitas keputusan pembelian dari *cronbach's alpha* dinyatakan reliable karena lebih dari 0,3.

Analisis Regresi Linier Berganda

Table 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	B
1 (Constan)	32.183

Daya Tarik Iklan (X1)	.163
Citra Merek (X2)	.406
Kualitas Produk (X3)	.707

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : lampiran output SPSS uji regresi linier berganda

$$Y = 32.183 + 0,163 + 0,406 + 0,707 + e$$

1. Nilai variabel dependen keputusan pembelian (Y) dapat dilihat dari nilai konstantanya sebanyak 32.183. Jika variabel daya tarik iklan (X1), citra merek (X2) dan kualitas produk (X3) sama dengan nol. Maka nilai variabel keputusan pembelian sebanyak 32,183
2. Koefisien regresi (b1) sebanyak 0,163 memberikan arti bahwa daya tarik iklan (X1) ada peningkatan sebanyak satu persen maka keputusan pembelian (Y) dapat meningkat 0,163 dengan anggapan variabel citra merek (X2) dan kualitas produk (X3) dianggap konstan.
3. Koefisien regresi (b2) sebanyak 0,406 memberikan arti bahwa citra merek (X2) ada peningkatan sebesar satu persen maka keputusan pembelian (Y) dapat meningkat 0,406 dengan anggapan variabel kualitas produk (X3) dianggap konstan.
4. Koefisien regresi (b3) sebanyak 0,707 memberikan arti bahwa kualitas produk (X3) ada peningkatan sebesar satu persen maka keputusan pembelian (Y) dianggap konstan.

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial
Table 2. Uji Parsial

Model	T	Sig.
(Constan)	5.341	.000
Daya Tarik Iklan (X1)	1.665	.027
Citra Merek (X2)	1.983	.049
Kualitas Produk (X3)	1.711	.038

Sumber: lampiran output SPSS, uji parsial

1. Variabel daya tarik iklan (X1) sebanyak 1,665 dengan nilai sig sebanyak 0,027 ($0,027 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima yang artinya daya tarik iklan berpengaruh (+) dan sig terhadap keputusan pembelian produk pond's pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Variabel citra merek (X2) sebanyak 1,983 dengan nilai signifikan sebanyak 0,049 ($0,049 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima yang artinya daya tarik iklan berpengaruh (+) dan sig terhadap keputusan pembelian produk pond's pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Variabel kualitas produk (X3) sebanyak 1,771 dengan nilai signifikan sebanyak 0,038 ($0,038 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima yang artinya daya tarik iklan berpengaruh (+) dan sig terhadap keputusan pembelian produk pond's pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Uji Simultan

Table 3 Uji Simultan

F	Sig
---	-----

742.314

.035

Sumber lampiran output spss, uji f

Pada table diatas diketahui bahwa nilai f_i hitung sebesar 742,314 dengan nilai signifikan sebesar 0.000 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan dapat diterima yang artinya daya tarik iklan (X_1), citra merek (X_2) dan kualitas produk (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pond's pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

SIMPULAN

Pengujian hipotesis dilaksanakan dalam pengkajian ini, disimpulkan adalah :

1. Didapatkan hasil (H_1) dengan uji-t maka $t_{hitung} = 1,665$ dan taraf Sig. $0,027 < 0,05$ kesimpulannya ialah daya tarik iklan mempengaruhi keputusan pembelian jadi H_1 yang berbunyi "daya tarik iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian" diterima dan terbukti kebenarannya.
2. Didapatkan hasil (H_2) dengan uji-t maka $t_{hitung} = 1,983$ dan Sig. $0,49 < 0,05$ kesimpulannya ialah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian jadi H_2 yang berbunyi "citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian" di terima dan terbukti kebenarannya.
3. Didapatkan hasil (H_3) dengan uji-t maka $t_{hitung} = 1,711$ dan Sig. $0,38 < 0,05$ kesimpulannya ialah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian jadi H_3 yang berbunyi "kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian" di terima dan terbukti kebenarannya.

IMPLIKASI

Dalam penelitian ini disarankan kepada perusahaan untuk menstabilkan daya tarik iklan agar iklan dapat melekat di benak konsumen serta menjaga merek yang telah tercipta dan kualitas produk agar keputusan pembelian semakin meningkat serta mengetahui apabila ada kelemahan atau kendala yang dihadapi oleh perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 3 variabel bebas yakni daya tarik iklan, citra merek dan kualitas produk. Kemudian jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini hanya pada konsumen Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Kemudian diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan jumlah variabel dan pengkajian berikutnya agar memperbanyak total sampel agar dapat menilai pengaruh pada keputusan pembelian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Risky Desty Wulandari dan Donant Alanto Iskandar , 2018, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Viva Kosmetik, Jurnal Riset Manajemen Pemasaran , ISSN 2527-7502, Universitas Uniat
- Wahyu Erdalina . 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion Di Pariman , Vol.XII. No.9, Oktober 2018, ISSN 1693-2617
- Rennyta Yusiana dan Rifaatul Maulida, 2015, Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian, ISSN : 2355-0295, Universitas Telkom

Kotler & Keller, 2011, Manajemen Pemasaran , Edisi ke 14 Jakarta : indeks
Kotler, Philip & Garry Armstrong, 2012, Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1
Kotler, Philip & Garry Armstrong, 2008 Prinsip Pemasaran , Jilid 1 Jakarta : Erlangga

PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN, KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA DENGAN MOTIVASI SEBAGAI INTERVENING DI PT. TATAMULIA NUSANTARA INDAH

Muchamad Berlian Pratama¹, Untung Lasiyono², Tri Aripabowo³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Email : berlianpratama88@gmail.com¹, tri.aripabowo@unipasby.ac.id³

Koresponden : untunglasiyono@unipasby.ac.id²

Abstract

This study aims to find out which has an important role between compensation, leadership style, and work environment as well as if it passes motivation on employee performance at PT. Tatamulia archipelago is beautiful. 75 employees will be sampled and selected by simple random sampling and data taken using questionnaires and then analyzed using quantitative analysis techniques. The research shows that compensation and work environment do not influence employee motivation and performance, but leadership style and motivation provide positive and significant influence. So it's better if PT. Tatamulia Nusantara reviewed the issue of compensation and the work environment, as well as maintaining or enhancing leadership style and motivation so that it had a positive impact on employee performance.

Keyword: Compensation, Enviroment, Leadership, Motivation, Performance

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manakah yang memiliki peran penting antara kompensasi, gaya kepemimpinan, dan lingkungan kerja serta maupun jika melewati motivasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Tatamulia nusantara indah. 75 karyawan akan dijadikan sebagai sample dan dipilih secara simple random sampling dan data diambil menggunakan kuesionair kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis kuantitatif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kompensasi dan lingkungan kerja tidak memberikan pengaruh terhadap motivasi dan kinerja karyawan, akan tetapi gaya kepemimpinan dan motivasi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan. Jadi sebaiknya PT. Tatamulia nusantara indah meninjau ulang permasalahan kompensasi dan lingkungan kerja, serta mempertahankan ataupun meningkatkan kembali gaya kepemimpinan dan motivasi agar berdampak positif terhadap kinerja karyawan.

Kata kunci: Kompensasi, Lingkungan, Kepemimpinan, Motivasi, Kinerja

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, sumber daya manusia yang berkualitas sangat diperlukan oleh perusahaan. Sumber daya manusia adalah merupakan salah satu factor terpenting dalam menunjang keberhasilan perusahaan hal ini dikarenakan manusia hampir mengerjakan seluruh operasional perusahaan .

Baik buruknya perusahaan tidak terlepas dari kinerja karyawan yang berkerja pada perusahaan tersebut. Kinerja karyawan dipengaruhi beberapa factor antara lain kompensasi, lingkungan kerja, gaya kepemimpinan, motivasi kerja, semangat kerja dan lain sebagainya. Penurunan kinerja karyawan sering terjadi karena ketidaknyamanan pada saat bekerja, upah yang rendah,

kemampuan ataupun keahlian yang kurang mendukung penurunan motivasi kerja karyawan. Dampak yang baik akan diperoleh dari motivasi yang tinggi.

Berhasil atau tidaknya perusahaan dalam pencapaian tujuan tergantung pada bagaimana pemimpin dalam memimpin karyawannya. kemampuan harus dimiliki oleh pemimpin untuk mempengaruhi karyawan agar dapat menjalankan tugasnya dengan tulus dan bahagia.

Selain gaya kepemimpinan, lingkungan kerja juga memiliki pengaruh dalam pengembangan karyawan/pegawai. Lingkungan kerja bisa dibilang sebagai komponen terpenting untuk karyawan dalam menjalankan tugasnya.

Factor terakhir dan bisa mempengaruhi kinerja karyawan yakni kompensasi. Kompensasi adalah factor yang bisa dikatakan paling penting dan mendapat perhatian pada berbagai perusahaan dalam mempertahankan serta menarik sumber daya manusia yang berkualitas.

Untuk memenuhi keinginan dari stake holder maka perusahaan terus berusaha untuk memperbaiki serta meningkatkan kinerja karyawan. Karena apabila kinerja karyawan tinggi maka perusahaan dapat terus bertahan pada persaingan global saat ini. kinerja karyawan dapat dipengaruhi banyak hal.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti ingin mengetahui manakah factor yang memiliki peran yang paling penting dalam peningkatan kinerja karyawan diantara kompensasi, lingkungan, dan kepemimpinan. Manakah dari hal diatas yang memiliki peran penting pada peningkatan karyawan di PT Tatamulia Nusantara Indah, “pengaruh kompensasi, lingkungan kerja, dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan dengan motivasi sebagai variabel intervening” adalah judul penelitian yang ditulis oleh peneliti.

2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah untuk penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Apakah kompensasi memberikan pengaruh secara langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah ?
2. Apakah kompensasi memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah ?
3. Apakah lingkungan kerja memberikan pengaruh secara langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah ?
4. Apakah lingkungan kerja memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah ?
5. Apakah gaya kepemimpinan memberikan pengaruh secara langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah ?
6. Apakah gaya kepemimpinan memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah ?
7. Apakah motivasi memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah ?

3. Tinjauan Pustaka dan Hipotesis

Manajemen SDM bisa diartikan sebagai kebijakan dan praktik yang diperlukan oleh seseorang untuk menjalankan aspek orang ataupun perekrutan, penilaian, pelatihan pengimbalan serta penyaringan (Edy Sutrisno, 2016:5).

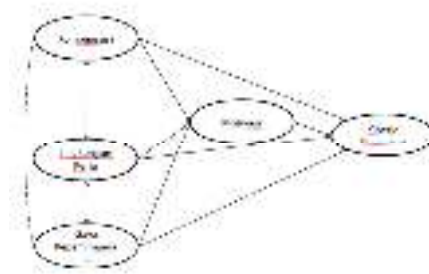
Kompensasi merupakan prestasi yang diterima kepada tenaga kerja terhadap penggunaan barang maupun jasa (Wibowo, 2014:289).

Lingkungan kerja adalah semua alat dan bahan yang ada disekitar lingkungan, metode dan pengaturan kerja seseorang baik perorangan maupun kelompok (Sedarmayanti, 2011:351).

Gaya kepemimpinan merupakan penyebab seseorang melakukan suatu kegiatan maupun perbuatan secara sadar (Nawawi, 2011:351).

Kinerja adalah hasil yang diperoleh karyawan setelah melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab baik secara kualitas dan kuantitas (Anwar Prabu, 2016:67)

4. Kerangka Konseptual



Gambar 1. Conceptual Planning

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh antara lingkungan kerja, kompensasi serta gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan dengan menambahkan motivasi sebagai variabel intervening. Variabel independen 1 adalah kompensasi (X1), variabel independen 2 adalah lingkungan kerja (X2), variabel independen 3 adalah gaya kepemimpinan (X3), variabel dependen 1 adalah motivasi (Y1), variabel dependen 2 adalah kinerja (Y2).

5. Hipotesis

Hipotesis penelitian

Tabel 1. Hipotesis Penelitian

No Hipotesis	Hipotesis
H1	Diduga Kompensasi mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah
H2	Diduga Kompensasi mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah
H3	Diduga Lingkungan Kerja mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah
H4	Diduga Lingkungan Kerja mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah
H5	Diduga Gaya Kepemimpinan mempunyai pengaruh secara langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah

H6	Diduga Gaya Kepemimpinan mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah
H7	Diduga Motivasi mempunyai pengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. Tatamulia Nusantara Indah

6. Cara penelitian

Population, sample, dan sampling technique

Population Yakni adalah suatu wilayah yang terdirikan berdasar pada subjek ataupun objek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari dan ditarik kesimpulan. (Sugiyono, Agung, 2012:32).

Sample Merupakan bagian dari populasi yang diambil dengan teknik dan karakteristik tertentu, jelas serta lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi (Agung, 2012:33)

Teknik pengambilan sampel Simple random merupakan teknik yang digunakan pada penelitian ini, yakni memberikan kuesionair kepada karyawan yang ditemui secara acak

7. Jenis Data

data yang dipergunakan merupakan data kuantitatif yakni sebuah data yang dapat diukur serta dihitung secara langsung sebagai angka.

8. Teknik Analisis Data

Data yang sebelumnya telah didapat disajikan ke dalam bentuk informasi akan diproses atau diolah terlebih dahulu menggunakan aplikasi SPSS 25. Berikut analisis yang akan digunakan :

Pengujian instrument pada penelitian

1. Validitas test
yakni uji agar mengetahui data yang digunakan apakah bisa diterima atau tidak.
2. Reliabilitas test
Merupakan uji yang digunakan untuk membuktikan data yang digunakan dapat dipercaya.
3. Uji asumsi klasik
 - a. Multikolinearitas test
adalah uji yang digunakan untuk mengetahui 2 variabel apakah memiliki hubungan atau tidak.
 - b. Uji heterokedastisitas
Yakni uji agar mengetahui varian pada data apakah bersifat tidak sama.
 - c. Normality test
Adalah uji agar mengetahui tingkat kenormalan data.
4. Analisis Lajur

Analisis jalur merupakan analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh suatu variabel intervening.

9. HASIL

Uji Validitas

Data yang diteliti dapat diterima apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2272).

1. Variabel Kompensasi

No item	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0.464	0.2272	Valid
2	0.593	0.2272	Valid
3	0.414	0.2272	Valid
4	0.167	0.2272	Tidak Valid
5	0.533	0.2272	Valid
6	0.563	0.2272	Valid
7	0.734	0.2272	Valid
8	0.587	0.2272	Valid

Gambar 2. Hasil uji variabel kompensasi

No item	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0.488	0.2272	Valid
2	0.548	0.2272	Valid
3	0.445	0.2272	Valid
4	0.518	0.2272	Valid
5	0.618	0.2272	Valid
6	0.770	0.2272	Valid
7	0.617	0.2272	Valid

Gambar 3. Retest result of kompensasi

Pada hasil perhitungan diatas terlihat ada 1 pernyataan yang tidak valid, sehingga data tersebut dihapus dan dilaksanakan uji ulang.

Pada hasil uji ulang semua pernyataan dibilang diterima.

2. Variabel Lingkungan Kerja

No item	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0.536	0.2272	Valid
2	0.596	0.2272	Valid
3	0.736	0.2272	Valid
4	0.420	0.2272	Valid
5	0.552	0.2272	Valid
6	-0.017	0.2272	Tidak Valid
7	0.590	0.2272	Valid
8	0.463	0.2272	Valid

Gambar 4. Result test of lingkungan

No item	r_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0.782	0.2272	Valid
2	0.667	0.2272	Valid
3	0.784	0.2272	Valid
4	0.368	0.2272	Valid
5	0.555	0.2272	Valid
6	0.579	0.2272	Valid
7	0.516	0.2272	Valid

Gambar 5. Retest result of lingkungan kerja

Pada perolehan perhitungan diatas terlihat ada 1 pernyataan yang tidak valid, sehingga data tersebut dihapus dan dilakukan pengujian ulang.

Pada hasil uji ulang semua pernyataan dinyatakan valid.

3. Variabel Gaya Kepemimpinan

No item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0.651	0.2272	Valid
2	0.763	0.2272	Valid
3	0.670	0.2272	Valid
4	0.513	0.2272	Valid
5	0.767	0.2272	Valid
6	0.701	0.2272	Valid
7	0.808	0.2272	Valid
8	0.767	0.2272	Valid

Gambar 6. Test result of gaya kepemimpinan

Pada perolehan perhitungan diatas semua pernyataan dinyatakan valid.

4. Variabel Motivasi

No item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0.757	0.2272	Valid
2	0.758	0.2272	Valid
3	0.505	0.2272	Valid
4	0.779	0.2272	Valid
5	0.794	0.2272	Valid
6	0.713	0.2272	Valid
7	0.468	0.2272	Valid
8	0.757	0.2272	Valid

Gambar 7. Motivasi test result

Pada perolehan perhitungan diatas semua pernyataan dinyatakan valid.

5. Variabel Kinerja

No item	rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0.181	0.2272	Tidak Valid
2	0.559	0.2272	Valid
3	0.796	0.2272	Valid
4	0.773	0.2272	Valid
5	0.907	0.2272	Valid
6	0.712	0.2272	Valid
7	0.828	0.2272	Valid
8	0.841	0.2272	Valid

Gambar 8. Test result of kinerja karyawan

No item	rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0.584	0.2272	Valid
2	0.832	0.2272	Valid
3	0.808	0.2272	Valid
4	0.893	0.2272	Valid
5	0.685	0.2272	Valid
6	0.849	0.2272	Valid
7	0.818	0.2272	Valid

Gambar 9 Retest result of kinerja karyawan

Pada hasil perhitungan diatas terlihat ada 1 pernyataan yang tidak valid, sehingga data tersebut dihapus dan dilakukan pengujian ulang.

Pada hasil uji ulang semua pernyataan dinyatakan valid.

9.1 Reliabilitas test

Instrument yang bagus tidak bersifat mengarahkan suatu jawaban pada responden. Instrumen yang bisa dipercaya, serta reliabel akan memberikan data yang dapat dipercaya.

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach's Alpha yang disarankan	Keterangan
1	Kompensasi	0,849	0,60	Reliabel
2	Langkungan Kerja	0,753	0,60	Reliabel
3	Gaya Kepemimpinan	0,851	0,60	Reliabel
4	Motivasi	0,548	0,60	Reliabel
5	Kinerja Karyawan	0,597	0,60	Reliabel

gambar 10. Reliabilitas test result

Pada uji diatas bisa dilihat jika hasil memiliki hasil melebihi standar minimal yakni 0,60. Jadi variabel diatas dapat digunakan.

9.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Multikoleritas

Variabel Motivasi



Model	1	2	3	4	5
Compensation	1.00				
Work Environment	0.00	1.00			
Leadership Style	0.00	0.00	1.00		
Motivation	0.00	0.00	0.00	1.00	
Employee Performance	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00

Gambar 11. Test result of multikolinearitas motivasi



Model	1	2	3	4	5
Compensation	1.00				
Work Environment	0.00	1.00			
Leadership Style	0.00	0.00	1.00		
Motivation	0.00	0.00	0.00	1.00	
Employee Performance	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00

Gambar 12. kinerja multikolinearitas test result

Variabel Kinerja Karyawan

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui VIF kurang dari 10 dan toleransi melebihi 10%. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikoleritas antar variabel.

9.3 Heterokedastisitas test

Merupakan uji yang memiliki fungsi apakah data memiliki varian berbeda atau sama, jika memiliki varian yang sama maka dinyatakan sebagai homokedastisitas, dan apabila varians tidak sama maka dikatakan terjadi heterokedastisitas.

Variabel Motivasi

Model	Coefficients ^a		T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1. (Constant)	2.260E-17		.000	1.000
Kompetensi	.000	.110	.000	1.000
Kepercayaan	.000	.106	.000	1.000
Kerja				
Gaya	.000	.088	.000	1.000
Kepuasan				

a. Dependent Variable: abn_mot

Gambar 13. heterokedastisitas test result of motivasi

Model	Coefficients ^a		T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1. (Constant)	9.888E-16		.000	1.000
Kompetensi	.000	.108	.000	1.000
Kepercayaan	.000	.098	.000	1.000
Kerja				
Gaya	.000	.103	.000	1.000
Kepuasan				
Motivasi	.000	.110	.000	1.000

a. Dependent Variable: abn_ker

Gambar 14. heterokedastisitas test result of kinerja

Variabel Kinerja

Dari hasil uji diatas diketahui bahwa model tidak mengandung heterokedastisitas karena probabilitas diatas 5%.

10.Uji Normalitas

Variabel Motivasi

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	.251017354
	Deviation	
Most Extreme	Absolute	.195
Distance	Positive	.190
	Negative	-.195
Test Statistic		.195
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 15. Motivasi normality test result

Variabel Kinerja

Dari perolehan hasil diatas bisa diketahui jika data tersebut distribusinya abnormal dikarenakan probabilitas kurang dari 5%.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	.251017354
	Deviation	
Most Extreme	Absolute	.109
Distance	Positive	.170
	Negative	-.109
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 16. kinerja karyawan normality test result

Analisis Lajur

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.641	.626	2.55266

a. Predictors: (Constant), Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja, Kompensasi

Gambar 17. Hasil Rsquare motivasi

Berdasarkan gambar diatas diketahui R^2 adalah 0.626. nilai ini akan dipergunakan pada penghitungan e1. e1 merupakan variabel motivasi yang tidak dijelaskan oleh kompensasi, lingkungan kerja, dan gaya kepemimpinan.
 $e1 = \sqrt{(1-R^2)} = \sqrt{(1-0.626)} = 0.612$

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	14.112	2.628		5.371
	Kompensasi	-.158	.117	-.168	-1.742
	Lingkungan Kerja	-.001	.105	-.001	-.007
	Gaya Kepemimpinan	.734	.088	.855	10.754

a. Dependent Variable: Motivasi

Gambar 18. Hasil uji motivasi

berdasarkan gambar diatas, maka dapat diketahui persamaan regresi :

$$Y1 = b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

$$Y1 = -0,158X1 + -0,001X2 + 0,855 + 0,612 \dots\dots\dots(1)$$

Persamaan tersebut menunjukkan jika :

1. Setiap peningkatan kompensasi, tidak akan diikuti dengan peningkatan motivasi
2. Setiap peningkatan lingkungan kerja, tidak akan diikuti dengan peningkatan motivasi
3. Setiap peningkatan gaya kepemimpinan, maka akan di ikuti dengan peningkatan motivasi sebesar 0,855

Dapat diketahui pada persamaan 1 apabila kompensasi dan lingkungan kerja meningkat maka motivasi tidak akan mengalami peningkatan, akan tetapi apabila gaya kepemimpinan meningkat maka motivasi akan mengalami peningkatan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	.745	.731	2.26502

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Kompensasi, Lingkungan Kerja, Gaya Kepemimpinan

Gambar 19. Hasil Rsquare Kinerja Karyawan

Berdasarkan gambar diatas diketahui R^2 adalah 0.745. nilai ini akan dipergunakan pada penghitungan e2. e2 merupakan variabel kinerja karyawan

yang tidak dijelaskan oleh kompensasi, lingkungan kerja, gaya kepemimpinan, dan motivasi. $e^2 = \sqrt{(1-R^2)} = \sqrt{(1-0.745)} = 0.505$

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	-1.866	2.806	-.666	.512
	Kompensasi	.062	.105	.647	.515
	Lingkungan Kerja	.048	.090	.540	.592
	Gaya Kepemimpinan	.380	.103	3.684	.000
	Motivasi	.509	.110	4.621	.000

Gambar 20. Hasil Uji Kinerja Karyawan

berdasarkan gambar diatas, maka dapat diketahui persamaan regresi :

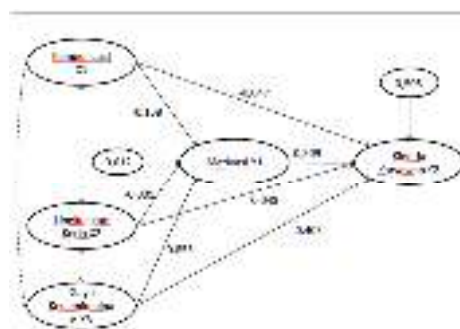
$$Y_2 = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4Y_1 + e$$

$$Y_2 = -0,047X_1 + 0,048X_2 + 0,403X_3 + 0,509Y_1 + 0,505 \dots \dots \dots (2)$$

Persamaan tersebut menunjukkan jika :

1. Setiap adanya kenaikan kompensasi maka tidak akan di ikuti dengan kenaikan kinerja
2. Setiap adanya lingkungan kerja yang mengalami kenaikan maka kinerja akan meningkat sebesar 0,048
3. Setiap adanya gaya kepemimpinan yang mengalami kenaikan maka kinerja akan mengalami kenaikan sebesar 0,403
4. Setiap motivasi mengalami peningkatan akan di ikuti dengan kenaikan kinerja sebesar 0,509

Berikut merupakan model jalur penelitian ini :



Gambar 21. Intervening test result

Pengujian Hipotesis

Berikut merupakan penjelasan langsung dan tidak langsung hasil analisis jalur pada penelitian ini.

Pengaruh Langsung

1. Pengaruh kompensasi kepada kinerja karyawan

Kompensasi terhadap kinerja secara langsung memiliki nilai koefisien jalur sebesar -0,047 dan nilai signifikansi $0,551 > 0,05$ yang berarti kompensasi tidak memiliki pengaruh secara langsung kepada kinerja karyawan.

2. Pengaruh kompensasi kepada motivasi

Kompensasi terhadap motivasi secara langsung memiliki nilai koefisien jalur sebesar -0,158 dan nilai signifikasnsi $0,086 > 0,05$ yang berarti kompensasi tidak memiliki pengaruh secara langsung kepada motivasi

3. Pengaruh lingkungan kerja kepada kinerja karyawan

Lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan secara langsung memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,048 dan nilai signifikansi $0,523 > 0,05$ yang berarti secara langsung lingkungan kerja tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawan.

4. Pengaruh lingkungan kerja kepada motivasi

Nilai koefisien jalur secara langsung lingkungan kerja terhadap motivasi sebesar -0,001 dan nilai signifikansi $0,995 > 0,05$ yang berarti lingkungan kerja tidak berpengaruh secara langsung terhadap motivasi.

5. Pengaruh gaya kepemimpinan kepada kinerja karyawan

Nilai koefisien secara langsung yang didapat oleh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan yakni sebesar 0,403 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti gaya kepemimpinan memiliki pengaruh secara langsung kepada kinerja karyawan.

6. Pengaruh gaya kepemimpinan kepada motivasi

Nilai koefisien secara langsung yang didapat oleh gaya kepemimpinan terhadap motivasi yakni 0,855 dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti gaya kepemimpinan berpengaruh secara langsung kepada motivasi.

7. Pengaruh motivasi kepada kinerja karyawan

Nilai koefisien motivasi kepada kinerja secara langsung adalah 0,509 dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti secara langsung motivasi mempengaruhi kinerja karyawan.

Pengaruh Tidak langsung

1. Kompensasi ke kinerja karyawan melalui motivasi

Hasil total pengaruh secara tidak langsung dapat diperoleh dari nilai koefisien jalur $-0,158 \times 0,509 = -0,08$. didapatkan hasil bahwa nilai koefisien secara tidak langsung lebih kecil dibandingkan secara langsung $-0,08 < -0,047$. maka dapat dikatakan kompensasi dapat melalui motivasi dalam memberikan pengaruh kinerja karyawan tetapi nilai koefisien secara langsung kepada kinerja karyawan lebih besar.

2. Lingkungan kerja ke kinerja karyawan melalui motivasi

Hasil total pengaruh tidak langsung dapat diperoleh dari nilai koefisien jalur $-0,001 \times 0,509 = -0,001$. didapatkan hasil bahwa nilai koefisien secara tidak langsung lebih kecil dibandingkan secara langsung $-0,001 < 0,048$. maka dapat dikatakan jika lingkungan kerja bias melalui motivasi dalam memberikan pengaruh kepada kinerja tetapi nilai koefisien secara langsung kepada kinerja karyawan lebih besar.

3. Gaya kepemimpinan ke kinerja karyawan melalui motivasi

Hasil total pengaruh secara tidak langsung dapat diperoleh dari nilai koefisien jalur $0,855 \times 0,509 = 0,435$. hal ini menunjukkan bahwa nilai koefisien secara tidak langsung lebih besar dari pada secara langsung $0,435 > 0,403$. maka dapat dikatakan bahwa gaya kepemimpinan dapat melalui motivasi dalam memberikan pengaruh dan juga memiliki nilai koefisien lebih besar daripada secara langsung kepada kinerja karyawan.

Total Pengaruh

1. Variabel kompensasi kepada kinerja melalui motivasi

Jumlah pengaruh yang didapat dari kompensasi terhadap kinerja karyawan yakni $(-0,047 + -0,08) = -0,127$

2. Variabel lingkungan kerja kepada kinerja melalui motivasi

Jumlah pengaruh yang didapatkan dari lingkungan kerja kepada kinerja karyawan yakni $(0,048 + -0,001) = 0,047$

3. Variabel gaya kepemimpinan kepada kinerja melalui motivasi

Jumlah pengaruh yang ditimbulkan dari gaya kepemimpinan kepada kinerja karyawan yakni $(0,403 + 0,435) = 0,838$

k. Pengaruh variabel residual terhadap motivasi

$e_1 = 0,612$

l. Pengaruh variabel residual terhadap kinerja karyawan

$e_2 = 0,505$

10. KESIMPULAN

Berdasar hasil penelitian diatas tentang pengaruh kompensasi, lingkungan kerja, dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan dengan motivasi sebagai intervening pada PT Tatamulia Nusantara Indah kesimpulan yang didapatkan yakni : kompensasi serta lingkungan tidak berpengaruh terhadap motivasi serta kinerja karyawan, akan tetapi kepemimpinan memiliki pengaruh terhadap motivasi serta kinerja karyawan begitu pula dengan motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

IMPLIKASI

Hasil dari penelitian diatas diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pada koreksi perbaikan system pada PT Tatamulia Nusantara Indah sehingga dapat berkembang lebih baik.

KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan pada sampel dikarenakan sampel yang digunakan adalah karyawan pada PT Tatamulia Nusantara indah sehingga tidak dapat digunakan pada perusahaan lain.

DAFTAR RUJUKAN

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
Agung, Anak Agung Putu 2012 Metodologi Penelitian Bisnis. Malang. Universitas Brawijaya Press(UB Press).

- Aryono, Isnan Arief. 2017, Pengaruh Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Kai Daop 6 Yogyakarta Dengan Variabel Motivasi Sebagai Intervening, Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- Hasibuan, Malayu S.P. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kasmir. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori Dan Praktik). Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Miftah, Thoha. 2013. Perilaku Organisasi Konsep dan Aplikasinya. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Nawawi, Haidar. 2011. Manajemen Sumberdaya Manusia Untuk Bisnis yang Kompetitif. Yogyakarta. Gajah Mada University Press.
- Prasetyo, Sigit, 2014, Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta
- Pratiwi, Suwesty Yulia, 2011, Pengaruh Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening, Skripsi, Universitas Negeri Semarang
- Sedarmayanti. 2014. Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Jakarta. Mandar Maju.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung. Alfabeta.
- Suwarto, H & Donni Juni Priansa. 2011. Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis. Bandung. Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. Kencana.
- Wibowo. 2017. Manajemen Kinerja edisi kelima. Depok. PT Raja Grafindo Persada.

<http://tatamulia.co.id>

PENGARUH *FREE CASH FLOW*, STRUKTUR ASET DAN LIKUIDITAS TERHADAP KEBIJAKAN HUTANG PADA PERUSAHAAN PROPERTI DAN *REAL ESTATE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2017-2019

Rahmania Karomatul Adha¹, Sugijanto²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
Email rahmaniaka@gmail.com¹
Koresponden sugijanto@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

Debt becomes an important role for companies in obtaining capital loans for the sustainability of the company. The factors that are considered in taking debt policies are FCF, asset structure and liquidity. Property and real estate companies on the IDX in 2017-2019 were made into the population. Samples were taken from 42 companies using purposive sampling technique to determine the sample. Data were analyzed with multiple linear regression

The result of this research shows that FCF variable has sig value. of 0.012 and liquidity has a value of sig. of 0.000 so that the FCF and liquidity variables have a partial effect on debt policy. While the asset structure variable has a significance value of 0.746 so that the asset structure variable does not experience any influence on debt policy. FCF variables, asset structure and liquidity have a joint effect on debt policy.

Keywords: *free cash flow, asset structure, liquidity, debt policy*

ABSTRAK

Hutang menjadi peran yang penting bagi perusahaan dalam memperoleh pinjaman modal untuk keberlangsungan perusahaan Adapun faktor yang diperhatikan dalam mengambil kebijakan hutang yaitu FCF, struktur aset dan likuiditas. Perusahaan properti dan *real estate* di BEI tahun 2017-2019 dijadikan populasi. Diambil sampel 42 perusahaan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan sampel. Data di analisis dengan regresi linier berganda

Hasil penelitian diketahui bahwa variabel *FCF* memiliki nilai sig. sebesar 0,012 dan likuiditas memiliki nilai sig. sebesar 0,000 sehingga variabel *FCF* dan likuiditas berpengaruh parsial terhadap kebijakan hutang. Sementara variabel struktur aset memiliki nilai signifikansi sebesar 0,746 sehingga variabel struktur aset tidak mengalami pengaruh terhadap kebijakan hutang. Variabel *FCF*, struktur aset dan likuiditas berpengaruh secara bersama terhadap kebijakan hutang.

Kata kunci : *free cash flow, struktur aset, likuiditas, kebijakan hutang*

1. PENDAHULUAN

Perusahaan dibidang properti dan real estate sangat pesat melonjak naik khususnya di Indonesia. Dalam BEI banyak perusahaan dibidang tersebut terdaftar sehingga memicu persaingan antar perusahaan sejenis. Semakin banyak meraih keuntungan, perusahaan akan semakin maju dan mampu bersaing. Dengan keuntungan tersebut perusahaan akan menggunakannya sebagai nilai tambahan dana untuk membayar hutang dan mengurangi pinjaman dana dari pihak luar. Pendanaan sendiri dalam sebuah perusahaan menjadi hal vital yang mempunyai pengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan. Dana tersebut bisa dari pihak eksternal. Perusahaan lebih memilih hutang daripada menerbitkan saham baru. Namun perusahaan harus

memikirkan dalam mengambil dana dari luar. Biasanya faktor yang harus dipertimbangkan perusahaan dalam mengambil kebijakan hutang yaitu FCF atau *free cash flow*.

FCF sendiri sebagai salah satu keadaan paling penting dalam mengambil kebijakan hutang. FCF yang semakin tinggi maka perusahaan dapat membayar hutang. Sehingga perusahaan akan terhindar dari kerugian atau kebangkrutan jika memiliki FCF yang tinggi. Hal ini dikarenakan manajer akan dapat melunasi hutang dengan FCF yang tinggi tersebut dan dapat mengurangi tingkat pengambilan hutang dari luar. Selain itu struktur aset juga menjadi faktor dalam pengambilan kebijakan hutang.

Aset tetap biasanya digunakan sebagai jaminan dalam memperoleh dana luar. Dengan aset tetap perusahaan akan mudah dalam memperoleh pinjaman hutang. Akan tetapi struktur aset juga tidak menjadi syarat untuk memperoleh hutang. Apabila aset tetap dan struktur aset perusahaan sangat rendah. Likuiditas juga menjadi faktor selanjutnya dalam menentukan hutang.

Likuiditas menjadi faktor perusahaan dalam melunasi hutang jangka pendeknya. Perusahaan yang punya nilai likuiditas yang tinggi, perusahaan tersebut kondisinya sangat baik. Selain itu dengan likuid yang tinggi perusahaan tidak perlu hutang terlalu banyak ke pihak luar. Hal ini dikarenakan perusahaan tersebut sudah mampu membiayai segala aktifitas dan investasi dengan aset lancarnya sendiri.

Tujuannya ialah: (1) Memperlihatkan pengaruh *FCF* terhadap DAR; (2) Memperlihatkan pengaruh struktur aset terhadap DAR; (3) Memperlihatkan pengaruh likuiditas terhadap DAR; (4) Memperlihatkan secara bersama pengaruh *FCF*, struktur aset dan likuiditas terhadap DAR.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Agency Theory

Agency theory mengatur hubungan antara para pemegang saham sebagai *principal* dengan para manajer sebagai *agent*. *Agency theory* menyatakan bahwa sebagai agen dari pemegang saham, manajer tidak sering berperan demi kepentingan pemegang saham.

2.2 Pecking Order Theory

Pecking order theory memutuskan urutan dalam kebijakan pendanaan dimana para manajer akan memutuskan untuk menggunakan laba ditahan, utang, dan penerbitan saham sebagai akhir pilihan (Affandi, 2019).

2.3 Trade Off Theory

Trade off theory ialah berapa banyak hutang dan aset perusahaan sehingga akan terjadi keseimbangan antara biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diperoleh atas penggunaan hutang

2.4 Free Cash Flow

Penyajian arus kas yang dibayarkan ke investor sesudah perusahaan menanam aset tetap serta modal kerja sesuai kebutuhan agar operasi perusahaan terjaga (Purnamasari, 2018). Perhitungan dari (Suartawan, 2017) yaitu:

$$FCFit = \frac{AKOit - PMit - NWCit}{Total Asset}$$

2.5 Struktur Aset

Aset tetap dan total asset dibandingkan dinamakan struktur aset (Rifai, 2015). Berikut rumus menentukan struktur aset dari Astutik (2019):

$$AST = \frac{Aset Tetap}{Total Aset}$$

2.6 Likuiditas

Kemampuan suatu perusahaan keluar dari hutang yang sudah lewat batas atau kata lain mampu membayar hutang yang sudah jatuh tempo (Sinaga 2017). Dalam mengukur kinerja atau performa perusahaan dalam melunasi hutang jangka pendek yang lewat batas dengan total asset yang ada disebut rasio lancar. Rasio tersebut bisa diukur dengan rumus dari Hery (2010):

$$Current Ratio = \frac{Aset Lancar}{Kewajiban Lancar}$$

2.7 Kebijakan Hutang

Kebijakan atau keputusan perusahaan dalam memperoleh modal yang digunakan untuk pembiayaan atau keperluan perusahaan. Pembiayaan ini diperoleh dari pihak luar (Sapitri, 2018) mengartikan *debt ratio* menjadi alat ukur untuk mengetahui besar kecil aktiva perusahaan yang dibiayai hutang. Rasio tersebut diukur dengan rumus:

$$Debt to Asset Ratio (DAR) = \frac{Total Debt}{Total Asset}$$

3. Hipotesis

H₁: Adanya suatu pengaruh variabel (X₁) dengan variabel (Y) pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI 2017-2019.

H₂: Variabel (X₂) terdapat pengaruh dengan variabel (Y) pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI 2017-2019.

H₃: Terdapat pengaruh antara Variabel (X₃) dan variabel (Y) pada perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI 2017-2019.

H₄: Variabel X₁, X₂, dan X₃ secara bersama berpengaruh dengan variabel Y

4. METODE PENELITIAN

Merupakan penelitian kuantitatif. Rancangan penelitian menggunakan pendekatan asosiatif kausal dengan tujuan untuk melihat pengaruh hubungan antara variabel X terhadap variabel Y. Jenis data yang diambil ialah data sekunder yaitu laporan keuangan tahunan periode 2017-2019 yang terdapat dalam situs resmi BEI. Metode dokumentasi digunakan dalam pengumpulan data.

5. Populasi dan Sampel

Perusahaan properti dan *real estate* di BEI 2017-2019 dijadikan sebagai populasi kemudian diambil sampel 42 perusahaan dengan teknik *purposive sampling*. Kemudian teknik analisis dengan analisis regresi linier berganda.

6. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1 Normality Test

Akan dipaparkan hasil hitung normalitas:

Tabel 1. Normality Test

(Hasil Hitung)	(Kriteria)
.200.	Sig.>.05

Hasil nilai sig. hitung .200>.05 menandakan variabel berdistribusi normal. Maka dari itu bisa dilanjut kepengujian selanjutnya.

6.2 Multicollinearity Test

Selanjutnya akan disajikan hasil *multicollinearity test*:

Tabel 2. Multicollinearity Test

(Variable)	(nilai_VIF)
X.1	1.648
X.2	1.031
X.3	1.650

Dari hasil hitung nilai VIF dilihat bahwa semua variabel tidak terjadi masalah multikolinieritas. Hal ini dikarenakan memiliki nilai_VIF<10.

6.3 Heteroskedastisity Test

Berikut akan disajikan hasil heteroskedastisity test:

Tabel 3. Heteroskedastisity Test

(V)	Sig
(X1)	.394
(X2)	.139
(X3)	.604

Semua variabel dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan tiap variabel memiliki nilai sig.>.05.

6.4 Autocorrelation Test

Berikut hasil autocorrelation test:

Tabel 4. Autocorrelation Test

(Nilai d)
1.863

Dengan persamaan $DU < D < 4 - DU$, maka hasil nilai uji autokorelasi yaitu $1.76 < 1.863 < 2.24$ artinya tidak terjadi autokorelasi.

6.5 Regresi Linier Berganda

Berikut akan diperlihatkan tabel hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 5. Analisis Regresi Linier Berganda

(Variabel)	(Hasil Analisis)
(konstan)	.391
(FCF)	-.195
(AST)	.041
(CR)	-.017

Dari hitung analisis diatas ditulis persamaan berikut:

$$DAR = 0.391 - 0.195 FCF + 0.041 SA - 0.017 CR + e$$

- Nilai konstanta sebesar 0,389, hal ini menunjukkan apabila variabel *FCF*, struktur aset dan likuiditas dianggap konstan (0), maka *FCF*, struktur aset dan likuiditas adalah 0,391.
- Koefisien regresi variabel *FCF* sebesar -0,195; variabel struktur aset sebesar 0,041 dan variabel likuiditas sebesar -0,017.

(Uji t)

Hasil uji t akan disajikan berikut ini:

Tabel 6.(Uji T)

(Variabel)	(Sig)
(X ₁)	.012
(X ₂)	.746
(X ₃)	.000

Dari perhitungan diatas diketahui jika:

- Variabel (X₁) dengan nilai sig .012. Sehingga (.012<.05) artinya adanya pengaruh variabel X₁ dengan variabel Y.
- Variabel (X₂) dengan nilai sig .746. Sehingga (.746>.05) artinya variabel X₂ tidak memiliki pengaruh pada variabel Y.
- Variabel (X₃) dengan nilai sig .000. Sehingga (.000 < .05) artinya variabel X₃ mempengaruhi variabel Y.

(Uji F)

Akan disajikan hasil uji F dibawah ini:

Tabel 7.Uji F

(Variabel)	(Sig.)
(Regression)	.000

Uji f diatas memperlihatkan jika nilai hitung sig.000<.05. Maka dikatakan ketiga variabel X berpengaruh simultan dengan variabel Y.

Koefisien Determinasi (R²)

Akan disajikan hasil uji Koefisien Determinasi dibawah ini:

Tabel 7. Uji R²

(Variabel)	(Sig.)
(Regression)	.158

Uji koefisien diatas memperlihatkan jika nilai .0158 yang artinya 15,8% dipengaruhi oleh ketiga variabel bebas sedangkan sisanya 84,2% dipengaruhi variabel lain.

7. PEMBAHASAN

1. Adanya pengaruh variabel FCF dengan variabel DAR

FCF sendiri diartikan sebagai banyaknya arus kas yang dimiliki investor sesudah perusahaan memenuhi kebutuhan investasi dan operasi. FCF yang lewat batas atau berlebihan dapat dikendalikan penggunaannya jika adanya hutang. Dengan ini akan memacu manajemen untuk lebih efisien dalam bekerja agar bisa mencegah gagalnya keuangan dan mengurangi biaya agensi. Dalam hal ini maka semakin tinggi FCF maka hutang perusahaan semakin rendah.

2. Tidak adanya pengaruh antara variabel struktur asset dengan variabel DAR

Dengan ini struktur asset tidak menjadi pertimbangan dalam memperoleh hutang. Maka dari itu asset tetap juga tidak bisa digunakan dalam jaminan agar mendapatkan dana dari luar perusahaan. Asset tetap juga tidak menjadi ukuran untuk menentukan tingkat hutang perusahaan.

3. Variabel likuiditas mempunyai pengaruh dengan variabel DAR

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tingkat likuid yang tinggi sehingga mampu segera membayar hutangnya. Maka dari itu semakin tinggi likuiditas perusahaan, semakin turun penggunaan hutang. Dengan likuiditas perusahaan memiliki sumber pembiayaan tanpa membutuhkan sumber dana dari luar.

4. FCF, Struktur Asset dan Likuiditas secara bersama memiliki pengaruh dengan variabel DAR

Hal ini membuktikan bahwa FCF, struktur asset dan likuiditas yang makin tinggi akan makin rendah dana dari luar yang dipinjam.

9. SIMPULAN

- a. Dari uji-t membuktikan bahwa adanya pengaruh variabel FCF dengan DAR dengan nilai sig.012<.05.
- b. Dengan nilai sig. .746>.05 pada uji-t maka variabel struktur asset tidak memiliki pengaruh dengan variabel DAR.
- c. Likuiditas berpengaruh dengan variabel DAR. Hal ini diketahui dari hasil uji-t dengan nilai sig.000<.05.
- d. Dengan uji F ditemukan nilai sig.000<.05. Hal ini ketiga variabel X secara simultan berpengaruh dengan variabel Y.

10. IMPLIKASI

Perusahaan harus meningkatkan nilai FCF agar dapat membayar hutang. FCF semakin tinggi maka makin rendah hutang perusahaan. Disisi lain perusahaan harus tetap menjaga struktur asset agar tidak kesulitan dalam mengembalikan dana ekternal. Jika struktur asset dan asset tetap perusahaan rendah, perusahaan akan kesulitan melunasi hutangnya. Perusahaan juga harus mampu melunasi hutang jangka pendeknya dengan meningkatkan nilai likuiditas perusahaan. Dengan tingkat likuiditas yang tinggi perusahaan akan mempunyai saldo kas yang menganggur. Hal ini akan menurunkan hutang perusahaan.

11.KETERBATASAN PENELITIAN

Waktu, biaya, dan tenaga yang terbatas menjadi kendala dalam proses pengambilan data sehingga peneliti mengambil 3 tahun laporan keuangan perusahaan *property* dan *real estate*.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Chafidz. (2019). Pengaruh *Free Cash Flow*, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kebijakan Hutang pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Astutik, Putri. Puji. (2019). Pengaruh *Free Cash Flow*, Risiko Bisnis, dan Struktur Aset terhadap Kebijakan Hutang pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol 17(1). Hal 1-11.
- Hery. (2010). *Financial Ratio For Business*. Jakarta: PT Gramedia.
- Purnamasari, Lidya. Ayu. (2018). Pengaruh Arus Kas Bebas, Hutang Dan Laba Terhadap Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. *Manajemen Bisnis*, Vol 6(1). Pp 83–91.
- Rifai, Mohamad. Hidayat. (2015). Pengaruh Risiko Bisnis, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Aktiva Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Sektor Property dan *Real Estate* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sapitri, Endang. (2018). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Sinaga, Ganda. Yani. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, *Free Cash Flow*, Struktur Aset, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Risiko Bisnis Terhadap Kebijakan Hutang. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Suartawan, I. Gusti. Ngurah. Putu. Adi. (2017). Pengaruh *Investment Opportunity Set* dan *Free Cash Flow* Pada Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*. Hal 63.

ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENJUALAN KREDIT UNTUK MENINGKATKAN PENGENDALIAN INTERN

Maulid Dia Agustini¹, Yuni Sukandani²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
Email agustinmaulidia77@gmail.com¹,
Koresponden yunis@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

To find out the application of credit sales accounting information systems in improving internal control at PT. Eloda Mitra Sidoarjo is the goal to be achieved. The research subjects used were sales managers and sales assistant managers at PT. Eloda Mitra. The data collection method uses observation, interviews and documentation. The method used to analyze the data in this research is descriptive qualitative analysis. The results showed that the related functions, related documents and records related to credit sales running at PT. Eloda Mitra were not complete. Lack of related functions, related documents and related records in the credit sales accounting information system will have an impact on credit sales activities. Meanwhile, the internal control implemented by PT. Eloda Mitra is good. Where it is known that there is a strict separation of functions and responsibilities, recording procedures related to credit sales have been carried out and authorized by a competent party.

Keywords: *Accounting Information Systems, Credit Sales, Internal Control*

Abstrak

Untuk mengetahui penerapan sistem informasi akuntansi penjualan kredit dalam meningkatkan pengendalian intern pada PT. Eloda Mitra Sidoarjo adalah tujuan yang ingin dicapai. Subyek penelitian yang digunakan adalah manager penjualan dan asisten manager penjualan pada PT. Eloda Mitra. Metode pengambilan datanya memakai observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi terkait, dokumen terkait dan catatan terkait penjualan kredit yang berjalan di PT.Eloda Mitra belum lengkap. Kekurangan fungsi terkait, dokumen terkait dan catatan terkait pada sistem informasi akuntansi penjualan kredit akan berdampak pada aktivitas penjualan kredit. Sedangkan Pengendalian internal yang dilaksanakan PT.Eloda Mitra sudah cukup baik. Dimana diketahui bahwa pemisahan fungsi dan tanggung jawab yang tegas, prosedur pencatatan yang berhubungan dengan penjualan kredit telah dijalankan dan diotorisasi oleh pihak yang kompeten.

Kata Kunci : *Sistem Informasi Akuntansi, Penjualan kredit, Pengendalian Internal*

1.PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang terjadi pada saat ini sangatlah pesat, misalnya saja pada bidang komunikasi. Perkembangan pengolahan data yang pesat berdampak positif dari pesatnya teknologi komunikasi saat ini. Penggunaan teknologi pada berbagai aktivitas bisnis perusahaan khususnya dalam bidang pengolahan data, sangat membantu dalam pengaksesan dan pendayagunaan informasi dalam volume yang besar, secara cepat dan akurat oleh perusahaan.

Kemajuan yang menakjubkan dalam teknologi telah membuka peluang untuk menggunakan sistem informasi dari sudut pandang strategis, sebagai sumber data yang dapat di akses oleh karyawan guna mempermudah kinerja dalam suatu perusahaan.

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah sebuah sistem yang memproses data dan transaksi guna menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengoperasikan bisnis (Krismiaji,2015:78). Sistem Informasi Akuntansi tidak hanya mengolah data keuangan saja, data *non* keuangan juga diolah agar menjadi informasi akurat yang di butuhkan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan pengambilan keputusan tidak hanya berasal dari informasi keuangan saja, melainkan data *non* keuangan juga sangat dibutuhkan perusahaan. Salah satunya ialah laporan penjualan, laporan penjualan juga menjadi aspek penting dalam pengambilan keputusan.

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam perusahaan karena sumber utama pendapatan perusahaan berasal dari penjualan, kegiatan penjualan dapat dilaksanakan dengan baik jika didukung oleh sistem penjualan yang memadai. Sistem penjualan yang memadai ini akan menghasilkan informasi-informasi penting yang diperlukan oleh pimpinan dalam mengambil keputusan yang tepat bagi kemajuan perusahaan. Dalam suatu sistem penjualan berisikan tentang informasi bagaimana kegiatan tersebut dilaksanakan, dokumen apa saja yang diperlukan dalam pelaksanaan penjualan, serta pihak mana saja yang berwenang mengotorisasi kegiatan penjualan tersebut. Sistem Informasi Akuntansi Penjualan menurut Mulyadi (2016:160) merupakan serangkaian kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa baik secara kredit maupun secara tunai.

PT. Eloda Mitra merupakan perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur yang berdiri sejak tahun 1989, perusahaan ini merupakan pelopor olahan daging pertama di Jawa timur. PT. Eloda Mitra melebarkan sayap di industri pengolahan daging, makanan kaleng, dan *bakery* dengan hasil produksinya menggunakan merek Bernardi. Hingga saat ini perusahaan melakukan inovasi produk secara terus menerus dan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas produk agar semakin unggul di pasaran, maka dapat dipastikan pergerakan perusahaan ini sangatlah pesat, dan dapat dipastikan banyak pula permasalahan yang timbul di dalam operasional perusahaan. Ada dua katagori dalam penjualan yang dilakukan perusahaan yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit. Pada penjualan tunai dilakukan dengan membawa barang ke pelanggan langsung tanpa pelanggan perlu memesan terlebih dahulu. Sedangkan penjualan kredit dilakukan dengan cara pelanggan memesan terlebih dahulu. Selanjutnya barang akan dikirim ke pelanggan sesuai dengan pesanan.

Pimpinan perusahaan bertanggung jawab atas penerapan pengendalian internal pada suatu perusahaan. Penerapan pengendalian internal diharapkan dapat meminimalisir adanya kesalahan dan penyelewengan.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Venti Nurlaili (2016) menunjukkan hasil bahwa sistem akuntansi penjualan kredit yang diterapkan pada PT. Astra International Daihatsu Kota Kediri masih terdapat kekurangan yaitu tidak adanya pemisahan tugas pada bagian penagihan masih menjadi satu dengan bagian administrasi penjualan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Erica Devi Kurniasari (2019) menunjukkan hasil bahwa sistem akuntansi penjualan kredit pada PT. Karya Lancar Mandiri Surabaya sudah cukup baik namun masih perlu dilakukan pencatatan ke dalam jurnal penjualan dan buku besar pada bagian akuntansi. Salah satu permasalahan yang sering timbul di perusahaan ialah kurang optimalnya pengoperasian sistem informasi akuntansi penjualan kredit dan pengendalian internal yang dilakukan perusahaan. Permasalahan yang timbul ini secara tidak langsung dapat menghambat kelangsungan perusahaan. Disamping itu, permasalahan ini juga akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Dari dua penelitian terdahulu dan permasalahan yang ada di PT. Eloda Mitra, penulis ingin menjadikan penelitian tersebut sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian tentang pengendalian internal yang telah dilakukan oleh PT. Eloda Mitra dalam mengelola sistem informasi penjualan kredit.

2. METODE PENELITIAN

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2015:6).

Adapun subyek penelitian ini adalah manager penjualan dan asisten manager penjualan pada PT. Eloda Mitra. Sedangkan obyek penelitian pada penelitian ini adalah Sistem informasi akuntansi penjualan kredit pada PT. Eloda Mitra yang meliputi fungsi terkait penjualan kredit, dokumen terkait penjualan kredit, catatan terkait penjualan kredit, prosedur dalam sistem informasi akuntansi penjualan kredit, dan pengendalian internal pada PT. Eloda Mitra.

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang lengkap dan akurat dalam penelitian ini adalah :

- a. Wawancara (*interview*)
- b. Dokumentasi

Validitas data merupakan instrumen digunakan untuk mengukur data (Sugiyono, 2015:255). Data dinyatakan valid apabila data yang dilaporkan tidak berbeda dengan data yang terjadi di obyek penelitian.

Pengujian validitas data pada penelitian ini menggunakan triangulasi data. Triangulasi dibagi menjadi tiga, antara lain sebagai berikut:

- a. Triangulasi sumber
- b. Triangulasi Metode
- c. Triangulasi Waktu

Adapun triangulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Triangulasi dengan sumber, yaitu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda dengan teknik yang sama. Misalnya untuk mengetahui keabsahan data yang diperoleh mengenai pengendalian internal, peneliti membandingkan hasil wawancara (*interview*) pada manager penjualan dan asisten manager penjualan. Jika jawaban wawancara dari manager dan manajer keuangan sama. Maka data dapat dinyatakan valid. Instrumen wawancara (*interview*) dilakukan terstruktur, wawancara menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

3. Analisis Data

Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan untuk menganalisis data sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data dan informasi dengan melakukan wawancara, dan dokumentasi mengenai sistem informasi akuntansi penjualan kredit dan pengendalian intern.
2. Mereduksi data dan informasi yang telah dikumpulkan guna memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti mengumpulkan data dan informasi selanjutnya.
3. Menyajikan data dan informasi yang telah direduksi guna mempermudah memahami apa yang terjadi dalam penelitian.
4. Menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dianalisis data dan informasinya.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah peneliti memperoleh data dari observasi, dokumentasi dan wawancara, maka selanjutnya peneliti akan melakukan analisis data yang sudah diperoleh. Adapun analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Fungsi yang terkait dalam sistem akuntansi penjualan kredit yaitu fungsi pengambil keputusan, fungsi penjualan, fungsi gudang, fungsi pengiriman, fungsi akuntansi dan fungsi penagihan. Fungsi pengambilan keputusan pada sistem informasi akuntansi penjualan kredit dijalankan oleh direktur dan kepala marketing. Dimana Jika pengajuan pembelian kredit < 100 juta maka persetujuannya cukup ke kepala marketing, tapi jika pengajuannya > 100 juta maka harus atas persetujuan direktur. Persetujuan tersebut dilakukan untuk konsumen baru atau ke

konsumen yang pernah mempunyai catatan pembayaran yang jelek. Namun untuk konsumen yang sudah berlangganan dan mempunyai catatan pembayaran baik, maka tidak perlu meminta persetujuan ke direktur dan kepala marketing. Fungsi penjualan pada sistem informasi akuntansi penjualan kredit dijalankan oleh bagian marketing, Fungsi penjualan memiliki tugas melayani pembelian produk baik pembelian ulang dari pelanggan atau pembelian baru dari konsumen baru. Fungsi penjualan juga bertugas menambah konsumen baru dengan cara menawarkan produk ke calon konsumen. Fungsi Gudang pada sistem informasi akuntansi penjualan kredit dijalankan oleh bagian gudang. Dimana fungsi gudang bertugas menyiapkan barang sesuai pesanan konsumen. Sedangkan fungsi pengiriman dijalankan oleh bagian pengiriman yang bertugas mengirim barang sesuai dengan pesanan konsumen. Fungsi penagihan pada sistem informasi akuntansi penjualan kredit dijalankan oleh bagian akuntansi. Bagian penagihan bertugas membuat jadwal tagihan dan melakukan tagihan ke konsumen. Sedangkan Fungsi akuntansi dijalankan oleh bagian akuntansi. Tugas dari fungsi akuntansi adalah Mencatat semua transaksi penjualan kredit dan membuat surat tagihan.

Terdapat kelemahan pada Fungsi yang terkait dalam sistem akuntansi penjualan kredit PT.Eloda Mitra yaitu tidak adanya fungsi khusus yang menangani penjualan kredit dan fungsi yang khusus menangani piutang. Penjualan tunai dan kredit masih dijadikan satu. Sedangkan fungsi piutang tidak berdiri sendiri, namun dijadikan satu dengan fungsi akuntansi.

Dokumen yang digunakan dalam sistem akuntansi penjualan kredit yang ada di PT. Eloda Mitra yaitu Surat Order Pengiriman, Faktur, Surat pengantar Barang, Surat Jalan dan Bukti Penerimaan Retur. Dokumen Surat Order Pengiriman digunakan untuk memberikan otorisasi kepada fungsi pengiriman untuk mengirimkan jenis barang dengan jumlah dan spesifikasi yang tertera dalam dokumen. Dokumen ini bersifat internal, karena dipakai antar bagian sebagai perintah untuk menyiapkan barang dan mengirimkan barang sesuai dengan pesanan dari konsumen. Sedangkan Faktur merupakan lembar pertama yang dikirim oleh fungsi penagihan kepada pelanggan untuk menagih sejumlah tagihan dari pelanggan yang telah melakukan pembelian. Pada lembar faktur tercatat lengkap item barang yang dibeli dan harganya.

Dokumen Surat pengantar barang digunakan untuk menyiapkan barang secara global sehingga dapat mempermudah penyiapan barang yang akan keluar. Dokumen ini hanya selembar kertas yang diisi data barang yang harus disiapkan oleh fungsi gudang. Dokumen Surat jalan digunakan oleh pihak keuangan atau bendahara, dari pihak bendor untuk merangkum seluruh pengiriman yang sudah diselesaikan. Sedangkan dokumen Bukti Penerimaan Retur digunakan untuk mencatat adanya retur dari pelanggan.

Catatan terkait sistem informasi akuntanis yang digunakan oleh PT. Eloda Mitra adalah: Jurnal Penjualan, Jurnal Umum dan kartu gudang Catatan Jurnal Penjualan digunakan untuk mencatat transaksi penjualan kredit yang ada pada PT. Eloda Mitra. Semua transaksi penjualan akan dicatat pada jurnal penjualan oleh bagian akuntansi. Catatan Jurnal Umum digunakan untuk mencatat harga pokok produk yang dijual, baik penjualan tunai maupun kredit, piutang, hutang, dan biaya-biaya. Sedangkan catatan Kartu Gudang digunakan untuk mencatat keluar masuknya barang pada PT. Eloda Mitra.

Terdapat kelemahan pada catatan terkait sistem informasi akuntanis yang digunakan oleh PT. Eloda Mitra yaitu tidak adanya kartu persediaan dan kartu piutang.

Sistem pengendalian intern yang ada pada PT. Eloda Mitra terdiri dari evaluasi struktur organisasi, otorisasi dan prosedur pencatatan, praktek sehat dan Karyawan Yang Mutunya Sesuai Dengan Tanggung Jawab. Yang dimaksud evaluasi struktur organisasi adalah pemisahan tanggung jawab pada masing-masing fungsi. Evaluasi struktur organisasi pada pemisahan tugas dan fungsi di PT. Eloda Mitra menunjukkan bahwa struktur organisasi perusahaan telah menggambarkan pemisahan fungsi dan tanggung jawab yang tegas antara Fungsi penjualan dengan fungsi pengambilan keputusan dan fungsi penjualan dengan fungsi penagihan. Dengan demikian terjadinya kesalahan dan penyimpangan yang mungkin terjadi dapat diminimalisir.

Evaluasi sistem otorisasi dan prosedur pencatatan pada pelaksanaan penjualan kredit pada PT. Eloda Mitra menunjukan bahwa sistem otorisasi dan prosedur pencatatan dapat dikatakan baik. Hal ini terlihat bahwa setiap dokumen yang berhubungan dengan penjualan kredit telah diotorisasi oleh pihak yang berwenang dan prosedur pencatatan juga telah berjalan dengan baik. Setiap pesanan yang diterima dicatat dan ditandatangani serta kontrak disetujui kedua belah pihak. Selanjutnya Surat kontrak yang telah valid diinput ke komputer oleh marketing sesuai item penjualan.

Praktik yang sehat dalam pelaksanaan penjualan kredit PT. Eloda Mitra dilakukan dengan memastikan semua pesanan dari konsumen harus melampirkan surat pesanan (Purchase order) yang ditanda tangani konsumen. Selanjutnya proses transaksi penjualan kredit dilakukan oleh berbagai fungsi, yaitu fungsi penjualan, Fungsi gudang, Fungsi pengiriman, penagihan dan akuntansi, sehingga terjalin hubungan cek dan recek.

5. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Fungsi yang terkait dalam sistem akuntansi penjualan kredit yaitu fungsi pengambil keputusan, fungsi penjualan, fungsi gudang, fungsi pengiriman, fungsi akuntansi dan fungsi penagihan. Terdapat perbedaan fungsi yang terkait di sistem akuntansi penjualan kredit yang ada di PT. Eloda Mitra dengan yang ada di teori,

fungsi yang terkait berdasarkan teori yaitu fungsi penjualan, fungsi kredit, fungsi gudang, fungsi pengiriman, fungsi piutang, fungsi buku besar.

Fungsi pengambil keputusan pada PT. Eloda mitra bertugas memberikan atau tidak pengajuan pembelian kredit. Fungsi pengambil keputusan pada PT.Eloda Mitra dijalankan oleh kepala penjualan dan Direktur. Sedangkan pada teori menurut Hall (2016) tidak terdapat fungsi pengambil keputusan. Pengambilan keputusan pemberian kredit langsung diputusi oleh fungsi penjualan.

Bagian akuntansi pada PT. Eloda Mitra bertanggung jawab dalam membuat surat tagihan, mencatat semua transaksi penjualan kredit dan menerima pembayaran. Sedangkan pada teori menurut Hall (2016) tugas tersebut dijalankan oleh fungsi kredit dan piutang

Dari penjelasan diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kesesuaian sistem informasi penjualan kredit pada PT.Eloda Mitra dengan teori mengenai fungsi yang terkait dalam sistem akuntansi penjualan kredit belum sepenuhnya sesuai. Karena masih terdapat fungsi yang masih dirangkap oleh fungsi lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erica Devi Kurniasari (2019) yang menunjukkan bahwa Fungsi terkait pada PT. Karya Lancar Mandiri Surabaya dalam menjalankan aktivitasnya belum menerapkan sistem penjualan kredit dengan baik, hal ini disebabkan dalam sistem dan prosedur penjualan kredit masih terdapat perangkapan di beberapa fungsi sehingga prosedur dalam penjualan kredit belum optimal. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Teguh Arseno (2019) yang menunjukkan bahwa Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi penjualan kredit yang ada pada PT. Sanken Elektronik Indonesia Semarang ada beberapa kelemahan dan kekurangan yang masih harus diperbaiki agar sistem informasi akuntansi yang ada menjadi lebih baik. Salah satunya dengan menambahkan bagian kredit pada prosedur penjualan kredit dimaksudkan untuk menciptakan pengecekan intern transaksi penjualan kredit.

Dokumen yang digunakan dalam sistem akuntansi penjualan kredit yang ada di PT. Eloda Mitra yaitu Surat Order Pengiriman, Faktur, Surat pengantar Barang, Surat Jalan dan Bukti Penerimaan Retur. Sedangkan dokumen terkait di sistem akuntansi penjualan kredit berdasarkan teori menurut Mulyadi yaitu Surat Order Pengiriman dan Tembusannya, Faktur Penjualan dan Tembusannya, rekapitulasi harga pokok penjualan dan bukti memorial.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dinyatakan bahwa terdapat dokumen terkait pada sistem akuntansi penjualan kredit yang ada di PT. Eloda Mitra yang berbeda dengan dokumen terkait yang telah dijelaskan pada teori menurut Mulyadi (2016) yaitu rekapitulasi harga pokok penjualan dan bukti memorial. Dimana kedua dokumen tersebut tidak digunakan dalam sistem informasi akuntansi yang berjalan di PT.Eloda Mitra. Hal ini dikarenakan

penentuan harga jual produk pada PT.Eloda Mitra menggunakan daftar harga yang sudah ditentukan oleh pimpinan yang selanjutnya menjadi pegangan masing-masing bagian penjualan. Sedangkan dokumen bukti memorial menjadi satu dengan jurnal umum.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hendy Jaya (2018) yang menunjukkan bahwa Penerapan sistem informasi akuntansi dalam penjualan tunai dan penerimaan kas di PT Putra Indo Cahaya Batam masih kurang baik. Hal ini dikarenakan kurangnya kelengkapan dokumen yang digunakan dalam penjualan tunai.

Catatan akuntansi yang digunakan dalam sistem akuntansi penjualan kredit pada PT.Eloda Mitra adalah Jurnal Penjualan, Jurnal Umum dan Kartu Gudang atau Stock Persediaan. Sedangkan Catatan akuntansi yang digunakan dalam sistem akuntansi penjualan kredit berdasarkan teori Mulyadi (2016) yaitu Jurnal Penjualan, Kartu Piutang, Kartu Persediaan, Kartu Gudang dan Jurnal Umum.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dinyatakan bahwa terdapat catatan terkait pada sistem akuntansi penjualan kredit yang ada di PT. Eloda Mitra yang berbeda dengan catatan terkait yang telah dijelaskan pada teori menurut Mulyadi (2016) yaitu Kartu Piutang dan Kartu Persediaan. Dimana kartu persediaan pada sistem informasi akuntansi penjualan kredit yang berjalan di PT.Eloda menjadi satu dengan kartu gudang, sehingga ingin mengetahui persediaan barang bisa melihat di kartu gudang. Sedangkan tidak digunakannya kartu piutang pada sistem informasi akuntansi penjualan kredit karena jurnal penjualan sudah cukup bisa mewakili fungsi kartu piutang. Sehingga untuk melihat rincian mutasi piutang perusahaan bisa melihat pada jurnal penjualan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Erica Devi Kurniasari (2019) yang menunjukkan bahwa Sistem akuntansi penjualan kredit pada PT. Karya Lancar Mandiri Surabaya sudah cukup baik namun perlu dilakukan pencatatan ke dalam jurnal penjualan dan buku besar pada bagian akuntansi.

Sistem pengendalian internal penjualan kredit pada PT.Eloda Mitra adalah struktur organisasi, otoritas dan prosedur pencatatan, praktik yang sehat dan Karyawan Yang Mutunya Sesuai Dengan Tanggung Jawab. Sistem pengendalian internal pada PT.Eloda Mitra sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh mulyadi (2016: 130) unsur sistem pengendalian intern adalah struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional secara tegas, Sistem Wewenang dan Prosedur Pencatatan yang Memberikan Perlindungan yang cukup terhadap Kekayaan, Utang dan Biaya, Praktik yang Sehat dan Karyawan yang Mutunya Sesuai dengan Tanggung Jawabnya.

Dari penjelasan diatas, maka dapat dinyatakan bahwa sistem pengendalian internal penjualan kredit pada PT. Eloda Mitra sudah sesuai dengan catatan yang digunakan dalam sistem pengendalian internal penjualan kredit yang telah

dijelaskan pada teori menurut Mulyadi (2016) dimana unsur sistem pengendalian intern terdiri dari struktur organisasi, otoritas dan prosedur pencatatan , praktik yang sehat dan Karyawan Yang Mutunya Sesuai Dengan Tanggung Jawab.

6.SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Fungsi terkait penjualan kredit yang berjalan di PT.Eloda Mitra belum sepenuhnya lengkap. Diketahui bahwa tidak adanya fungsi khusus yang menangani penjualan kredit dan fungsi khusus yang menangani piutang, sehingga dapat memperlemah pengendalian internalnya. Kelengkapan fungsi terkait pada sistem informasi akuntansi penjualan kredit yang sesuai dengan tugas-tugasnya akan lebih mempermudah dan memperlancar sistem penjualan kredit. Karena masing-masing fungsi dijalankan oleh bagian yang sesuai dengan job desk nya.
2. Dokumen terkait penjualan kredit yang berjalan di PT.Eloda Mitra belum sepenuhnya lengkap. Diketahui bahwa terdapat 2 dokumen terkait penjualan kredit yang belum digunakan pada PT.Eloda Mitra yaitu rekapitulasi harga pokok penjualan dan bukti memorial. Kurang lengkapnya dokumen yang digunakan dapat berdampak pada aktivitas penjualan kredit di perusahaan, dimana dapat terjadi kesalahan pencatatan dikarenakan tidak adanya bukti memorial.
3. Catatan terkait penjualan kredit yang berjalan di PT.Eloda Mitra belum lengkap. Diketahui bahwa terdapat 2 catatan terkait penjualan kredit yang belum digunakan pada PT.Eloda Mitra yaitu kartu persediaan dan kartu piutang. Hal ini dapat berdampak pada resiko terjadinya kesalahan dalam aktivitas pelaporan dan pencatatan di perusahaan.
4. Pengendalian intern yang dilaksanakan PT.Eloda Mitra sudah cukup baik. Diketahui bahwa pemisahan fungsi dan tanggung jawab yang tegas, prosedur pencatatan yang berhubungan dengan penjualan kredit telah dijalankan dan diotorisasi oleh pihak yang kompeten. Praktik yang sehat dalam pelaksanaan penjualan kredit sudah berjalan dengan baik dan upaya yang dilakukan untuk mendapatkan karyawan yang kompeten dan sesuai dengan tanggung jawabnya sudah dilakukan dengan baik.

7.IMPLIKASI

Berdasarkan hasil riset dan temuan-temuan yang dapat dijadikan referensi oleh pihak PT.Eloda Mitra dalam menjalankan sistem informasi akuntansi penjualan kredit dan pengendalian internal pada perusahaan. Kelengkapan catatan dan dokumen terkait pada sistem informasi akuntansi penjualan kredit akan lebih mempermudah dan memperlancar sistem penjualan kredit. Dengan

adanya catatan dan dokumen yang lengkap akan menunjang kinerja sistem informasi akuntansi penjualan kredit dan dapat meminimalisir kesalahan dalam penjualan kredit.

8.KETERBATASAN PENELITIAN

Riset ini hanya berfokus pada penelusuran tentang analisis sistem informasi akuntansi penjualan kredit untuk meningkatkan pengendalian internal sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitiannya dengan variabel-variabel penelitian yang lebih kompleks lagi. Selain itu, penelitian ini terbatas pada subjek dan objek hanya seputar perusahaan manufaktur sektor perdagangan, sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dikembangkan lagi dengan menggunakan subjek dan objek yang lebih variatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arseno, Teguh. 2019. Evaluasi Pengendalian Intern Sistem Informasi Penjualan Kredit Pada Pt. Sanken Elektronik Indonesia Semarang. Universitas Dian Nuswantoro James Hall. (2016). Sistem Informasi Akuntansi . Salemba Empat.
- Jaya, Hendy, 2018. Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Penerimaan Kas Dalam Meningkatkan Pengendalian Intern. Universitas Riau Kepulauan.
- Krismiaji. (2015). *Sistem informasi akuntansi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Kurniasari, Erica Devi, 2019. Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Untuk Meningkatkan Efektivitas Pengendalian Intern Penjualan Secara Kredit Pada Pt Karya Lancar Mandiri Surabaya. Universitas Bhayangkara Surabaya. ISSN : 2460-7762
- Moleong, Lexy. J. 2015. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. (2016). Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurlaili, Venti. 2016. Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Terhadap Efektifitas Pengendalian Internal Penjualan Kredit Pada Pt. Astra International Daihatsu Kota Kediri. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B. Bandung: Alfabeta.

ANALISIS ANGGARAN BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG TERHADAP EFISIENSI BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG PADA PT. DELTA JAYA ENGINEERING

Fathin Nur Aini Markum¹, Teguh Purwanto²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
Email fathinnuraini@gmail.com¹
Koresponden teguhpwt@gmail.com²

ABSTRACT

Every company is founded with the aim to achieve the dreamed goal, to make a profit or to maintain the survival of the company. The labor cost budget is the main reference for companies to design budgets and can minimize costs incurred by the company without reducing the company's performance and productivity. The purpose of this study was to determine the budget at PT. Delta Jaya Engineering has done well in the efficiency of the company's direct labor costs. The method in this research is descriptive qualitative research with interview data collection methods and documentation. The information used is primary and secondary data obtained when going directly to the field. The results showed that the recording of the company's labor cost budget was carried out when the sales target had been set.

Keywords: Labor budget, efficiency, labor costs

ABSTRAK

Setiap perusahaan didirikan guna meraih tujuan yang diimpikan, guna mendapatkan laba ataupun guna menjaga kesinambungan hidup perusahaan. Anggaran biaya tenaga kerja merupakan acuan utama bagi perusahaan untuk merancang anggaran dan dapat meminimalkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tanpa mengurangi kinerja dan produktivitas perusahaan. Tujuan dari riset ini guna mengetahui anggaran pada PT. Delta Jaya Engineering telah berfungsi dengan baik terhadap efisiensi biaya tenaga kerja langsung perusahaan. Metode dalam riset ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Informasi yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh saat terjun langsung ke lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencatatan anggaran biaya tenaga kerja perusahaan dilakukan saat target penjualan telah ditetapkan.

Kata kunci : Anggaran tenaga kerja, Efisiensi, Biaya Tenaga Kerja

1. PENDAHULUAN

Di masa globalisasi ini, Perusahaan industri juga semakin banyak di Indonesia baik dari skala kecil, menengah ataupun skala besar. Dalam dunia bisnis, perkembangan usaha teknologi data yang bergerak dibidang industri panel listrik lagi berkembang dengan pesat, sehingga semakin kompleks masalah yang dihadapi dan semakin ketatnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan. perihal ini Bertujuan untuk mendorong industri menyusun rencana serta strategi bisnis buat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Oleh karena itu, industri mempunyai sasaran ataupun tujuan untuk dicapai, dengan sistem manajemen yang baik bisa mendukung masa depan untuk perusahaan.

Zona industri yang berjalan dibidang kelistrikan ialah komponen penting untuk Negara sebab dengan adanya industri yang tumbuh dibidang kelistrikan bisa mempengaruhi kebutuhan setiap hari pemakaian listrik diseluruh Indonesia. Tenaga kerja ialah aspek utama dalam pengendalian pembuatan walaupun perusahaan sudah memanfaatkan mesin-mesin untuk menciptakan sesuatu produksi. Dengan adanya tenaga kerja sehingga industri tidak perlu takut dalam jalannya usaha sebab tenaga kerja yang dipekerjakan bertanggung jawab atas aktivitas produksi yang hasilnya hendak dinilai oleh perusahaan. Bersumber pada uraian diatas, pengamat ingin melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Anggaran Biaya Tenaga Kerja Langsung terhadap Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Langsung pada PT. Delta Jaya Engineering”.

2.TELAHAH PUSTAKA

LANDASAN TEORI

Perjalanan usaha yang berlangsung kepada para pelaksana usaha wajib membuat pertimbangan secara matang sebab anggaran ialah sesuatu rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi segala aktivitas industri yang dinyatakan dalam unit satuan moneter serta berlaku untuk jangka waktu (*periode*) mendatang. Dimana anggaran pengeluaran tenaga kerja ini merupakan acuan utama untuk perusahaan merancang anggaran serta bisa meminimalkan anggaran yang dikeluarkan oleh perusahaan tanpa mengurangi kinerja serta produktivitas industri. Anggaran ialah rencana tertulis mengenai aktifitas suatu organisasi yang dinyatakan dalam suatu uang, namun sanggup juga dinyatakan dalam satuan barang ataupun jasa (Nafarin 2013:11).

Anggaran digunakan untuk suatu aktifitas yang sudah direncanakan serta alat perbandingan dalam mengukur hasil penerapan kegiatan agar dikala proses berlangsung bisa terkendali dengan baik.

Johan Mustiko (2016), anggaran adalah sebuah rencana yang diperlukan oleh perusahaan sebagai pedoman kerja di waktu yang akan datang sebagai alat pengkoordinasian kegiatan-kegiatan seluruh bagian perusahaan dan sebagai alat pengawasan terhadap realisasi dan rencana di waktu yang akan mendatang.

Anggaran diduga sebagai suatu sistem tunggal yang mempunyai karakteristik sendiri, sebab anggaran tersebut memiliki tujuan dan metode kerja sistem lain yang ada dalam tiap industri. Jadi, anggaran menjadi sesuatu acuan utama untuk perusahaan meningkatkan usahanya dengan merancang pengeluaran secara maksimal untuk mengetahui seberapa besar anggaran yang wajib dikeluarkan untuk pertumbuhan usahanya dan sebagai perencanaan yang baik pada waktu yang akan datang.

Suatu industri dinilai sukses tidaknya dilihat dari kemampuan manajemen dalam memandang peluang perusahaan sehingga tugas seorang manajer wajib menyusun terlebih dahulu anggaran biaya tenaga kerja yang berhubungan dengan pembuatan produksi. Biaya tenaga kerja langsung terdiri dari anggaran para tenaga kerja pabrik yang dapat ditelusuri hubungannya dengan mudah ke dalam produk-produk tertentu. Biaya ini juga sering disebut *touched labor* karena biaya ini dibayarkan kepada

para pegawai atau buruh yang secara langsung melaksanakan proses produksi. Anggaran ini berlangsung karna terdapatnya pemakaian tenaga kerja dalam proses produksi. Jadi, industri rata-rata memperkirakan anggaran tenaga kerja sebagai pengeluaran yang lumayan besar dikeluarkan oleh perusahaan untuk jasa yang dikeluarkan para tenaga kerja mengelola produk serta anggaran tenaga kerja sendiri merupakan harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut.

Devi dan Ayu (2011:528), pengendalian biaya yang dilakukan dengan perencanaan laba disesuaikan dengan pelaksanaan untuk menentukan besar penjualan agar perusahaan tidak mencapai kerugian dan mencapai laba yang diharapkan. Oleh karena itu, sebaiknya dikeluarkan untuk menciptakan satu-satuan produk ataupun satuan jasa, seseorang manajer wajib melaksanakan penyelidikan terlebih dulu menimpa aktifitas produksi yang sangat efektif.

Setiap aktifitas tenaga kerja hendaknya digolongkan bagi aktivitas departemen perusahaannya sebab dengan adanya penggolongan sehingga karyawan hendak lebih fokus pada pekerjaan dibidangnya, penggolongan ini bermanfaat untuk lebih mempermudah biaya-biaya tenaga kerja yang terjalin setiap departemen yang dibangun dalam perusahaan sehingga anggaran tenaga kerja lebih efektif. Dalam mengukur selisih anggaran pengeluaran wajib mengaplikasikan perbandingan. Dengan pengaplikasian perbandingan pada analisis ini bertujuan untuk mengetahui telah efektif ataupun tidak pencatatan anggaran tenaga kerja pada PT. Delta Jaya Engineering. Tujuan pengendalian tenaga kerja untuk manajemen yaitu mencapai efisiensi tenaga kerja tercantum kompensasi pendapatan dan upah yang mencukupi, agar sebagai mutu produk yang dihasilkan telah penuh standar dan bisa dicapainya kualitas pelayanan yang memuaskan. Analisa selisih anggaran tenaga kerja langsung merupakan penyimpangan harga serta jumlah yang sebetulnya berlangsung dengan harga serta jumlah standar yang di tetapkan (Juni Darwin:2016).

a. Perbandingan Selisih Tarif Upah :

Tarif Upah merupakan perbandingan anggaran disebabkan karna ada selisih tarif upah yang dibayarkan dengan tarif upah standar.

$$STU = (T_{ss} \times JK_{ss}) - (T_{st} \times JK_{ss})$$

$$STU = (T_{ss} - T_{st}) JK_{ss}$$

Keterangan:

STU = Selisih tarif upah langsung

T_{ss} = tarif upah langsung per jam sesungguhnya

T_{st} = Tarif upah langsung per jam standar

JK_{ss} = Jam Kerja Sesungguhnya

b. Perbandingan Selisih Efisiensi Upah :

Efisiensi upah merupakan perbedaan biaya yang disebabkan adanya selisih jam kerja sesungguhnya yang dipakai dengan jam standar.

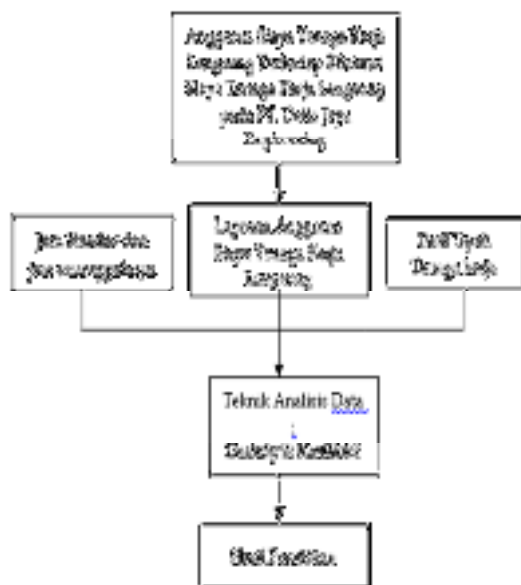
$$SEU = (JKs \times Tst) - (JKst \times Tst)$$

$$SEU = (JKs - JKst) \times Tst$$

Keterangan
 SEU = Selisih efisiensi upah langsung
 JKs = Jam kerja sesungguhnya
 JKst = Jam kerja standar
 Tst = Tarif upah langsung perjam standar

3.KERANGKA KONSEPTUAL

Bersumber pada landasan teori, sehingga model kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1
Kerangka Konseptual

4.METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif deskriptif pada PT. Delta Jaya Engineering, dengan iktikad untuk mengenali pencatatan anggaran tenaga kerja langsung pada PT Delta Jaya Engineering serta menerapkan analisa terhadap anggaran yang telah dibuat oleh perusahaan untuk mengenali sudah dengan efisien atau malah sebaliknya dalam pengendalian anggaran tenaga kerja langsung.

Sumber informasi yang dibutuhkan peneliti antara lain :

1. Wawancara

Data di peroleh dengan menggunakan interview ataupun wawancara kepada manajer bidang Finance serta karyawan bagian Accounting. Peneliti dan Narasumber berhadapan secara langsung (*face to face*) untuk memperoleh data secara lisan dengan tujuan memperoleh informasi yang bisa memaparkan kasus penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder bersumber pada laporan anggaran tenaga kerja langsung pada tahun 2019 – 2020.PT. Delta Jaya Engineering yang mengulas mengenai laporan anggaran tenaga kerja langsung menggambarkan subjek riset ini sedangkan untuk Objeknya yaitu biaya tenaga kerja langsung.

Tata cara pengumpulan data yakni strategi sangat bermanfaat pada penelitian, pengumpulan informasi dari hasil wawancara serta dokumentasi. Sebagian aktifitas yang dicoba peneliti dengan mencari informasi dengan melaksanakan wawancara terlebih dulu guna mendapatkan data supaya lebih akurat, kemudian mencerna informasi yang sudah diperoleh tersebut, dengan melakukan perbandingan antara data anggaran tenaga kerja langsung dengan teori yang berhubungan hasil narasumber dan menarik kesimpulan.

5.PEMBAHASAN HASIL

PT. Delta Jaya Engineering berdiri bertepatan pada 15 juni 2004. industri ini adalah perusahaan yang beroperasi disektor panel listrik. Industri ini terletak pada wadungasih buduran sidoarjo.

Verifikasi data dalam riset ini berupa deskripsi dengan fokus penelitiannya, Analisis Anggaran biaya tenaga kerja langsung terhadap efisiensi biaya tenaga kerja perusahaan. Peneliti mempelajari kembali keabsahan datanya dengan menyamakan penemuan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan manajer bidang finance serta karyawan setelah itu, menyamakan data yang diperoleh dari wawancara dengan hasil dokumentasi.

Tabel 5
Perbandingan Anggaran Tenaga Kerja Langsung
Tahun 2019-2020

Periode	Anggaran	Realisasi	Perbedaan
2019	1.176.533.770	1.176.799.867,74	263.336,0774
2020	1.591.921.894	1.479.367.379,42	112.554.514,58
Total	2.768.455.664	2.656.167.247,16	112.288.417,50

Sumber: Data Dikdik

pada tahun 2019 perusahaan lebih menguntungkan dibanding tahun 2020 dikarenakan besarnya biaya rill yang dikeluarkan perusahaan anggaran tahun 2019 untuk gaji dan upah tenaga kerja langsung adanya pengeluaran biaya secara tidak terduga. Sedangkan pada tahun 2020 untuk gaji dan upah tenaga kerja langsung realisasinya lebih rendah disebabkan penurunan order yang di dapat serta tidak tercapainya target penjualan saat pandemi.

Tabel 4.6
Perhitungan Selisih Tarif Upah Langsung Tahun 2019 - 2020

Anggaran Tarif upah standar (Rp)	Tarif Upah Sesungguhnya (Rp)	Jam Kerja Standar	Selisih
126.219,16	138.466,48	8715	106.735.393
204.894,70	190.254,05	8785	(128.614.157)

Sumber: Data Diklat

Hasil dari Tabel 4.6 selisih tarif jam tenaga kerja langsung menunjukkan bahwa adanya selisih biaya yang telah ditetapkan oleh perusahaan. dari selisih upah tenaga kerja yang mengalami penurunan, pada tahun 2019 sebesar 106.735.393 menjadi -128.614.157 pada tahun 2020 .

Tabel 4.7
Perhitungan Selisih Tarif Jam Tenaga Kerja Langsung Tahun 2019-2020

Tahun	Anggaran jam kerja	Jam Kerja Aktual	Selisih Upah/jam	Selisih
2019	2.080	8715	126.219,16	837.464.126,6
2020	2.080	8785	204.894,70	1.373.818.963,5

Sumber: Data Diklat

Hasil dari Tabel 4.7 selisih pada tarif jam tenaga kerja langsung mengalami kenaikan pada tahun 2019 sebesar 837.464.126 menjadi 1.373.818.963 pada tahun 2020. Dari data yang telah peneliti hitung ditemukan bahwa setiap tahunnya perusahaan mengalami naik dan turun pada biaya tenaga kerja langsung.dengan ini jam kerja yang telah ditentukan oleh perusahaan sudah efektif dan efisien.

6.KESIMPULAN

Berdasarkan analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti,dapat disimpulkan bahwa :

1. Langkah-langkah penyusunan anggaran tenaga kerja langsung PT. Delta Jaya Engineering sudah sesuai dengan kajian teori yang ada. Hal ini dilihat dari perbandingan penyusunan anggaran biaya tenaga kerja langsung perusahaan dengan kajian teori telah sesuai.
2. PT. Delta Jaya Engineering dalam menyusun Rancangan Anggaran biaya khususnya tenaga kerja meliputi anggaran dan realisasi, tarif upah tenaga kerja langsung, jam kerja standar saat kegiatan produksi.
3. Hasil analisis menunjukkan Selisih biaya tenaga kerja langsung PT. Delta Jaya Engineering belum bisa dikatakan efisien dikarenakan terjadi penurunan yang terjadi pada tahun 2020 tidak dapat mencapai target yang ditentukan.
4. Hasil perhitungan tarif upah menunjukkan tidak menguntungkan disebabkan karena tarif upah langsung lebih besar dibandingkan tarif upah standar.
5. Biaya sesungguhnya mengalami penurunan disebabkan adanya penurunan pemesanan produk pada masa pandemi yang berpengaruh pada pemotongan gaji para karyawan.

6. Hasil perhitungan tarif upah menunjukkan tidak menguntungkan disebabkan karena tarif upah langsung lebih besar dibandingkan tarif upah standar.
7. Biaya sesungguhnya mengalami penurunan disebabkan adanya penurunan pemesanan produk pada masa pandemi yang berpengaruh pada pemotongan gaji para karyawan.
8. Belum adanya perbaikan dalam menyajikan data catatan anggaran biaya khususnya tenaga kerja bagian produksi.

7.SARAN

- a. Langkah-langkah penyusunan anggaran biaya tenaga kerja langsung yang dilakukan PT.Delta Jaya Engineering sudah tepat dimana sesuai dengan kajian teori, sehingga untuk tahun berikutnya perusahaan tetap dipertahankan.
- b. Sebaiknya manajemen perlu melakukan pemeriksaan secara kontinyu dalam penyusunan anggaran tenaga kerja agar tidak terjadi selisih dalam penetapan gaji dan upah bagian produksi.
- c. Sebaiknya ada peningkatan pengawasan terhadap tenaga kerja langsung yang sedang bekerja agar dapat bekerja secara maksimal sesuai dengan tujuan yang menjadi harapan perusahaan guna menunjang efisiensi biaya tenaga kerja
- d. Sebaiknya ada peningkatan pengawasan terhadap tenaga kerja langsung yang sedang bekerja agar dapat bekerja secara maksimal sesuai dengan tujuan yang menjadi harapan perusahaan guna menunjang efisiensi biaya tenaga kerja

8.KETERBATASAN PENELITIAN

Terdapat adanya keterbatasan bagi peneliti antara lain, tidak diperolehnya data biaya standard an tarif standar dikarenakan perusahaan yang diteliti tidak membuat pencatatan tersebut hanya data anggaran, realisasi, tarif upah, jam kerja, gaji tenaga kerja.

DAFTAR RUJUKAN

- Ari Fianta. 2016. Analisis Anggaran sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian Biaya Produksi pada CV.Konveksi Intim di BaganBatu.Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru
- Carter, K. William. 2009. Akuntansi Biaya, perencanaan dan pengendalian biaya. Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat
- Eko Sugiarto. 2015. Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif:Skripsi dan tesis. Yogyakarta : Suaka Media
- Mulyadi. 2009. Akuntansi Biaya. Yogyakarta : UPP-STIM YKPI.
- Mulyadi. 2014. Akuntansi Biaya. Yogyakarta : UPP STIM YKP

- Madura, Jeff. 2007. Pengantar Bisnis Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat
- Mamik. 2015. Metodologi Penelitian. Sidoarjo : ZifatamaPublisher. ISBN : 978-602-1662-65-6
- Matondang, Zulkifli. 2009. Validitas dan Reliabilitas suatu instrumen penelitian. Jurnal Tabularasa. ISSN:1693-7732, Universitas Negeri Medan.

Pengaruh Perilaku Kepemimpinan dan Pengawasan Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di CV Lingga Surabaya

Lindayana¹, I Made Bagus Dwiarta², Evita Purnaningrum³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : elinxcules1598@gmail.com¹, purnaningrum@unipasby.ac.id³

Koresponden : madebagus@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the effect of leadership behavior and leadership supervision on job satisfaction of employees of CV. Phallus. In this study the sample used was the employees of CV. Lingga as many as 50 respondents. The sampling technique used nonprobability sampling with a saturated sampling technique method. In this study, the data analysis techniques used were validity test, reliability test, classical assumption test, t test, and f test. In the research, the results show that leadership behavior and leadership supervision partially affect the job satisfaction of employees of CV. Lingga, using the t-test with a significant value of <0.05 . Leadership behavior and leadership supervision simultaneously affect the job satisfaction of employees of CV. Lingga, using the F test with a significant value <0.05 . With these results it states that hypothesis testing can be accepted and verified. Employee job satisfaction is important, therefore the company needs to pay attention to employee job satisfaction through good leadership behavior and firm leadership supervision.

Keywords: leadership behavior, leadership supervision, job satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan guna mengetahui pengaruh perilaku kepemimpinan dan pengawasan kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan CV. Lingga. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah karyawan CV. Lingga sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode teknik *sampling jenuh*. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan uji f. Pada penelitian diperoleh hasil, perilaku kepemimpinan dan pengawasan kepemimpinan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan CV. Lingga, menggunakan uji-t dengan nilai signifikan sebesar $<0,05$. Perilaku kepemimpinan dan pengawasan kepemimpinan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan CV. Lingga, menggunakan uji F dengan nilai signifikan $<0,05$. Dengan hasil tersebut menyatakan bahwa pengujian hipotesis dapat diterima dan dibuktikan kebenarannya. Kepuasan kerja karyawan merupakan hal yang penting oleh karena itu pihak perusahaan perlu memperhatikan kepuasan kerja karyawan melalui perilaku kepemimpinan yang baik serta pengawasan kepemimpinan yang tegas.

Kata kunci: perilaku kepemimpinan, pengawasan kepemimpinan, kepuasan kerja.

1.PENDAHULUAN

Perusahaan konstruksi merupakan suatu industri yang melibatkan kerjasama yang baik dalam suatu organisasi. Dalam setiap kelompok kerja terdiri dari banyak anggota yang memiliki karakter dan ciri masing – masing. Oleh karena itu kehadiran

seorang pemimpin dalam mengarahkan kemampuan tiap anggota kelompok memiliki arti yang sangat penting.

Dalam perusahaan kontruksi seorang pemimpin adalah orang yang memiliki tingkat tanggung jawab paling tinggi dalam kesuksesan atau kegagalan suatu proyek. Pada kenyataannya, sekitar 88 % manajer proyek menghabiskan lebih dari setengah waktu kerjanya untuk berinteraksi dengan orang lain dalam organisasinya maupun antar organisasi. Hal inilah yang menuntut seorang pemimpin untuk dapat memimpin organisasinya secara efektif serta membina hubungan yang baik melalui kepemimpinannya untuk memastikan proyek memperoleh hasil yang diharapkan.

Pemimpin yang memiliki kinerja tinggi belum tentu dapat menjalankan perusahaannya tanpa bantuan karyawan. Demikian halnya karyawan walau mereka sudah memiliki kinerja yang tinggi, namun mereka tidak dapat berbuat banyak untuk memajukan perusahaan karena segala keputusan yang terkait dengan perusahaan kontruksi berada di tangan pemimpin. Hubungan ketergantungan antara pemimpin dan karyawan harus tegas dan jelas. pemimpin dan karyawan dituntut untuk bekerja sama dengan baik serta memiliki kinerja untuk memajukan perusahaan, sehingga perusahaan akan berkembang dengan pesat.

Dalam usaha mencapai tujuan suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Tujuan perusahaan tidak akan tercapai tanpa adanya kerja sama yang baik antara karyawan, maju mundurnya suatu perusahaan sangat berpengaruh oleh bagaimana perilaku seorang pemimpin.

Disamping itu perilaku dan pengawasan seorang pemimpin dapat mempengaruhi kepuasan kerja karyawan dalam bekerja, karena jika perilaku dan pengawasan atasannya baik maka karyawan juga akan merasa puas dan potensi yang dimiliki oleh karyawan akan dikeluarkan dengan semaksimal mungkin sehingga tujuan perusahaan akan tercapai.

Penelitian yang dilakukan oleh Pricilya E.B, dkk (2016) menyimpulkan bahwa pengaruh perilaku kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan, begitu juga dengan penelitian dari Mega Yunika dan Rachmawati Madjid (2017) menyimpulkan bahwa pengawasan kerja mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja.

CV Lingga merupakan Perusahaan jasa kontruksi yang berusaha tampil bersama pelaku pembangunan lainnya untuk mengembangkan kemampuan dan potensi yang dimiliki demi terciptanya pembangunan yang maksimal.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kinerja seorang pemimpin dan karyawan diantaranya adalah konflik yang terjadi pada perusahaan konstruksi di CV Lingga. Penulis mendapatkan temuan bahwa permasalahan pada CV Lingga adalah perilaku pemimpin dan pengawasannya tidak sesuai dengan apa yang ditugaskan terhadap karyawannya, contohnya seperti ketidak sesuaian dalam mengambil keputusan dalam menetapkan tugas-tugas dan penempatan karyawan dalam bekerja sehingga mengakibatkan karyawan merasa kurang puas dalam melakukan tugas yang diberikannya.

Agar tujuan perusahaan pada CV Lingga bisa tercapai, maka perilaku dan pengawasan pemimpin terhadap karyawannya dalam memberikan tugas harus sesuai dengan kemampuan mereka. Dan jika apa yang diberikan pemimpin terhadap karyawannya sudah sesuai dengan yang mereka inginkan maka mereka akan merasa puas dalam melakukan pekerjaannya dan mereka juga akan memberikan yang terbaik untuk perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Perilaku dan Pengawasan Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di CV Lingga”.

2. Rumusan Masalah

1. Apakah pengaruh perilaku kepemimpinan terhadap kepuasan Kerja karyawan di CV Lingga?
2. Apakah pengaruh pengawasan kepemimpinan terhadap kepuasan Kerja karyawan di CV Lingga?
3. Apakah pengaruh perilaku kepemimpinan dan pengawasan kepemimpinan terhadap kepuasan Kerja karyawan secara simultan di CV Lingga?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka penelitian ini ditujukan untuk:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh perilaku kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan di CV Lingga.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengawasan kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan di CV Lingga.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh perilaku kepemimpinan dan pengawasan kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan di CV Lingga.

4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

a. Bagi Instansi

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh perilaku kepemimpinan, dan pengawasan kepemimpinan berpengaruh terhadap kepuasan karyawan dalam bekerja, yang mana hasil dari penelitian ini dijadikan bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan karyawan supaya mempermudah langkahnya dalam mencapai tujuan.

b. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkannya khususnya untuk mahasiswa.

c. Bagi Masyarakat

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi semua kalangan dan dapat memberikan gambaran jika sewaktu-waktu membutuhkannya.

5. Tinjauan Pustaka

Perilaku kepemimpinan merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pemberian pengaruh pada orang-orang dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Mukhneri Mukhtar (2013:31) bahwa kepemimpinan menyangkut kegiatan mempengaruhi manusia dalam organisasi agar mereka mau dan mampu memberikan sumbangan maksimal terhadap pencapaian tujuan organisasi. McShane dan Von Glinow (2010: 360) menyatakan kepemimpinan adalah tentang memengaruhi, memotivasi, dan memungkinkan orang lain memberikan kontribusi ke arah efektivitas dan keberhasilan organisasi di mana mereka menjadi anggotanya. Indikator kepemimpinan menurut Thoha (2010:52) sebagai berikut: (1) Fungsi kepemimpinan sebagai *innovator*, (2) Fungsi kepemimpinan sebagai komunikator, (3) Fungsi kepemimpinan sebagai motivator, (4) Fungsi kepemimpinan sebagai kontroler.

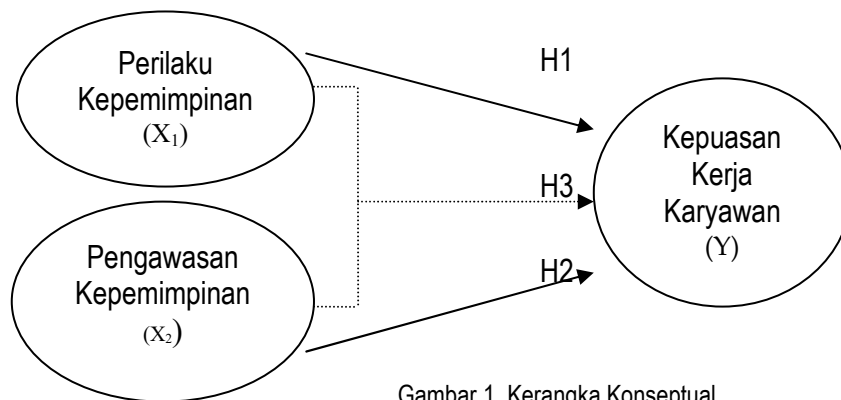
Menurut Usman Effendi (2014:138) mengemukakan bahwa pengawasan kepemimpinan merupakan fungsi manajemen yang paling esensial, sebaik apa pun kegiatan pekerjaan tanpa adanya dilaksanakan pengawasan oleh seorang pemimpin pekerjaan itu tidak dapat dikatakan berhasil. Irham Fahmi (2014:138) mengatakan bahwa pengawasan pemimpin secara umum dapat didefinisikan sebagai cara suatu organisasi mewujudkan kinerja yang efektif dan efisien, serta lebih jauh mendukung terwujudnya visi dan misi suatu organisasi.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengawasan kepemimpinan merupakan proses mengamati suatu kegiatan organisasi tujuannya untuk menjamin bahwa semua kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan adanya pengawasan pemimpin dapat mengetahui apakah kegiatan yang berjalan, sesuai dengan intruksi yang telah direncanakan. Indikator yang terdapat dalam pengawasan kepemimpinan menurut Sondang Siagian (2014:35) terdapat tiga mekanisme yang positif, antara lain : (1) Kontrol Masukan, (2) Kontrol Perilaku, (3) Kontrol Pengeluaran.

Robbins dan Doni (2016:291) mengemukakan bahwa kepuasan kerja sebagai suatu sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya. Demikian juga Gibson dan Donnely (2016:291) menyatakan, bahwa kepuasan kerja ialah sikap seorang terhadap pelayanan mereka, sikap itu berasal dari persepsi mereka tentang pekerjaannya.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja merupakan sekumpulan perasaan pegawai atau karyawan terhadap pekerjaannya, apakah mereka merasa senang/suka atau tidak senang/tidak suka sebagai hasil interaksi pegawai dengan lingkungan pekerjaannya atau sebagai persepsi sikap mental, juga sebagai hasil penilaian pegawai terhadap pekerjaannya. Menurut Robbins (2015:181-182) Indikator Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai berikut: (1) Kondisi kerja yang mendukung, (2) Gaji atau upah yang pantas, (3) Rekan kerja yang mendukung.

6. Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Perilaku Kepemimpinan berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja Karyawan.
H2 : Pengawasan Kepemimpinan berpengaruh terhadap Kepuasan kerja Karyawan.
H3 : Perilaku Kepemimpinan dan Pengawasan Kepemimpinan berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja Karyawan.

7. METODE

Jenis penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh karyawan CV. Lingga sebanyak 50 karyawan. jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis teknik *sampling jenuh*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, studi kepustakaan dengan mencari referensi yang berhubungan dalam penelitian melalui sumber-sumber yang jelas. Variabel yang diteliti meliputi perilaku kepemimpinan (X₁) dan pengawasan kepemimpinan (X₂) sehingga dapat diketahui pengaruh kepuasan kerja (Y) yang merupakan variabel terikat. Dalam penelitian teknik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah diperoleh menggunakan regresi linier berganda dan untuk mempermudah analisis menggunakan bantuan program SPSS 23.0 (Statistic Program for Social Science).

8. HASIL

Analisis Data Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner yang berkaitan dengan variabel perilaku kepemimpinan (X₁), pengawasan kepemimpinan (X₂), dan kepuasan kerja (Y) yang digunakan pada penelitian dengan nilai *r* hitung > 0,3 jika total dari nilai *r* hitung > 0,3 maka data dikatakan valid, berikut hasil dari perhitungan spss:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Variabel	Nilai Korelasi	Nilai Kritis	Keterangan
Perilaku Kepemimpinan (X1)	X1.1_1	0.843	0.3	Valid
	X1.1_2	0.861	0.3	Valid
	X1.2_1	0.899	0.3	Valid
	X1.2_2	0.864	0.3	Valid
	X1.3_1	0.845	0.3	Valid
	X1.3_2	0.844	0.3	Valid
	X1.4_1	0.904	0.3	Valid
	X1.4_2	0.83	0.3	Valid
Pengawasan Kepemimpinan (X2)	X2.1_1	0.905	0.3	Valid
	X2.1_2	0.851	0.3	Valid
	X2.2_1	0.867	0.3	Valid
	X2.2_2	0.832	0.3	Valid
	X2.3_1	0.826	0.3	Valid
	X2.3_2	0.841	0.3	Valid
Kepuasan Kerja (Y)	Y.1_1	0.853	0.3	Valid
	Y.1_2	0.847	0.3	Valid
	Y.2_1	0.787	0.3	Valid
	Y.2_2	0.827	0.3	Valid
	Y.3_1	0.851	0.3	Valid
	Y.3_2	0.801	0.3	Valid

Sumber: Data Diolah (Output SPSS)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa pernyataan pada seluruh pernyataan kuisisioner pada variabel perilaku kepemimpinan, pengawasan kepemimpinan, kepuasan kerja dinyatakan valid, karena pengujian menunjukan nilai rhitung > 0,3,

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dengan menggunakan teknik alpha cronbach, dikatakan instrumen memiliki nilai reliabel yang tinggi jika nilai alpha cronbach > 0,6. Dari hasil analisis diperoleh koefisien *reliabilitas* sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai alpha cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Perilaku Kepemimpinan (X ₁)	0,964	0,6	Reliabel
Pengawasan kepemimpinan (X ₂)	0,953	0,6	Reliabel
Kepuasan Kerja(Y)	0,943	0,6	Reliabel

Sumber :Lampiran Output SPSS Pengujian Instrumen, data diolah

Dari table 2 diatas, diperoleh nilai koefisien *reliabilitas* cronbach alpha pada variabel perilaku kepemimpinan sebesar 0,964, variabel pengawasan kepemimpinan sebesar 0,953, dan variabel kepuasan kerja sebesar 0,943. Dari hasil tersebut menunjukkan nilai koefisien *reliabilitas* cronbach alpha lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen atau kuesioner yang digunakan sangat reliabel, sehingga item pernyataan dalam kuisisioner ini dapat dan layak digunakan untuk pengambilan data penelitian dari responden.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *independent*, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dari hasil analisis menggunakan uji normalitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.94334985
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.063
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber :Lampiran Output SPSS

Dari table 3 diatas, diketahui nilai *asymp.sig* sebesar 0,200 ($0,200 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Dari hasil analisis menggunakan uji multikolonieritas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Multikolonieritas

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PerilakuKepemimpinan (X1)	.421	2.376
	PengawasanKepemimpinan (X2)	.421	2.376

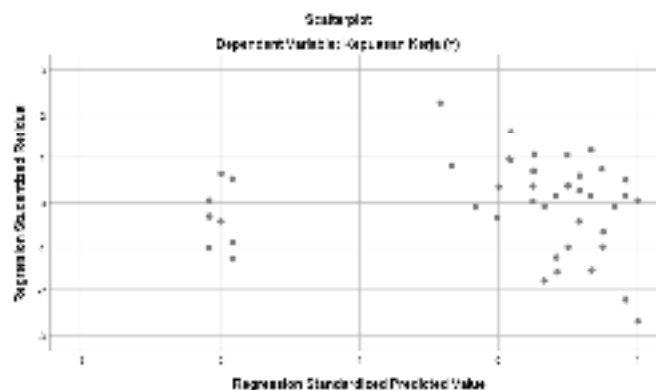
a. Dependent Variable: KepuasanKerja (Y)

Sumber :Lampiran Output SPSS Pengujian asumsi klasik

Dari tabel 4 diatas, diketahui nilai VIF untuk variabel perilaku kepemimpinan sebesar 2,376 ($2,376 < 10$) dan variable pengawasan kepemimpinan sebesar 2,376 ($2,376 < 10$). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

3. Uji Heterokedasititas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatanyang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.



Sumber: lampiran hasil spss

Gambar 1 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar 1 di atas, pada gambar *Scatterplot* dibawah terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

9. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisi regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui besar pengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mempermudah perhitungan menggunakan software SPSS versi 23.0, sehingga diperoleh *output* sebagai berikut:

Tabel 5
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	5.131	2.007
PerilakuKepemimpinan (X1)	0.322	0.091
PengawasanKepemimpinan (X2)	0.328	0.119

a. Dependent Variable: KepuasanKerja (Y)

Sumber: Lampiran Output SPSS

Berdasarkan hasil analisis tersebut pada tabel 5 didapatkan persamaan garis regresi adalah berikut ini:

$$Y = 5,131 + 0,322 X_1 + 0,328 X_2 + e$$

Adapun persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan regresi tersebut didapatkan nilai konstanta sebesar 5,131 yang menunjukkan apabila variabel bebas sama dengan nol maka variabel terikat bernilai sebesar 5,131 satuan.
2. Koefisien variabel perilaku kepemimpinan (X_1) didapatkan nilai sebesar 0,322 dan memiliki nilai koefisien positif, hal tersebut menunjukkan bahwa berpengaruh sejalan antara variabel perilaku kepemimpinan (X_1) dengan kepuasan kerja (Y), maka setiap peningkatan nilai variabel perilaku kepemimpinan (X_1) satu satuan, akan mengalami peningkatan nilai variabel kepuasan kerja (Y) sebesar 0,322.
3. Koefisien variabel pengawasan kepemimpinan (X_2) didapatkan nilai sebesar 0,328 dan memiliki nilai koefisien positif, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sejalan antara variabel pengawasan kepemimpinan (X_2) dengan variabel kepuasan kerja (Y), yang artinya setiap peningkatan nilai variabel pengawasan kepemimpinan (X_2) satu satuan, maka akan meningkatkan nilai variabel kepuasan kerja (Y) sebesar 0,328.

10. Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Berikut hasil pengujian menggunakan uji-t terdapat hasil sebagai berikut

Tabel 6
Tabel Hasil Pengujian Uji-t
Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	2.557	0.014
PerilakuKepemimpinan (X1)	3.526	0.001
PengawasanKepemimpinan (X2)	2.761	0.008

a. Dependent Variable: KepuasanKerja (Y)

Sumber: Lampiran Output SPSS, Uji -t

Berdasarkan dari hasil pengujian uji t pada tabel 6 diatas menunjkan bahwa nilai t-hitung pada variabel perilaku kepemimpinan sebesar 3,526 dengan nilai sig sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima, yang artinya perilaku kepmimpinan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan CV. Lingga.

Berdasarkan dari hasil pengujian uji t pada tabel 6 diatas menunjukkan bahwa nilai t-hitung pada variabel pengawasan kepemimpinan sebesar 2,761 dengan nilai signifikan sebesar 0,008 ($0,008 < 0,05$). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima, yang artinya pengawasan kepemimpinan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan CV. Lingga.

Uji F (Uji Smultan)

Tabel 7
Uji Statistik –F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	748.478	2	374.239	41.435	.000 ^b
	Residual	424.502	47	9.032		
	Total	1172.980	49			

a. Dependent Variable: KepuasanKerja (Y)

b. Predictors: (Constant), PengawasanKepemimpinan (X2), PerilakuKepemimpinan (X1)

Sumber : Hasil Uji Spss, Uji-F

Berdasarkan dari hasil pengujian uji F pada tabel 7 diatas menunjukan bahwa F hitung sebesar 41,435 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima, yang artinya perilaku kepemimpinan dan pengawasan kepemimpinan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan CV. Lingga.

11. Pembahasan hasil penelitian

1. Hipotesis 1

Hasil analisa perilaku kepemimpinan menyatakan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan kerja. Pengaruh perilaku kepemimpinan bernilai positif yang artinya jika nilai perilaku kepemimpinan meningkat maka kepuasan kerja juga akan meningkat. Hasil tersebut searah dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Muhammad Naveed Jabbar dan Fauzi Hussin (2019) melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Perilaku Kepemimpinan Organisasi dan Pemberdayaan terhadap Kepuasan Kerja”. Hasil penelitian tersebut menyatakan perilaku kepemimpinan berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

2. Hipotesis 2

Hasil analisa pengawasan kepemimpinan menyatakan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan kerja. Pengaruh pengawasan kepemimpinan terhadap kepuasan kerja bernilai positif yang artinya jika pengawasan kepemimpinan meningkat maka kepuasan kerja juga akan meningkat. Hasil tersebut searah dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tristi Yuanita (2018) melakukan penelitian dengan Judul “ Pengaruh Imbalan, Pengawasan, Kondisi Kerja, Pengembangan Karier, Penghargaan dan Kelompok Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Perawat Pelaksana di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Tgk.Chik Ditiro Sigli”. Dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pengawasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

3. Hipotesis 3

Perilaku kepemimpinan dan pengawasan kepemimpinan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Pengaruh perilaku kepemimpinan dan pengawasan kepemimpinan bernilai positif yang artinya jika perilaku kepemimpinan dan pengawasan kepemimpinan secara simultan meningkat maka kepuasan kerja akan meningkat.

12. SIMPULAN

1. Perilaku kepemimpinan mempunyai pengaruh parsial terhadap kepuasan kerja. Hasil diperoleh dari pengujian menggunakan uji t diperoleh thitung perilaku kepemimpinan sebesar 3,526 dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dan terbukti kebenarannya.
2. Pengawasan kepemimpinan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan kerja. Hasil diperoleh dari pengujian menggunakan uji-t diperoleh t-hitung variabel pengawasan kepemimpinan sebesar 2,761 dan nilai signifikan sebesar $0,008 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Perilaku kepemimpinan dan pengawasan kepemimpinan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan kerja. Hasil diperoleh dari pengujian uji-F diperoleh sebesar 41,435 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dan terbukti kebenarannya.

13.IMPLIKASI

Dengan adanya penelitian ini, maka dapat memberikan manfaat kepada perusahaan untuk mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja. Kepuasan kerja merupakan salah satu hal yang penting bagi karyawan di dalam suatu pekerjaan maka untuk meningkatkan kepuasan kerja, perusahaan perlu menunjukkan perilaku kepemimpinan yang dapat dijadikan contoh baik oleh karyawan, serta pengawasan kepemimpinan yang merata kepada seluruh karyawan.

14.KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan penelitian yang dilakukan pada CV Lingga Jl. Kebonsari III No.12 Surabaya. Peneliti menggunakan 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat dimana menggunakan 50 responden sebagai sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adebayo, S. O., & Ogunsina, S. O. (2011). Influence of supervisory behaviour and job stress on job satisfaction and turnover intention of police personnel in Ekiti State. *Journal of Management and Strategy*, 2(3), 13.
- Aziz, A. (2020). Pengaruh Stres Kerja dan Perilaku Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja Perawat. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 9(01), 48-52.
- Komala, E. D. N. (2019). Pengaruh Perilaku Pemimpin dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi pada Karyawan STIE Putra Bangsa Kebumen). *Volatilitas*, 1(6).
- Sugiyono. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta CV.
- Lukas, M., Tewal, B., & Walangitan, M. D. (2017). Pengaruh Pengawasan, Kepemimpinan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Pengelola Keuangan dan Barang Milik Daerah Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Ni Wayan Pramita Darmayanti, Wayan Gede Supartha, M. S. (2016). PENGARUH PERILAKU PEMIMPIN TERHADAP MOTIVASI KERJA, KEPUASAN KERJA DAN KINERJA GURU DAN PEGAWAI DI LINGKUNGAN UNIT SMA DWIJENDRA DENPASAR. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(5), 1309–1334

Pengaruh Keterampilan, Etos Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Sawunggaling Karya Trans

Aulia Novita Sari¹, Christina Menuk Sri Handayani², Noerchoidah³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Email: Aulia.novita306@gmail.com¹, noerchoidah@unipasby.ac.id³

Koresponden menukch@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

In a company, work productivity is one of the things that must be observed so that if the employee's work productivity is good, the company is able to run well and be able to achieve company goals. Work productivity is a very important factor in helping the success of a company. The purpose of this research is to find out the effect of work skills, work ethic and work environment on the work productivity of PT Sawunggaling Karya Trans Sidoarjo employees. In this study, using a quantitative approach by obtaining data sources from primary data and secondary data. The population in this research are employees of PT Sawunggaling Karya Trans Sidoarjo. This research uses a census sampling technique. The number of samples in this research is 59 respondents. Research materials were taken using a questionnaire. This research uses multiple linear regression analysis. This research shows that simultaneously skills, work ethic and work environment have a significant effect on work productivity. Research partially shows that work skills and work ethic have a positive and significant effect on work productivity while the work environment has a positive and insignificant effect on work productivity.

Keywords: skills, ethic, work environment, work productivity

ABSTRAK

Dalam suatu perusahaan produktivitas kerja ialah diantaranya hal yang harus diamati sehingga apabila produktivitas kerja karyawan baik sehingga perusahaan mampu berjalan dengan baik dan mampu mencapai tujuan perusahaan. Produktivitas kerja merupakan faktor yang amat penting dalam membantu kesuksesan sebuah perusahaan. Maksud riset ini ialah untuk mendapati pengaruh keterampilan kerja, etos kerja dan lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan PT Sawunggaling Karya Trans Sidoarjo. Dalam penelitian yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan diperolehnya sumber data dari data primer dan data sekunder. Populasi pada riset ini yaitu karyawan PT Sawunggaling Karya Trans Sidoarjo. Riset ini menggunakan teknik pengambilan sampel sensus. Jumlah sampel dalam riset ini adalah 59 responden. Bahan penelitian diambil dengan menggunakan kuesioner. Riset ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Riset ini menunjukkan secara simultan keterampilan, etos kerja dan lingkungan kerja menunjukkan pengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja. Riset secara parsial menunjukkan bahwa keterampilan kerja dan etos kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja sedangkan lingkungan kerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap produktivitas kerja.

Kata Kunci : Keterampilan, Etos, Lingkungan kerja, Produktivitas kerja

1.PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis semakin berkembang pesat. Persaingan bisnis yang semakin ketat telah mengharuskan perusahaan untuk mampu bertahan. Salah satunya penyelesaian yang dapat diberlakukan untuk melewati persaingan tersebut adalah dengan cara mengembangkan daya saing melalui kualitas sumber daya manusia. Sumber daya manusia ialah aset terpenting dan tidak bisa dilepaskan bagi suatu perusahaan. Sumber daya manusia yang memiliki kualitas dapat membantu perusahaan lebih berkembang dan menggapai tujuan dalam jangka pendek ataupun jangka panjang. Salah satu solusi yang dilakukan untuk menghadapi persaingan tersebut ialah dengan cara meningkatkan daya saing baik segi produk maupun kualitas produksi suatu perusahaan (Wahyuningsih 2019).

Dalam hal ini sumber daya manusia yaitu karyawan memiliki andil sebagai pelaku aktif di dalam berbagai aktivitas perusahaan untuk menggapai tujuan yang diharapkan. Karyawan dalam sebuah perusahaan dituntut untuk memiliki keterampilan kerja yang diperlukan oleh sebuah perusahaan sehingga dapat menyelesaikan dan melaksanakan pekerjaan sesuai tujuan yang direncanakan dengan berdasarkan kemampuan yang dimiliki karena setiap perusahaan pastinya ingin menyelaraskan bisnisnya dengan keterampilan yang dimiliki setiap karyawannya. Moehariono (2010:116) Keterampilan kerja didefinisikan sebagai keahlian melakukan pekerjaan berdasarkan juklak/juknis atau arahan dari atasan.

Selain keterampilan bagi karyawan etos kerja juga dapat berpengaruh terhadap produktivitas. Pegawai yang memiliki etos kerja yang tinggi maka dapat berpengaruh bagi kualitas kerja yang dilakukan, pegawai yang mempunyai etos kerja akan mampu melaksanakan pekerjaan lebih optimal dengan demikian pencapaian target produktivitas perusahaan dapat terpenuhi. Sinamo (2020:35) Etos kerja profesional ialah seperangkat perilaku kerja positif dan bermutu tinggi, berasal pada kesadaran yang jernih, keyakinan kuat pada paradigma bekerja holistik.

Faktor lain yang bisa mempengaruhi produktivitas selain keterampilan dan etos kerja adalah lingkungan kerja. Demi tercapainya tujuan perusahaan perlu diperhatikan juga lingkungan kerja yang baik dan aman. Lingkungan di tempat kerja yang baik dapat menghasilkan rasa aman dan dapat membuat karyawan untuk bekerja sangat maksimal dan mampu membuat para karyawan untuk lebih giat dalam bekerja karena lingkungan merupakan tempat karyawan melakukan aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaannya. Leonard et al., (2020) Lingkungan kerja ialah semua keadaan yang ada di tempat bekerja, akan mempengaruhi pegawai baik secara langsung ataupun secara tidak langsung.

Produktivitas kerja pula perlu diperhatikan oleh perusahaan lantaran dengan adanya produktivitas kerja yang tinggi maka akan mempercepat target perusahaan dalam pencapaian tujuannya. Wahyuningsih (2019) produktivitas secara spesifik diartikan menjadi hubungan antar keluaran (barang-barang/ jasa) dengan masukan (bahan, uang, tenaga kerja). Produktivitas kerja yang rendah adalah problem yang harus diselesaikan oleh perusahaan lantaran produktivitas karyawan dapat berpengaruh bagi kualitas juga kuantitas perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berikut merupakan data sewa kendaraan di PT Sawunggaling Karya Trans yang mengalami fluktuasi setiap tahunnya sehingga perusahaan wajib selalu memperhatikan hal yang bisa mempengaruhi produktivitas kerja. Fenomena pada PT Sawunggaling Karya Trans berdasarkan observasi peneliti yang ialah terdapat target yang dicapai belum sesuai seperti keterlambatan

pengiriman, penurunan jumlah penyewa baik perusahaan maupun penyewa dengan nama pribadi, maka perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi produktivitas kerja pegawai seperti yang dikemukakan Sutrisno(2009:102) Produktivitas tenaga kerja dipengaruhi beberapa faktor baik yang berhubungan dengan tenaga kerja itu sendiri maupun faktor lain seperti tingkat pendidikan, keterampilan, disiplin, sikap dan etika kerja, motivasi, gizi kesehatan, lingkungan kerja, iklim kerja, teknologi, sarana produksi, manajemen, dan prestasi serta produktivitas kerja juga bisa dipengaruhi oleh etos kerja seperti yang dikemukakan oleh Sutrisno(2009:105) Faktor penentu keberhasilan meningkatkan produktivitas kerja diantaranya berupa etos kerja yang harus dipegang teguh oleh semua karyawan dalam organisasi.

Tabel. 1
Data Sewa Kendaraan dengan PPH

No	Tahun	Jumlah Perusahaan
1.	2015	5
2.	2016	10
3.	2017	10
4.	2018	12
5.	2019	10
6.	2020	9

Sumber : Data PT Sawunggaling Karya Trans Sidoarjo

Dari data diatas bisa dijelaskan bahwa PT Sawunggaling Karya Trans setiap tahunnya mempunyai beberapa perusahaan yang menyewa kendaraan namun diantaranya juga terdapat sejumlah orang yang menyewa kendaraan dengan menggunakan nama pribadi, yang mengalami naik turun setiap tahunnya

Di suatu perusahaan penting seorang karyawan memiliki keterampilan dasar serta etos kerja dengan didukung lingkungan kerja sehingga produktivitas kerja dapat semakin baik.

2.TINJAUAN PUSTAKA

KETERAMPILAN

KERJA

Wahyu et al.,(2015) keterampilan yaitu mengembangkan pengetahuan yang diperoleh melalui pengalaman dan pembinaan dengan melakukan tugas keterampilan bukan hanya dimiliki setiap orang bisa lebih membantu menghasilkan sesuatu yang memiliki nilai dengan lebih cepat

Indikator Keterampilan Kerja Robbins(2011) dalam Mawarni(2020) menyatakan bahwa pada dasarnya dimensi keterampilan kerja karyawan dapat diklasifikasikan menjadi empat diantaranya keahlian dasar , keahlian teknik , keahlian interpersonal , menyelesaikan masalah

ETOS

Sinamo(2020:35) Etos kerja profesional ialah seperangkat perilaku bekerja positif bermutu tinggi, berasal pada kesadaran yang jernih dengan keyakinan kuat pada paradigma bekerja holistik

Indikator etos kerja Sinamo (2011)dalam Salsabila&Anitra(2021) adalah kerja adalahrahmat, kerjaadalah amanah, kerja adalah panggilan ,kerja adalah aktualisasi, kerja adalahibadah, kerjaadalah seni, kerja adalahkehormatan, kerja adalah pelayanan

LINGKUNGAN KERJA

Leonard et al., (2020) Lingkungan kerja ialah semuakeadaan yang berada disekitar tempat kerja, dapatmempengaruhi karyawan secara langsung ataupun tidak langsung. Indikator Sedarmayanti(2011)dalam Bukhari & Pasaribu(2019)yaitu penerangan,suhu,suara bising,penggunaan warna,ruang gerak yang diperlukan,kemampuan bekerja,hubungan antar pegawai

PRODUKTIVITAS KERJA

Wahyuningsih (2019) menjelaskan bahwa produktivitas kerja ialah sikap mental yang mencari perbaikan terhadap yang sudah ada, merupakan keyakinan apabila seseorang mampu melakukan pekerjaan lebih baik hari ini dari hari kemarin, dan besok lebih baik dari hari ini.

Indikator Produktivitas Sutrisno(2011)dalam AS&Suprianto (2017) mengukur tingkat produktivitas kerja antara lain kemampuan,meningkatkan hasil yang dicapai, semangat kerja pengembangan diri, mutu,efisiensi,

3.METODE PENELITIAN

Pada riset ini peneliti menerapkan metode penelitian kuantitatif. Riset ini terdapat populasi dengan jumlah sampel sama yang sejumlah 59 responden . Teknik sampel yang dipergunakan ialah *nonprobability sampling* pada jenis sampel sensus. Informasi data diperoleh dari observasi, dokumentasi & kuesioner. Adapun teknik analisis data yakni diantaranya melibatkan uji validitas& reliabilitas, uji asumsi klasik dan setelah itu dilakukan uji regresi linier berganda serta uji koefisien determinasi dan uji hipotesis yang mencakup uji t dan uji F.

3.1 Uji Validitas

Digunakan guna mengukur valid sebuah pernyataan pada kuesioner dengan koefisien korelasi lebih dari 0,3

TABEL 3.1 HASIL HASIL UJI VALIDITAS				
Item	Item	Item	Item	Item
Keterampilan Kerja (K)	K1_1_1	0,808	0,3	Valid
	K1_1_2	0,808	0,3	Valid
	K1_1_3	0,808	0,3	Valid
	K1_1_4	0,815	0,3	Valid
	K1_1_5	0,704	0,3	Valid
	K2_2_1	0,804	0,3	Valid
	K2_2_2	0,802	0,3	Valid
	K2_2_3	0,802	0,3	Valid
	K2_2_4	0,804	0,3	Valid
	K2_2_5	0,802	0,3	Valid
Kemampuan Kerja (K)	K3_3_1	0,808	0,3	Valid
	K3_3_2	0,807	0,3	Valid
	K3_3_3	0,807	0,3	Valid
	K3_3_4	0,804	0,3	Valid
	K3_3_5	0,804	0,3	Valid
	K3_3_6	0,807	0,3	Valid
	K3_3_7	0,807	0,3	Valid
	K3_3_8	0,807	0,3	Valid
	K3_3_9	0,807	0,3	Valid
	K3_3_10	0,807	0,3	Valid
Kemampuan Kerja (K)	K4_4_1	0,808	0,3	Valid
	K4_4_2	0,808	0,3	Valid
	K4_4_3	0,808	0,3	Valid
	K4_4_4	0,808	0,3	Valid
	K4_4_5	0,808	0,3	Valid
	K4_4_6	0,808	0,3	Valid
	K4_4_7	0,808	0,3	Valid
	K4_4_8	0,808	0,3	Valid
	K4_4_9	0,808	0,3	Valid
	K4_4_10	0,808	0,3	Valid

Sesuai tabel tersebut hasil uji validitas untuk seluruh item memiliki nilai korelasi lebih dari 0,3 sehingga kuesioner dapat dinyatakan valid

3.2 Uji Reliabilitas

Sebuah angket dinyatakan reliabel apabila jawaban terhadap pernyataan dapat tetap dari waktu ke waktu. Variable diartikan reliabel dengan angka cronbach alpha lebih dari 0,70

TABEL 3.2 HASIL UJI RELIABILITAS			
Item	Item	Item	Item
Keterampilan Kerja	0,874	0,7	Reliabel
Kemampuan Kerja	0,758	0,7	Reliabel
Produktivitas Kerja	0,815	0,7	Reliabel

Sumber : Lampiran Output SPSS Uji Reliabilitas

Disimpulkan pada tabel 3 dengan angka cronbach's alpha pada seluruh variabel lebih dari 0,7 dan dapat dinyatakan instrument atau angket reliabel.

4.Uji Asumsi Klasik

4.1 Uji Normalitas

Uji ini bermaksud mengetahui dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal. Data dilihat melalui pengujian non parametric Kolmogrov-smirnov dengan berdistribusi normal jika memiliki angka signifikan > 0.05 .

Tabel 4. Uji Normalitas

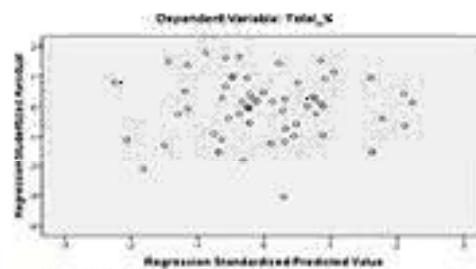
		Signifikansi Residual
K Normal Q-Q	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,0000000
	Skewness	0,000
	Kurtosis	0,000
	Kepasihan	0,000
Kolmogorov-Smirnov ^a		0,792
Lilliefors Significance Probability		0,792

a. Test based on the default normal distribution.

Deteksi normalitas memiliki nilai $0,792 > 0,05$ sehingga dapat memenuhi syarat untuk selanjutnya dilakukan analisis

4.2 Uji Heterokedastisitas

Uji ini dipakai guna mengetahui dalam regresi memiliki perbedaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Gambar.1. Uji Heterokedastisitas

Berdasar hasil diatas tidak terdapat heterokedastisitas karena plot tidak memiliki pola tertentu.

4.3 Uji Multikolinearitas

Uji ini bermaksud menguji regresi terdapat korelasi dengan variabel independen. Acuan yang menjelaskan multikolinearitas apabila taraf Tolerance > 0.10 atau nilai VIF < 10 dinyatakan terhindar dari gejala multikolinearitas

TABEL 5. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant		
Keterampilan Kerja	.591	1.692
Etos Kerja	.778	1.285
Lingkungan Kerja	.591	1.692

Source: Data SPSS dan Excel

Berdasar tabel 5 dapat diartikan bahwa nilai tolerance pada semua variabel >0,10 dengan nilai VIF untuk semua variable lebih kecil dari 10 sehingga data diatas menunjukkan tidak berlaku multikolinearitas

4.4 Uji Autokorelasi

Berdasar hasil uji dengan SPSS versi 17 dibawah ini :

Tabel 6. Autokorelasi

Lag Order	
1	2.034

Source: Data SPSS dan Excel

Diketahui hasil diatas bahwa nilai DW 2.034 yang artinya lebih dari batas atas (du) 1.687 sehingga tak terjadi autokorelasi.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan olah data pada program SPSS diperoleh hasil regresi linier berganda :

$$Y = 3.022 + 0.277 X_1 + 0.488 X_2 + 0.096 X_3$$

maka dapat diinterpretasikan kesimpulan yaitu :

1. Konstanta constant (α) 3.022 dan berarah positif apabila variabel keterampilan (X_1), etos kerja (X_2), dan lingkungan kerja (X_3) jika nilainya 0 lalu angka prduktivitas kerja (Y) sejumlah 3.022
2. Koefisien keterampilan sejumlah 0.277 adalah menunjukkan maksud apabila keterampilan kerja naik maka produktivitas kerja (Y) naik sejumlah 0.277.
3. Koefisien etos kerja sebesar 0.488 yang menunjukkan maksud bilamana etos kerja naik maka produktivitas kerja akan naik sebesar 0.488.
4. Koefisien lingkungan kerja sebesar 0.096 artinya bilaman lingkungan kerja naik maka produktivitas kerja akan mengalami kenaikan sejumlah 0.096.

4.6 Uji Determinasi

determinasi dalam kesimpulannya mengukur sejauh mana model menerangkan variasi variabel terikat.

Tabel 7. Analisis Determinasi

Model	R	Adjusted R Square	Significance
1	.900	.800	.000

Sumber : Output SPSS data diolah

Kesimpulan pada perhitungan diatas didapati nilai (R) sebesar 900 mempunyai hubungan sangat kuat berdasarkan interpretasi koefisien korelasi dan angka Adjusted r squared yakni 0,800 menunjukkan apabila sebesar 80% Produktivitas kerja (Y) bisa dijelaskan melalui variabel keterampilan, etos kerja, lingkungan kerja dan 20% dijelaskan melalui factor lain yang tidak diteliti.

4.7 Uji t

Uji t digunakan guna mengetahui dampak satu variabel bebas secara individual untuk menerangkan variabel terikat.

Tabel 8. Uji t

Model	t	Sig.
Keterampilan Kerja	2.333	.023
Etos Kerja	4.518	.000
Lingkungan Kerja	.920	.362

Sumber : Output SPSS data diolah

Berdasarkan perolehan diatas maka :

1. Pada variabel Keterampilan Kerja (X1) angka $t_{hitung} 2.333 > t_{tabel} 2,003$ melalui nilai $sig. 0,023 < 0,05$
2. Pada variabel Etos Kerja (X2) angka $t_{hitung} 4.518 > t_{tabel} 2,003$ melalui nilai $sig. 0,000 < 0,05$
3. Pada variabel Lingkungan Kerja (X3) nilai $t_{hitung} 920 < t_{tabel} 2,003$ melalui nilai $sig. 0,362 > 0,05$

4.8 Uji F

Diperoleh nilai uji simultan melalui perhitungan dengan program SPSS 17

Tabel 9. Uji F

Model	F	Sig.
Regression	76.238	.000*

Sumber : Output SPSS data diolah

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa jumlah nilai F sebesar 76.238 melalui taraf $sig. 0,000 < 0,05$ dan variabel keterampilan kerja, etos kerja dan lingkungan kerja secara bersama berpengaruh bagi produktivitas kerja.

5. PEMBAHASAN

1. Hasil analisis pengujian hipotesis menjelaskan bahwa variabel keterampilan memiliki signifikansi $0,023 < 0,05$ dalam hal ini dapat ditarik simpulan bahwa keterampilan dapat mempengaruhi produktivitas kerja. Selarasnya hasil ini dengan paparan Damanik & Sahla (2020) bahwa hasil riset menetapkan keterampilan kerja berpengaruh signifikan bagi produktivitas kerja.
2. Dari analisis uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel etos kerja mempunyai angka sig $0,000 < 0,05$ dapat diartikan bahwa etos kerja dapat mempengaruhi produktivitas kerja. selarasnya hasil ini dengan riset yang dipaparkan Wahyuni & Ulum (2018), Pardede (2020) menetapkan bahwa hasil riset menunjukkan bahwa etos kerja berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja.
3. Hasil analisis uji hipotesis menjelaskan variabel lingkungan kerja memiliki signifikansi $0,362 > 0,05$ dalam ini disimpulkan lingkungan kerja berpengaruh positif tidak signifikan terhadap produktivitas kerja. Hasil yang diperoleh selaras dengan riset yang dilakukan Rampisela & Lumintang (2020) yang menetapkan lingkungan kerja memiliki hasil positif tidak signifikan terhadap produktivitas kerja. Namun hasil tidak selaras dengan penelitian Saleh (2018) yang menetapkan bahwa lingkungan kerja menunjukkan hasil negatif dan tidak signifikan terhadap produktivitas kerja.

6. SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan diperoleh hasil yaitu (1) Keterampilan kerja menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja pegawai PT Sawunggaling Karya Trans Sidoarjo. (2) Etos kerja menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja pegawai PT Sawunggaling Karya Trans Sidoarjo (3) Lingkungan kerja menunjukkan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap produktivitas kerja pegawai PT Sawunggaling Karya Trans Sidoarjo.

7. IMPLIKASI

Riset ini mengimplikasikan apabila produktivitas kerja dalam PT Sawunggaling Karya Trans baik maka hasil kerja yang diperoleh juga semakin baik yang dapat diketahui melalui keterampilan kerja, etos kerja dan lingkungan kerja yang selalu diperhatikan dan dioptimalkan

8. KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan tema yang diambil maka pengukuran penelitian dilakukan berdasarkan hasil kuesioner yang di kepada responden yang dalam beberapa jawaban terdapat sedikit hasil yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti

DAFTAR PUSTAKA

- AS, S., & Suprianto, A. (2017). Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Multifuel Boiler Pada Pt. Lontar Papyrus Pulp and Paper Industry. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 2(1).
- Bukhari, & Pasaribu, S. E. (2019). Pengaruh Motivasi, Kompetensi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1),

- 89–103.
- Damanik, S. R., & Sahla, H. (2020). PENGARUH PENDIDIKAN , MOTIVASI DAN KETERAMPILAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA GURU DI SMP N 1 LIMA PULUH KECAMATAN LIMA PULUH KABUPATEN BATU BARA Jl . Jend . Ahmad Yani , Kisaran Naga , Kec . Kisaran Timur. *Jurnal Sains Ekonomi*, 1(1).
- Leonard, N. L., Adolfini, & Uhing, Y. (2020). Pengaruh Etos Kerja Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Badan Pertanahan Nasional Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 52–61.
- Mawarni, S. (2020). *PRESTASI KERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada PT Laksana Kurnia Mandiri Sejati Tegal) SKRIPSI PRESTASI KERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada PT Laksana Kurnia Mandiri Sejati Tegal)*. Universitas Pancasakti Tegal.
- Moeheriono. (2010). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi Edisi Kesepuluh Jilid Dua*. Ghalia Indonesia.
- Pardede, A. Y. (2020). Pengaruh Kompetensi Pegawai, Komunikasi, Lingkungan Kerja Dan Etos Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Polonia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 2(1), 79–85.
- Rampisela, V. A. J., & Lumintang, G. G. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja Dan Upah Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pt Dayana Cipta. *Jurnal EMBA*, 8(1), 302–311.
- Saleh, A. R. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja, Etos Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Di PT Inko Java Semarang. *Among Makarti*, 11(21), 28–50.
- Salsabila, R., & Anitra, V. (2021). Pengaruh Etos Kerja Terhadap Kinerja Karyawan: Studi Pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. *Borneo Student Research*, 2.
- Sinamo, J. (2020). *8 Etos Kerja Profesional*. Institut Darma Mahardika.
- Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana Prenada Media Group.
- Wahyu, S., Hana, L., Mufidah, A., Manajemen, J., Ekonomi, F., Unej, U. J., & Kalimantan, J. (2015). *Pengaruh Keterampilan Kerja , Pengalaman Kerja , dan Sikap Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Kabupaten Bondowoso (The Effect of Work Skill , work Experiences And Attitude Work of Performance of Employees At Tobacco Compani*.
- Wahyuni, I., & Ulum, R. W. (2018). Pengaruh Komitmen dan Etos Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH (JEBG)*, 16, 90–103.
- Wahyuningsih, S. (2019). Pengaruh Pelatihan Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Warta Edisi*, 60(April).

PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PELAYARAN YANG TERDAFTAR PADA BEI 2015 - 2019

Moch. Muammar Yusuf ¹, Taudlikul Afkar ²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia ^{1,2}
Email: muamaraam@gmail.com
Koresponden: afkar@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Likuiditas (X1), Solvabilitas (X2), Profitabilitas (X3) dan Nilai Perusahaan (Y). Populasi pada penelitian ini adalah laporan keuangan pada perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden dengan menggunakan purposive sampling, pengumpulan data pada penelitian ini adalah pengumpulan dokumentasi yang diperoleh dari BEI berupa data laporan keuangan pada tahun 2015-2019. Teknik analisis pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan model regresi linier berganda

Kata kunci : *likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas, Nilai perusahaan*

ABSTRACT

This study aims to analyze the shipping companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019. The variables used in this study are Liquidity (X1), Solvency (X2), Profitability (X3) and Firm Value (Y). The population in this study is the financial statements on shipping companies listed on the IDX. The number of samples in this study were 30 respondents using purposive sampling, data collection in this study was the collection of documentation obtained from the IDX in the form of financial statement data for 2015-2019. The analysis technique in this research is quantitative descriptive with multiple linear regression models

Keywords: liquidity, solvency, provitability, company value

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari serangkaian arus kas masuk yang akan dihasilkan perusahaan pada masa mendatang. Nilai perusahaan yang sudah go public tercermin dalam harga pasar saham perusahaan. Nilai perusahaan yang belum go public nilainya terlealisasi apabila perusahaan akan dijual (total aktiva dan prospek perusahaan, risiko usaha). Rasio profitabilitas yang dapat digunakan untuk mengukur posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau untuk beberapa periode. Profitabilitas rasio yang menunjukkan

Rumusan Masalah

1. Apakah *Celebrity Endorsement* berpengaruh terhadap *Brand Image* pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo* ?
2. Apakah *Celebrity Endorsement* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo* ?
3. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo* ?
4. Apakah *Celebrity Endorsement* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo* ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Brand Image* pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo*.

TELAAH PUSTAKA

Landasan Teori

Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan kegiatan perusahaan secara yang langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Kotler (2001), pemasaran yakni bekerja dengan pasar sasaran dengan tujuan mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memberi kepuasan mengenai kebutuhan dan keinginan manusia.

Celebrity Endorsement (C-Endorsement)

Shimp (2003), *Celebrity Endorsement* yakni promosi yang menggunakan artis sebagai bintang iklan produk atau jasa di media-media, dari media cetak, media sosial, dan media televisi. Selain itu selebriti juga digunakan karena atribut kesohorannya termasuk ketampanan, keberanian, talenta, keanggunan, kekuatan dan daya tarik seksualnya yang mewakili daya tarik yang diinginkan oleh merek yang mereka iklankan. Indikator *Celebrity Endorsement* menurut Shimp (2003) sebagai berikut :

- (1) *Truthworthiness* (kepercayaan)
- (2) *Expertise* (keahlian)
- (3) *Attractiveness* (daya tarik)
- (4) *Respect* (rasa hormat)
- (5) *Similarity* (kesan)

Brand Image (B-Image)

Henslowe (2008) *Brand Image* yaitu kesan yang didapat menurut tingkatan dari pengertian fakta mengenai orang, produk dan situasi saat itu juga. Indikator *Brand Image* menurut Aaker yang dialih bahasakan oleh Aris Ananda (2011) :

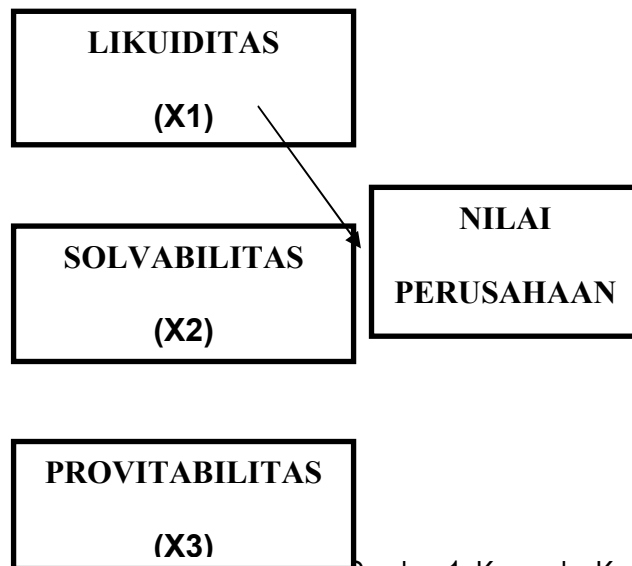
- (1) *Recognition* (pengakuan)
- (2) *Reputation* (reputasi)
- (3) *Affinity* (afinitas)

Keputusan Pembelian

Buchari Alma (2011:96) keputusan pembelian adalah keputusan dari konsumen yang dipengaruhi oleh factor ekonomi, perkembangan teknologi, faktor politik, budaya, produk, penetapan harga, faktor lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*. Yang dapat membentuk suatu sikap terhadap konsumen untuk mengolah berbagai informasi dalam mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli. Indikator Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2008:181) adalah :

- (1) Pilihan produk
- (2) Pilihan merek
- (3) Pilihan penyalur
- (4) Waktu pembelian
- (5) Jumlah pembelian

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Celebrity Endorsement* berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Image* pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo*.
2. *Celebrity Endorsement* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo*.
3. *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo*.
4. *Celebrity Endorsement* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image*.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari *3Second Store SunCity Mall Sidoarjo*. Untuk sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 117. Untuk teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *insidental sampling*. *Sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Alat Pengumpul Data

Untuk mendapatkan data yang akurat, alat pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Kuesioner (Angket).

METODE ANALISIS

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari 3^{Second Store SunCity Mall} Sidoarjo. Sedangkan sampel yang diambil dari penelitian ini sebanyak 117 responden yang merupakan perhitungan dari jumlah sampel dengan rumus Ferdinand, yaitu :

$n = (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan})$

Keterangan :

n : jumlah sampel

Besar Sampel :

$$n = (9 \times 13) \\ = 117$$

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *insidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Tujuan pada analisis jalur atau path analysis pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah ada hubungan antar variabel yang bersifat sebab akibat dan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan secara langsung dan tidak langsung antara variabel *Celebrity Endorsement* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y2) melalui *Brand Image* (Y1). Yang menggunakan analisis regresi linier dengan model I dan regresi linier model II.

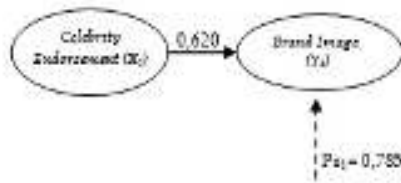
Tabel 1.
Analisis Regresi Linier model I

Variabel	Standardized Coefficients Beta	t-value	Sig.	Keterangan
Constant 8 (8,153)		4,278	0,000	
Celebrity Endorsement(X ₁)	0,620	3,474	0,000	Signifikan
		R Square	= 0,394	
		α	= 0,05	
Keterangan				
- Jumlah data (N)		117 Responden		
- Dependen variabel		Brand Image (Y ₁)		
Sumber: Data diolah peneliti, 2019				

Sumber: Data diolah peneliti, 2019.

Hasil analisis regresi linier model I dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel *Celebrity Endorsement* yaitu X₁ = 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini dapat diambil

kesimpulan bahwa Regresi Model I, yakni variabel *Celebrity Endorsement* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* (Y_1) dengan nilai R square (R^2) sebesar 0,384 atau 38,4% angka ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement* (X_1) mampu memberikan kontribusi terhadap variabel *Brand Image* (Y_1) sebesar 38,4% sedangkan sisanya yaitu sebesar 61,6% ($100\% - 38,4\%$) yang disebabkan oleh kontribusi dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara itu, untuk mencari nilai e_1 dapat menggunakan rumus $b_{e1} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,384} = 0,785$. Jadi, nilai P_{e1} sebesar 0,785. Hasil dari uji analisis jalur menggunakan model regresi I dengan nilai standardized coefficients beta sebesar 0,620 dan nilai P_{e1} sebesar 0,785. Sehingga dapat diperoleh diagram jalur model I sebagai berikut :



Gambar 4.6 Diagram Jalur Analisis Model I

Tabel 2.
Analisis Regresi Linier model II

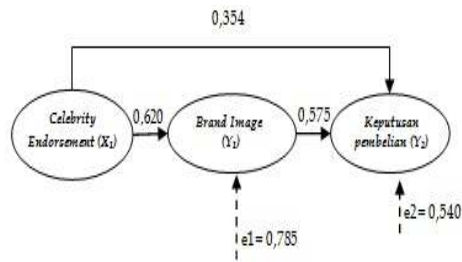
Variabel	Standardized Coefficients Beta	t-count	Sig.	Keterangan
Constant # (2,373)		0,927	0,361	
Celebrity Endorsement (X_1)	0,334	3,459	0,000	Signifikan
Brand Image (Y_1)	0,373	3,912	0,000	Signifikan
R Square		= 0,708		
		= 0,85		
Keterangan:				
- Jumlah data (N)		117 Responden		
- Dependen variabel		Keputusan pembelian (Y_2)		

Sumber: Data diolah penulis, 2019

Sumber: Data diolah peneliti, 2022.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel *Celebrity Endorsement* dan *Brand Image* yaitu $X_1 = 0,000$ dan $Y_1 = 0,000$ lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Regresi Model II, yakni variabel *Celebrity Endorsement* (X_1) dan *Brand Image* (Y_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y_2).

Nilai R square (R^2) sebesar 0,708 atau 70,8% angka ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement* (X_1) dan *Brand Image* (Y_1) mampu memberikan kontribusi terhadap variabel Keputusan pembelian (Y_2) sebesar 70,8% sedangkan sisanya yaitu sebesar 29,2% ($100\% - 70,8\%$) yang disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara itu, untuk mencari nilai e_2 dapat menggunakan rumus $b_{e2} = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,708} = 0,540$. Jadi, nilai P_{e2} sebesar 0,540. Dengan demikian dapat diperoleh diagram jalur model struktur I sebagai berikut :



Persamaan Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Hasil analisis jalur bisa dilihat pada Tabel 1 & 2 diatas sehingga didapatkan model persamaan *Path Analysis* sebagai berikut:

$$Y_1 = 8,153 + 0,620X_1 + e_1$$

$$Y_2 = 2,171 + 0,354X_1 + 0,620X_1 * 0,575Y_1 + 0,575Y_1 + e_2$$

Persamaan analisis jalur tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Nilai Koefisien Jalur Persamaan Y1

Pada tabel 1 menunjukkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya *Celebrity Endorsement (X1)* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Brand Image (Y1)*. Koefisien jalur β pada variabel *Celebrity Endorsement (X1)* dilihat dari nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,620 menunjukkan apabila *Celebrity Endorsement (X1)* meningkat maka akan berpengaruh pada *Brand Image (Y1)* pada produk *3Second* dengan besar pengaruhnya sebesar 62%.

b. Nilai Koefisien Jalur Persamaan Y2

Pada tabel 2, menunjukkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya *Celebrity Endorsement (X1)* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2). Koefisien jalur β pada variabel *Celebrity Endorsement (X1)* sebesar 0,354 menunjukkan apabila *Celebrity Endorsement (X1)* meningkat maka akan berpengaruh pada Keputusan Pembelian (Y2) pada produk *3Second* dengan besar pengaruhnya sebesar 35,4%.

Pada tabel 2, menunjukkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya *Brand Image (Y1)* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y2). Koefisien jalur β pada variabel *Brand Image (Y1)* sebesar 0,575 menunjukkan apabila *Brand Image (Y1)* meningkat maka akan berpengaruh pada Keputusan Pembelian (Y2) pada produk *3Second* sebesar 57,5%.

Nilai pengaruh langsung (X1 – Y1) dikalikan dengan nilai pengaruh langsung (Y1 – Y2) yaitu $(0,620 \times 0,575 = 0,357)$. Namun demikian pengaruh langsung dari variabel *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian lebih kecil yaitu 0,354 ($0,354 < 0,357$). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh tidak langsung sehingga variabel *Celebrity Endorsement* dapat melalui variabel intervening yaitu brand image dalam mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian.

c. Koefisien Determinasi R Square

Nilai R square (R^2) pada tabel 1, sebesar 0,384 atau 38,4% angka ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement* (X_1) mampu memberikan variasi atau kontribusi terhadap variabel terikat *Brand Image* (Y_1) sebesar 38,4% sedangkan sisanya sebesar 61,6% ($100\% - 38,4\%$). Nilai R square (R^2) pada tabel 5, sebesar 0,708 atau 70,8% angka ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement* (X_1) dan *Brand Image* (Y_1) mampu memberikan variasi atau kontribusi terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y_2) sebesar 70,8% sedangkan sisanya sebesar 29,2% ($100\% - 70,8\%$) yang disebabkan oleh kontribusi dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Berdasarkan perhitungan $b_{\epsilon 1} = \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,384)} = 0,785$ dan $b_{\epsilon 2} = \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,708)} = 0,540$. Hasil koefisien determinasi total adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} R^2_M &= 1 - (b_{\epsilon 1})^2 - (b_{\epsilon 2})^2 \\ &= 1 - (0,785)^2 - (0,540)^2 \\ &= 1 - (0,616) - (0,292) \\ &= 1 - 0,908 = 0,092 \end{aligned}$$

Nilai determinasi total sebesar 0,092 mempunyai arti bahwa sebesar 9,2% variasi Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh *Celebrity Endorsement* dan *Brand Image*, sedangkan sisanya sebesar 90,8% ($100\% - 9,2\% = 90,8\%$) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Koefisien Jalur Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Pengaruh Antar Variabel

Tabel 3.

Koefisien Jalur Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total Antar Variabel

Pengaruh Variabel	Pengaruh Kausal		Total Pengaruh
	Langsung	Tidak Langsung	
$X_1 - Y_1$	0,620	-	0,620
$X_1 - Y_2$	0,354	0,357	0,711
$Y_1 - Y_2$	0,575	-	0,575

Sumber: Data diolah peneliti, 2019.

Pada Tabel 3, diatas dapat dilihat besarnya pengaruh variabel *Celebrity Endorsement* (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y_2) melalui *Brand Image* (Y_1) baik secara langsung maupun tidak langsung, yaitu besarnya pengaruh tidak langsung antara variabel *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* yaitu sebesar 0,357 didapat dari nilai pengaruh langsung ($X_1 - Y_1$) dikalikan dengan nilai pengaruh langsung ($Y_1 - Y_2$) yaitu ($0,620 \times 0,575 = 0,357$). Namun demikian pengaruh langsung dari variabel *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian lebih kecil yaitu 0,354 ($0,354 < 0,357$). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh tidak langsung

sehingga variabel *Celebrity Endorsement* dapat melalui variabel intervening yaitu *Brand Image* dalam mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian.

Pengujian Hipotesis

Uji-t

Model I berpengaruh terhadap Brand Image dengan α adalah 0,05, n adalah jumlah sampel yaitu 117 dan k adalah jumlah variabel yaitu 2.

Tabel 4.

Hasil Pengujian Uji-t model I

Variabel	t-hitung	Sig.	Keterangan
<i>Celebrity Endorsement</i> (X_1)	8,574	0,000	Signifikan
Keterangan:			
- Dependen variabel			<i>Brand Image</i> (Y_1)
Sumber: Data diolah peneliti, 2019.			

Tabel 5.

Hasil Pengujian Uji-t model II

Variabel	t-hitung	Sig.	Keterangan
<i>Celebrity Endorsement</i> (X_1)	5,489	0,000	Signifikan
<i>Brand Image</i> (Y_1)	8,912	0,000	Signifikan
Keterangan:			
- Dependen variabel			Keputusan Pembelian (Y_2)
Sumber: Data diolah peneliti, 2019.			

Kesimpulan untuk hipotesis yang diuji oleh peneliti ada 4 hipotesis yaitu:

a. ***Celebrity Endorsement* (X_1) berpengaruh pada *Brand Image* (Y_1)**

Pada tabel 4 didapatkan hasil yaitu signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 8,574 > t_{tabel} 1,98099$. Sehingga ditarik kesimpulan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Celebrity Endorsement* (X_1) terhadap variabel *Brand Image* (Y_1) produk 3Second Store Sidoarjo.

b. ***Celebrity Endorsement* (X_1) berpengaruh pada Keputusan Pembelian (Y_2)**

Pada tabel 5 didapatkan hasil yaitu signifikan $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 5,489 < t_{tabel} 1,98118$. Sehingga ditarik kesimpulan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Celebrity Endorsement* (X_1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y_2) produk 3Second Store Sidoarjo.

c. ***Brand Image* (Y_1) berpengaruh pada Keputusan Pembelian (Y_2)**

Pada tabel 5 didapatkan hasil yaitu signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 8,912 > t_{tabel} 1,98118$. Sehingga ditarik kesimpulan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Brand Image* (Y_1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y_2) produk 3Second Store Sidoarjo.

d. *Celebrity Endorsement* (X_1) berpengaruh pada Keputusan Pembelian (Y_2) Melalui *Brand Image* (Y_1)

Pada Tabel 3 diatas dapat dilihat besarnya pengaruh tidak langsung antara variabel *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* yaitu sebesar 0,357 didapat dari nilai pengaruh langsung ($X_1 - Y_1$) dikalikan dengan nilai pengaruh langsung ($Y_1 - Y_2$) yaitu ($0,620 \times 0,575 = 0,357$). Namun demikian pengaruh langsung dari variabel *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian lebih kecil yaitu 0,354 ($0,354 < 0,357$). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh tidak langsung sehingga variabel *Celebrity Endorsement* dapat melalui variabel intervening yaitu *Brand Image* dalam mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Celebrity Endorsement* (X_1) terhadap *Brand Image* (Y_1)

Celebrity Endorsement memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Brand Image*. Analisis tersebut dapat diketahui melalui nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$.

2. Pengaruh *Celebrity Endorsement* (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y_2)

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, hal ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$.

3. Pengaruh *Brand Image* (Y_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y_2)

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Brand Image* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, hal ini dibuktikan dari hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$.

4. *Celebrity Endorsement* (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y_2) Melalui *Brand Image* (Y_1)

Berdasarkan hasil penelitian, *Celebrity Endorsement* terbukti berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* sebagai variabel Interveningnya. Analisis tersebut dibuktikan dari hasil penelitian yang dapat diketahui bahwa pengaruh tidak langsung antara variabel *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* yaitu sebesar 0,357 didapat dari nilai pengaruh langsung ($X_1 - Y_1$) dikalikan dengan nilai pengaruh langsung ($Y_1 - Y_2$) yaitu ($0,620 \times 0,575 = 0,357$). Namun demikian pengaruh langsung dari variabel *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian lebih kecil yaitu 0,354 ($0,354 < 0,357$). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh tidak langsung sehingga variabel *Celebrity Endorsement* dapat melalui variabel intervening yaitu *Brand Image* dalam mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian.

Simpulan

1. Variabel *Celebrity Endorsement* (X1) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel *Brand Image* (Y1).
2. Variabel *Celebrity Endorsement* (X1) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y2).
3. Variabel *Brand Image* (Y1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y2).
4. Besarnya pengaruh tidak langsung antara variabel *Celebrity Endorsement* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y2) melalui *Brand Image* (Y1). Terlihat dari perbandingan nilai pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Sedangkan pengaruh langsung dari variabel *Celebrity Endorsement* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y2) lebih kecil dari pengaruh tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh tidak langsung sehingga variabel *Celebrity Endorsement* (X1) dapat melalui variabel *intervening* yaitu *Brand Image* (Y1) dalam mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian (Y2).

Implikasi

Hasil penelitian ini dapat digunakan bagi peneliti selanjutnya. Variabel yang digunakan masih terbatas dalam pengukuran persepsi konsumen terhadap perilaku mengkonsumsi produk luar negeri untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian. Sebaiknya peneliti selanjutnya menggunakan komponen lain yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya untuk mengetahui pengaruh lebih lanjut terhadap *Brand Image* dan Keputusan Pembelian pada kategori produk yang bisa digunakan seperti baju, makanan, celana, tas, kosmetik, alat otomotif, alat perkakas rumah tangga dan produk lainnya yang kurang familiar di mata konsumen dapat digunakan sebagai objek penelitian selanjutnya. Bagi pemilik perusahaan sebaiknya mempertimbangkan pemilihan *Celebrity Endorsement* yang akan digunakan untuk mendukung produk yang akan dipromosikannya sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner, kadang jawaban yang diberikan oleh para responden kurang konsisten menurut peneliti. Karena para responden kurang teliti dalam mencermati pernyataan kuesioner yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence, 2003. Periklanan, Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Aaker, David A. dalam Aris Ananda (2011). Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. Spektrum Mitra Utama. Jakarta.

- Buchari Alma. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Henslowe, P. 2008. *Public Relation, A Practical Guide to the Basics*. Kogan Page Ltd, USA.
- Kotler, Philip. (1996). Manajemen Pemasaran : *Marketing Manajemen 9e*. Jakarta, PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jakarta, PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. (2002). Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta. PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. (2016). *Marketing Manajemen*, (16thEdition), New Jersey: Prentice Hall Published.
- Nugroho, Setiadi, J. 2003. Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian bisnis pemasaran. Jakarta. Prenada Media.
- Pradhan, D., Duraipandian, I (2014). *Celebrity Endorsement : How Celebrity – Brand – User Personality Congruence Affects Brand Attitude And Purchase Intention*. *Journal od Marketing Communications*, (october 2014), 37-41.

PENGARUH MOTIVASI KERJA, DISIPLIN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT SURYA HARMONIKA MANUNGGA SIDOARJO

Miftakhul Choir¹, Sutama Wisnu Dyatmika²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia^{1,2}
Email : miftakhulchoiro07@gmail.com¹
Koresponden: sutama@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Setiap perusahaan telah menentukan rencana dan target yang harus dicapai pada periode tertentu, berbagai strategi telah ditempuh dan manajemen perusahaan akan selalu mengoptimalkan SDM yang telah dimiliki untuk mewujudkan prestasi maksimal. Agar target instansi bisa cepat terwujud dibutuhkan kerja sama yang baik antara karyawan dan perusahaan serta harus menjaga hubungan kerja agar selalu harmonis. Penelitian ini dilakukan pada PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo. Adapun pendekatan yang dipakai ialah secara kuantitatif. Populasi yang dipakai sebanyak 40 orang dan jumlah sampel yang dipakai yaitu seluruh karyawannya sebanyak 40 orang. Didapatkan perolehan pengujian yang telah dilaksanakan, ditemukan hasil variabel bebas telah terbukti ada pengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo secara parsial. Sesuai hasil uji-f juga diketahui bahwa telah terbukti variabel bebas secara bersamaan (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo didapatkan hasil nilai F_{hitung} sejumlah 12.954 serta nilai Sig. $0.000 > 0.05$.

Kata Kunci : Motivasi kerja, disiplin kerja, lingkungan kerja, kepuasan kerja

ABSTRACT

Each company has determined plans and targets that must be achieved in a certain period, various strategies have been adopted and the company's management will always optimize the existing human resources to achieve maximum performance. In order for the agency's target to be realized quickly, good cooperation between employees and the company is needed and must maintain a harmonious working relationship. This research was conducted at PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo. The approach used is quantitative. The population used is 40 people and the number of samples used is all 40 employees. Obtaining the results of the tests that have been carried out, it is found that the results of the independent variables have been shown to have an effect on the job satisfaction of PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo employees partially. According to the results of the f-test, it is also known that it has been proven that the independent variables simultaneously (simultaneously) affect the job satisfaction of PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo employees. $0.000 > 0.05$.

Key Words : Work motivation, work discipline, work environment, job satisfaction

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan didirikan guna dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan. Tujuan yang telah ditetapkan tersebut apakah sudah tercapai atau tidak, karena sering terjadi oleh manajemen yang cenderung hanya di sibukkan dengan melakukan rutinitas. Kesuksesan suatu instansi dapat dicapai karena adanya dukungan sumber daya manusia (SDM). Manajemen perusahaan harus lebih mengamati pengelolaan sumber daya manusia yang terdapat pada instansi. SDM pada perusahaan diciptakan oleh seluruh karyawan perusahaan dalam setiap bidangnya. Penting adanya perencanaan strategis pada pengendalian SDM supaya bisa

membagikan petunjuk dengan pasti perihal maksud yang akan terwujud dan bagaimanapun cara mendapatkannya (Fuad et al., 2021)

Motivasi kerja dapat menumbuhkan dorongan atau semangat kerja pada bekerja. Namun motivasi tidak satu-satunya supaya kepuasan karyawan meningkat. Melalui adanya motivasi, maka muncul kemauan kerja dan adanya kerjasama, maka kinerja akan melonjak, dan jika tingkat motivasi turun ditandai pada perilaku tidak semangatnya pegawai saat menangani pekerjaannya, pegawai akan tidak mempunyai interaksi kerja yang baik dengan sesama teman kerja pada instansi jika tidak mempunyai tingkat motivasi yang tinggi sehingga dapat terjadinya konflik antar pegawai yang dapat memicu aktivitas operasional yang telah berjalan (Lusri & Siagian, 2017).

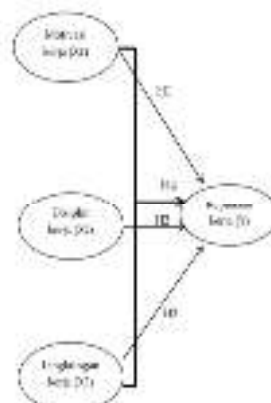
Selain motivasi kerja, adanya disiplin kerja juga bisa menjamin terjaga peraturan serta kelangsungan pekerjaan pada perusahaan, agar dapat membuahkan hasil maksimal, sedangkan guna pegawai disiplin kerja memberikan dampak kondisi kerja yang tenang sehingga bisa menambah kepuasan kerja pada pegawai (Tania et al., 2020)

Lingkungan kerja salah satu yang harus lebih diamati instansi sebab dapat mempengaruhi pada kondisi kerja pegawai. Visi misi dapat tercapai jika adanya lingkungan kerja yang nyaman, aman dan tenang serta dapat mempengaruhi kepuasan kerja karyawan (Herawati, 2017)

PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo salah satu perusahaan yang berlokasi tepatnya di Jalan Raya Sukodono, Km 3, Karangnongko, Pekarungan, Sidoarjo Jawa Timur. Pada waktu tahun-tahun awal pendiriannya perusahaan ini berusaha diterima pasar, Direktur Utama sendiri yang terjun mencari pasar ke berbagai daerah di Indonesia. Akhirnya dapat berkembang pesat perusahaan pembuatan rangka atap galvalum PT Surya Harmonika Manunggal. Oleh sebab itu PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo melakukan berbagai rencana dalam rangka mengelola SDM yang telah dimiliki. Suatu cara pengembangan sdm dilakukan PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo yakni motivasi kerja. Dengan dilakukannya motivasi kerja, diharapkan pegawai dapat menerima dorongan kerja dari rekan kerja maupun atasan. Hal ini bahwa, motivasi kerja dilakukan agar karyawan tidak mengalami penurunan kepuasan kerja.

Lain dari pada itu, faktor disiplin kerja dan lingkungan kerja menjadikan perhatian dari PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo guna mewujudkan kepuasan kerja karyawannya sampai akhirnya kepuasan pegawai yang tepat dan maksimal bisa terwujud serta tujuan instansi bisa tercapai secara maksimal. Oleh karena nya, ketiga faktor itu dapat menyumbangkan kontribusi pada kepuasan kerja karyawan dapat dilihat pada saat mengalami penurunan pada saat ini.

Penjabaran secara garis besar yang berhubungan dengan penelitian ini terbentuk pada sebuah gambar dibawah ini :



Gambar 1
Kerangka Konseptual

KAJIAN PUSTAKA

Motivasi kerja ialah semua objek yang menumbuhkan keinginan kerja (Thamrin et al., 2020), maka bisa ditarik kesimpulan dalam kepuasan kerja supaya seseorang bisa lebih semangat perlu adanya motivasi tinggi dalam bekerja. Sedangkan menurut (Hanafi & Yohana, 2017) Motivasi kerja ialah menjumpai keperluan pegawai serta menunjang untuk tercapainya pada proses yang halus dengan maksud guna memperdalam keahlian pegawai dalam mencukupi desakan instansi.

Disiplin kerja merupakan sikap pemahaman serta kesanggupan pada seorang diri karyawan dalam mematuhi seluruh aturan dan kaidah yang telah berlaku pada suatu organisasi. (Tania et al., 2020). Sedangkan menurut (Hidayat & Tahufiq, 2018) mengatakan bahwa disiplin kerja ialah kondisi yang mengakibatkan serta memberikan semangat pada pegawai guna bertindak serta menjalankan semua urusan sesuai pada ketetapan dan norma yang sudah ditentukan.

Lingkungan kerja yakni sumber arahan serta tempat menjalankan kegiatan hingga situasi lingkungan kerja yang baik harus diwujudkan supaya pegawai merasa tenang serta aman di dalam tempat guna menangani pekerjaan dengan tepat (Hidayat & Tahufiq, 2018) bisa ditarik simpulan kepuasan kerja akan dapat diterima pegawai jika situasi lingkungan kerja yang kondusif.

Menurut (Hanafi & Yohana, 2017) mengatakan bahwa kepuasan kerja ialah kondisi emosi positif yang didapatkan dari kenyamanan pada karyawan yang bermula pada pekerjaan mereka bisa ditarik simpulan kepuasan kerja bisa didapat jika suatu individu dapat merasakan dan mendapatkan kenikmatan serta kesenangan dalam pekerjaannya.

INDIKATOR-INDIKATOR

INDIKATOR MOTIVASI KERJA

Beberapa indikator dari motivasi kerja menurut Mustikawati dalam (Setioningtyas & Dyatmika, 2020) pada penelitian ini, antara lain:

1. Kebutuhan fisiologi
2. Kebutuhan keselamatan serta keamanan
3. Kebutuhan sosial
4. Kebutuhan penghargaan
5. Aktualisasi diri

INDIKATOR DISIPLIN KERJA

Beberapa indikator dari disiplin kerja menurut Supomo dan Nurhayati dalam (Tania et al., 2020) pada penelitian ini, yaitu:

1. Keadilan
2. Balas Jasa
3. Teladan Pimpinan
4. Sanksi Hukuman
5. Ketegasan

INDIKATOR LINGKUNGAN KERJA

Menurut Sedarmayanti dalam (Prahawan et al., n.d.) 2017 terdapat beberapa indikator lingkungan kerja pada penelitian ini, yakni:

1. Penerangan
2. Sirkulasi Udara
3. Kebisingan

INDIKATOR KEPUASAN KERJA

Beberapa indikator dari kepuasan kerja menurut Hasibuan dalam (Studi et al., 2020) pada penelitian ini, yakni:

1. Menyenangi pekerjaannya
2. Moral Kerja
3. Kedisiplinan
4. Prestasi Kerja

METODE

Pendekatan yang dipakai pada penelitian ini ialah secara kuantitatif. Metode yang dipakai dalam pengambilan sampel yakni *nonprobability sampling* dengan jenis *sampling jenuh*. Kuesioner serta dokumentasi dipilih sebagai teknik pengumpulan data, dimana populasi sejumlah 40 responden karena yang digunakan adalah sampel jenuh maka populasinya juga seperti sampel yakni sejumlah 40 responden.

Penelitian kali ini dilakukan di PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo Jl Raya Karangnongko, Pekarungan Kecamatan Sukodono. Waktu yang dipakai dari persiapan hingga pemberkasan selama 4 bulan dimulai pada bulan November 2020 hingga bulan maret 2021. Pengujian yang dipakai ialah pengujian instrumen penelitian, uji asumsi klasik serta regresi linier berganda.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Sesuai hasil perolehan yang didapat, dapat dipastikan seluruh indikator variabel mendapatkan *correlations* lebih tinggi dari nilai kritis 0,3, artinya seluruh data telah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 1
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (α)	Nilai Kritis	Keterangan
Motivasi Kerja (X1)	0.895	0.6	Reliabel
Efektif Kerja (X2)	0.897	0.6	Reliabel
Kedisiplinan Kerja (X3)	0.879	0.6	Reliabel
Kepuasan Kerja (Y)	0.789	0.6	Reliabel

Dari hasil perolehan yang didapat telah terbukti semua indikator variabel lebih tinggi dari nilai kritis 0.6, sehingga data dipastikan telah reliabel.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 2
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Asymptotic
		Normal
N		40
Normal Parameters ^a		Mean = 0.00 Std. Dev. = .78543160
Most Extreme Differences		Absolute = .076 Positive = .076 Negative = -.076
Signed Rank Statistics		Z = 1.076 Asymp. Sig. (2-tailed) = .285

Sumber : Output SPSS data diolah 2021

Hasil memperlihatkan nilai Asymp.Sig $0,966 > 0,05$. Artinya dipastikan data telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3
Uji Multikolineritas

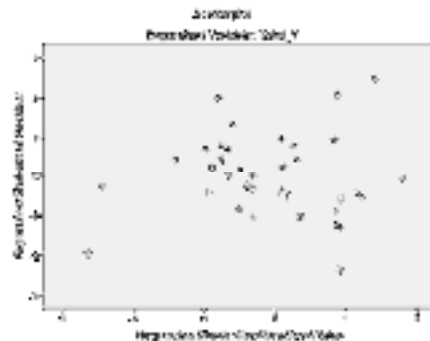
Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF
Intercept	1.000	1.000
Kepercayaan Diri	.998	1.001
Kepercayaan Orang Lain	.998	1.001
Kepercayaan Diri Orang Lain	.998	1.001

Sumber : Output SPSS data diolah 2021

Dari tabel membuktikan seluruh data telah terbebas dari gejala multikolineritas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 4
Uji Heterokedastisitas



Sumber : Output SPSS data diolah 2021

Sesuai gambar diatas titik-titik telah tersebar secara acak dibawah maupun diatas angka pada Y, sehingga data dipastikan terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	22.935	1.127
Kepercayaan Kerja	.127	.026
Kepercayaan Diri	.232	.026
Kepercayaan Sosial	.096	.027

Sumber : Output SPSS data diolah 2021

Sesuai tabel diatas didapatkan persamaan garis regresi linier dibawah ini :

$$Y = 22.935 + 0,127X_1 + 0,232X_2 + 0,096X_3$$

Dari perolehan hasil dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Nilai koefisien Konstanta

Dari perolehan data koefisien konstanta memiliki nilai 22.935. Oleh karena itu, apabila nilai variabel bebas bernilai jadi kepuasan kerja akan bernilai 22.935.

2. Nilai Koefisien variabel motivasi kerja
Dari perolehan data nilai koefisien motivasi kerja memiliki nilai 0.127, maka apabila nilai variabel motivasi kerja mengalami kenaikan 1 poin artinya nilai kepuasan kerja 0.127.
3. Koefisien variabel disiplin kerja
Dari perolehan data nilai koefisien disiplin kerja memiliki nilai 0.232, maka apabila nilai variabel disiplin kerja terdapat kenaikan 1 poin artinya nilai kepuasan kerja 0.232.
4. Koefisien variabel lingkungan kerja
Dari perolehan data nilai koefisien lingkungan kerja memiliki nilai 0.96, maka apabila nilai variabel lingkungan kerja mengalami kenaikan 1 tingkat artinya nilai kepuasan kerja 0.96.

Uji t

Tabel 6
Uji-t

Variabel	T	Sig
(Constant)	5.426	.000
Motivasi Kerja	2.025	.004
Disiplin Kerja	2.193	.010
Lingkungan Kerja	2.278	.000

Sumber : Output SPSS data diolah 2021

Dari perolehan hasil tabel diatas sebagai berikut :

1. Motivasi kerja memperoleh t-hitung $2.025 < t\text{-tabel} = 2.021$ serta signifikansi. $0.004 < 0.05$. Sehingga hipotesis bisa diterima.
2. Disiplin kerja memperoleh t-hitung $2.193 < t\text{-tabel} = 2.021$ serta signifikansi. $0.010 < 0.05$. Sehingga hipotesis bisa diterima.
3. Lingkungan kerja memperoleh t-hitung $2.278 < t\text{-tabel} = 2.021$ serta signifikansi $0.000 < 0.05$. Sehingga hipotesis bisa diterima.

Uji f

Tabel 7
Uji simultan (f)

	F	Sig.
Regression	12.954	0.000 ^a

Sumber : Output SPSS data diolah 2021

Diperoleh hasil $f\text{-hitung}$ 12.954 serta Sig. $0.000 < 0.05$. Artinya variabel bebas terbukti secara bersama-sama ada pengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan kerja karyawan

Terdapat pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan kerja karyawan PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo. Terlihat pada uji normalitas terlihat nilai Asymp.Sig sebesar $0,966 > 0,05$ data yang diolah dipastikan berdistribusi normal dan uji multikolinieritas terlihat diperoleh nilai tolerance 0,798 kurang dari 0,10 serta VIF sebesar

1.254 lebih kecil dari 10 dipastikan penelitian yang digunakan bebas multikolinieritas. Diperoleh t-hitung sebesar 2.025 dan Sig. 0.004<0.05. Sehingga semakin tinggi motivasi yang diterapkan oleh instansi maka secara tidak langsung akan memperkuat kepuasan kerja karyawan.

2. Pengaruh disiplin kerja terhadap kepuasan kerja karyawan

Terdapat pengaruh disiplin kerja terhadap semangat kerja karyawan PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo. Terlihat pada uji normalitas terlihat nilai Asymp.Sig sebesar 0,966>0,05 data yang diolah dipastikan berdistribusi normal dan uji multikolinieritas terlihat diperoleh nilai tolerance 0,693 kurang dari 0,10 serta VIF sebesar 1.450 lebih kecil dari 10 dapat dipastikan penelitian yang digunakan bebas multikolinieritas. Diperoleh t-hitung sebesar 2.025 dengan Sig. 0.004<0.05. Diperoleh t-hitung 2.193 dan Sig. 0.010<0.05. Secara garis besar karyawan dapat memiliki tingkat kepuasan kerja yang besar karena adanya disiplin kerja yang dimiliki.

3. Pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan

Terdapat pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan PT Surya Harmonika Manunggal. Terlihat pada uji normalitas terlihat nilai Asymp.Sig sebesar 0,966>0,05 data yang diolah dapat dipastikan berdistribusi normal dan uji multikolinieritas terlihat diperoleh nilai tolerance 0,563 kurang dari 0,10 serta VIF sebesar 1.805 lebih kecil dari 10 dapat dipastikan penelitian yang digunakan bebas multikolinieritas. Diperoleh t-hitung sebesar 2.025 dengan Sig. 0.004<0.05. Diperoleh t-hitung 2.278 dan Sig. 0.000<0.05. Secara garis besar lingkungan kerja yang dimiliki dapat membuat karyawan nyaman dan aman serta bisa memiliki kepuasan kerja yang tinggi.

4. Pengaruh motivasi kerja, disiplin kerja & lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan

Terdapat pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap kepuasan kerja karyawan PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo. Didapatkan f-hitung 12.954 serta Sig. .000<0.05. Secara tidak langsung motivasi kerja, disiplin kerja dan lingkungan kerja menjadi variabel yang dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan.

SIMPULAN

1. Disimpulkan motivasi kerja terbukti terdapat pengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo.
2. Disimpulkan disiplin kerja terbukti terdapat pengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo.
3. Disimpulkan lingkungan kerja telah terbukti terdapat pengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo.
4. Disimpulkan pengujian secara simultan telah terbukti ada pengaruh variabel bebas terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo.

IMPLIKASI

Dari prosesnya dapat ditarik perolehan penelitian di PT Surya Harmonika Manunggal Sidoarjo pengembangan Sumber Daya Manusia pada perusahaan tersebut harus mengamati apa saja sebab yang bisa mendorong motivasi kerja karyawan agar strategi tidak sampai meningkatkan kesukaran yang bisa jadi dapat mengurangi kepuasan kerja karyawan.

Disiplin kerja yang telah dimiliki pimpinan perusahaan dengan mencontohkan perilaku yang baik yang sesuai dengan peraturan perusahaan menjadikan pimpinan dikagumi oleh semua karyawan. Lain daripada itu, terkait pada sumber daya manusia, penting untuk instansi konsisten menumbuhkan situasi lingkungan kerja supaya dapat memberikan kenyamanan dan keamanan karyawan. Adanya rasa tentram serta tenang pegawai akan bisa lebih fokus pada pekerjaan yang telah diberikan sampai dapat menumbuhkan kualitas kerja karyawan, produktifitas dan keefektifitas instansi.

KETERBATASAN PENELITIAN

Terkait dengan kondisi pandemi dan keterbatasan waktu yang dapat mengakibatkan pemilihan responden yang secara kualifikasi yang ditentukan oleh peneliti tidak dapat dilakukan secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Fuad, D. H., Ekonomi, F., Bisnis, D., Banten, U., & Serang, J. (2021). Perencanaan Strategis Dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(01), 102–113.
- Hanafi, B. D., & Yohana, C. (2017). Pengaruh Motivasi, Dan Lingkungan Kerja, Terhadap Kinerja Karyawan, Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Pt Bni Lifeinsurance. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 5(1), 73–89. <https://doi.org/10.21009/jpeb.005.1.6>
- Herawati, J. (2017). Pengaruh Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Rajawali Nusindo Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 27–33.
- Hidayat, Z., & Tahufiq, M. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja serta Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Lumajang. *Jurnal Dimensi*, 7(2), 79–97.
- Lusri, L., & Siagian, H. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan Pt . Borwita Citra Prima Surabaya. *Agora*, 5(1), 2–8.
- Prahiawan, W., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (n.d.). *Pendahuluan Landasan Teori*. 149–158.
- Setioningtyas, W. P. &, & Dyatmika, S. W. (2020). Pengaruh Mutasi, Lingkungan Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Pada Pt. Cipta Aneka Selera Indonesia. *Majalah Ekonomi*, 25(1), 19–28.
- Studi, P., Manajemen, M., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2020). *Pengaruh Motivasi , Disiplin dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT . Angkasa Pura II (Persero) Kantor Cabang Kualanamu Sandhi Fialy Harahap Satria Tirtayasa* 3(1), 120–135.
- Tania, M., Tarigan, I., & Syawaluddin. (2020). Kerja Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Pt . Trans Sumatera Agung Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1), 57–70.
- Thamrin, M. F., Semmaila, B., & Aminuddin. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Salo Cabang Pinrang. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(2), 148–156.

Pengaruh Pelatihan, Pengalaman Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo

Ade Radita Sari¹, Christina Menuk Sri Handayani²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia ^{1,2}

Email : aderaditasari1999@gmail.com¹,

Koresponden: menukch@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Perusahaan merupakan organisasi yang didirikan oleh seorang atau kelompok yang mempunyai kegiatan melakukan produksi dan operasi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia. Dalam suatu sistem operasi perusahaan dan akan meraih misi industry, kemampuan yang bermutu menjadi salah satu aspek penting yang dipunya perusahaan agar mendapatkan suatu misi, beberapa diantaranya melalui peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan. Riset dilakukan dengan tujuan akan mengetahui hasil Pelatihan, Pengalaman Kerja, dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo. Dalam penelitian ini memerlukan pendekatan kuantitatif melalui jumlah sampel yang dipakai yakni 74 karyawan UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo. Teknik Pengambilan Sample memakai *Purposive Sampling*. Bahan diambil dengan memakai angket yang kemudian dilakukan uji instrument untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. dilakukan analisis regresi linier berganda sebelum dikerjakan uji asumsi klasik terlebih dulu baru kemudian dilakukan uji hipotesis. Penelitian ini dapat disimpulkan variabel Pelatihan, Pengalaman Kerja dan Motivasi Kerja mempunyai nilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan di UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo karena dalam Pelatihan, Pengalaman & Motivasi Kerja yang meningkat maka hasil Produksi kerja yang didapatkan pegawai dan perusahaan meningkat dan sesuai.

Kata kunci : Pelatihan, Pengalaman Kerja, Motivasi Kerja, Produktivitas Kerja Karyawan

ABSTRACT

A company is an organization founded by a person or group that has activities to carry out production and operations in order to meet the economic needs of humans. In a company operating system and to achieve company goals, quality Human Resources are one of the important factors that a company has in order to get a mission, one of which is to increase Employee Productivity. This study intends to determine the effect of Training, Work Experience, and Work Motivation on Employee Productivity at UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo. In this study requires a quantitative approach through the number of samples used, namely 74 employees of UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo. The sampling technique used purposive sampling. The data were collected using a questionnaire which then tested the instrument to determine its validity and reliability. Prior to multiple linear regression analysis, the classical assumption test was carried out first and then the hypothesis test was carried out. This research can be concluded that the variables of Training, Work Experience and Work Motivation have a positive value and have a significant effect on Employee Productivity at UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo because in training, work experience and increased work motivation, the results of work productivity obtained by employees and the company increase and accordingly.

Keywords: Training, Work Experience, Work Motivation, Employee Productivity

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan adalah organisasi yang dibentuk oleh seorang atau badan usaha lain yang mempunyai kegiatan untuk mengembangkan produksi dan kegiatan usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam

sistem operasi perusahaan dan pencapaian perusahaan, Sumber Daya Manusia merupakan asset penting perusahaan dan memegang peranan yang tidak dapat dilepaskan pada satu perusahaan, sebab kemampuan pegawai mewujudkan inisiatif perusahaan. Diantara beberapa target perusahaan adalah mencapai keuntungan dan berperan yang terbaik dalam memufakati keperluan pelanggan, berdasarkan dua unit terkandung perusahaan dituntut untuk bisa produktif guna membentuk hasil melalui karakteristik & taraf superior berturut-turut. Karenanya Produktivitas peranan pegawai diperlukan sebab melalui produktivitas yang complimentary industry untuk bisa memasok barang yang diperlukan bagi pelanggan berturut-turut serta searah akan capaian keuntungan perusahaan akan berhasil. Kesuksesan sebuah industry juga dijabarkan pada akibat kewajiban personal di perusahaan, reaksi kewajiban ini kemudian berimbas pada keseluruhan produksi kerja. meningkatnya produksi kerja pegawai dinantikan berimbas bagi kenaikan ketentraman pegawai.

Abdul Rachman & Hardi, (2018) menyerukan terdapat banyak aspek yang menghasut tinggi rendahnya Produktivitas Kerja Karyawan, diantaranya pelatihan atau ketrampilan, pengalaman kerja seorang karyawan, dan dorongan motivasi kerja. Karyawan yang memiliki pelatihan, pengalaman kerja, dan motivasi kerja yang tinggi dapat melakukan pekerjaannya secara maksimal, maka target Produktivitas perusahaan tercapai. Ardana, (2012:270) Produktivitas kerja ialah perpaduan disela-sela total produksi per karyawan pada jangka yang dibutuhkan oleh pegawai agar untuk menghasilkan hasil tersebut. Dan untuk tercapainya tujuan industry, segmen yang utama perlu diamati yakni bagian produksi. Dimana bagian ini adalah bagian dalam sebuah perusahaan yang bekerja buat mengelola aktivitas yang dibutuhkan untuk terealisasinya teknik produksi.

Menurut Siswadi (2016) Pelatihan yang diadakan oleh perusahaan secara internal setelah dilakukan identifikasi kebutuhan karyawan, diharapkan dapat mengevaluasi keahlian karyawan apakah bermanfaat melalui efisien maupun bukan, lewat metode menuntun pekerja, tindakan semua hambatan internal dan eksternal perusahaan dengan membuat pelatihan yang disiapkan untuk memotivasi tenaga kerja supaya berprestasi. Dan bermacam pelatihan diperlukan antara tenaga kerja memperoleh keahlian yang ditekankan di dalam tugas mereka.

Arrywbowo & Ariani (2017) Pengalaman yang ada akan membantu seseorang mengembangkan pengetahuan dan keterampilan terkait pekerjaan. Mereka yang melakukan jenis pekerjaan ini secara teratur untuk jangka waktu yang lama lebih berpengalaman dan berpengalaman dalam pelaksanaan produksi. Pengalaman yang diperoleh akan membantu mengembangkan pengetahuan dan keterampilan terkait pekerjaan.

Selain pelatihan dan pengalaman kerja, faktor pendukung agar tercapainya kesuksesan kerja yang memuaskan oleh tenaga kerja ialah motivasi kerja, yang diharapkan setiap karyawan mempunyai semangat kerja yang lebih sampai nanti bisa mencapai produktivitas. Dimana dengan dorongan semangat kerja, pegawai untuk mempunyai semangat yang kuat ketika menjalankan tugas yang diterima.

Perusahaan yang menjadi objek penelitian adalah UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo merupakan *home industry* yang bergerak dalam bidang *spare part* sepeda motor yang sudah memiliki wilayah pemasaran nasional, dimana dalam aktivitasnya berusaha menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat mampu bersaing dan tidak kalah dengan industry lain. Perusahaan UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo tentunya ingin mencapai suatu tujuan tersebut, maka perusahaan harus dapat mengerti apa yang dikehendaki karyawannya. Salah satu bentuk dukungan dari perusahaan yaitu pelatihan, dimana perusahaan UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo memberikan pelatihan kepada karyawan namun belum berjalan rutin sehingga karyawan banyak yang masih belum merasakan yang menimbulkan dampak negatif dan berpengaruh pada emosional karyawan.

Selain itu, masih belum berjalannya secara rutin pelatihan yang dilakukan, masih kurangnya juga pengalaman kerja yang diperoleh oleh karyawan di bidang produksi tersebut. Menurut Muhwan & Puryandani, (2019) Pengalaman kerja dan staf dapat membantu seorang menciptakan pekerjaan yang efektif, sehingga pengalaman yang didapat seorang pegawai diharapkan nantinya untuk membantu memberikan pengetahuan serta keahlian yang cocok pada bidang kegiatan yang ditekuni sehingga hasil produktivitas produk yang dicapai sesuai dengan target perusahaan.

Berdasarkan penjelasan bagian HRD, Produktivitas di UD. Aji Batara Perkasa Mandiri akan terwujud jika para karyawan mempunyai motivasi kerja yang tinggi. Selain pelatihan dan pengalaman kerja, motivasi juga mempengaruhi produktivitas. Hasibuan (2016) mengatakan motivasi memiliki tugas penting karena seorang atasan perusahaan dapat menyalurkan pekerjaan ke bawahannya untuk dikerjakan dengan baik, sehingga konvensional sokongan semangat bagi pegawai dipakai instrument agar mengembangkan antusiasme kerja dan memajukan produktivitas serta tepat guna. Sehingga produktivitas kerja akan jika para karyawan mempunyai kemampuan dalam menyelesaikan ketika pekerjaan yang sudah menjadi kewajiban, oleh karena itu arahan

perusahaan mesti bisa memberikan sebuah dorongan semangat agar produktivitas kerja karyawan meningkat. Di UD.Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo masih kurang dalam memberikan motivasi atau semangat kerja bagi karyawannya sehingga disini berpengaruh juga terhadap tinggi rendahnya produktivitas kerja karyawan di UD.Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo ini.

Dalam memenuhi tugas dan tanggung jawab sebagai perusahaan UD.Aji Batara Perkasa Mandiri demi memenuhi produktivitas yang diharapkan apabila mampu untuk memenuhi apa yang diinginkan karyawan dengan baik. Gambaran untuk melihat produktivitas kerja karyawan di lihat dalam pelatihan, pengalaman kerja dan motivasi kerja yang didapatkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Sumber Daya Manusia

Yakni sebuah ilmu yang mengatur proses pemanfaatan kemampuan sesuai keefektifan serta efisiensi guna sampai pada sebuah tujuan. Menurut Hasibuan(2016:10) keahlian yang mengelola kaitan serta keharusan pegawai secara efektif dan efisien untuk membantu terlahirnya misi industri, dan karyawan. Sementara itu Desler, (2015:04) mengartikan strategi juga praktek dalam menggerakkan SDM yang mengkonver tindakan mengambil, menyeleksi, training, serta memberikan pengukuran serta penghargaan.

Pelatihan

Dessler (2010:06) Pelatihan yaitu proses terintegrasinya yang dipakai perusahaan guna dapat memastikan karyawan bekerja untuk mencapai misi perusahaan. Sedangkan Menurut Hamali(2007:11) mengartikan pelatihan diberikan dalam bentuk bantuan seperti pengarahan, bimbingan, fasilitas, penyampaian informasi, latihan keterampilan. Oleh karena itu pelatihan merupakan suatu step agar menaikkan keterampilan pegawai serta bisa membiasakan keterampilan, kemahiran, kepakaran dan paham pegawai agar dapat bekerja ala efisien dan efektif agar tercapai tujuan sebuah industri. Indikator pada variabel pelatihan ini menurut Mangkunegara (2013:62) dalam Wahyuningsih, (2019) yakni tujuan pelatihan, materi pelatihan, metode yang dipakai, kualifikasi peserta serta pelatih.

Pengalaman Kerja

Sutrisno, (2011) mengemukakan pengalaman kerja memungkinkan karyawan untuk memperbaiki diri, mengambil resiko, menghadapi tantangan dengan lebih efektif, mengelola produktivitas, bekerja dan menciptakan banyak hubungan untuk menciptakan orang-orang yang terampil, sumber komunikasi yang baik dengan orang lain. Sedangkan Martoyo(2007) mendefinisikan pengalaman kerja ini merupakan saat ketika seorang pekerja bekerja ditempat seharusnya. Pengalaman kerja digunakan sebagai aset besar untuk kaki tim untuk menjadi sangat sukses. Dan didapatkan bahwa pengalaman kerja merupakan sesuatu pengetahuan atau keahlian yang telah dikenal serta dipahami karyawan yang sudah dicoba sebelumnya sepanjang jangka waktu tertentu. Indeks pengalaman kerja menurut Bill Foster (2001:43) dalam Maulidiah, (2015) ialah lamanya kerja, tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dipunya, serta pengakuan tentang pekerjaan&perlakuan.

Motivasi Kerja

Mangkunegara (2005) menyatakan bahwa motivasi merupakan situasi yang bisa menggerakkan individu agar sesuai dengan tujuan perusahaan. Sedangkan Sastrohadwiry (2013:119) motivasi yaitu suatu perihal psikis serta posisi batin manusia yang memberikan energy, memacu gairah, dan menyalurkan perilaku untuk menggapai kebutuhan yang memberikan kepuasan. Jadi motivasi dapat ditarik kesimpulan seperti pendorong, yang menjadikan pemicu suatu keberhasilan. Tentang hal indeks motivasi kerja Mangkunegara (2013:101) dalam Sunarsi, (2018) yaitu keinginan fisiologi, rasa aman, kualitas bersama manifestasi diri

Produktivitas Kerja

Menurut Edy Sutrisno (2016:109) Produktivitas Kerja adalah kualitas menggunakan pekerjaan yang mengarah pada tujuan, tetapi produk ini adalah proposi perkembangan dengan waktu yang diperlukan untuk menawarkan produk kerja. Sedangkan Hasibuan (2013:94) menyatakan bahwa produktivitas merupakan perbandingan antara output dengan input, dimana outputnya harus mempunyai nilai tambahan dan dengan teknik pengerjaan yang baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Produktivitas kerja adalah perbandingan antara output dengan input yang dikeluarkan seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan. Indikator

produktivitas kerja menurut sutrisno (2011:104) dalam wahyuningsih (2019) yaitu kemampuan, mutu, senangat kerja dan efisiensi, pengembangan diri.

METODE

eksperimen ini memuat data tertulis dan data pendukung, dimana populasinya tenaga kerja UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo dengan sampel sejumlah 74 karyawan bagian produksi. Teknik pengambilan menggunakan *purposive sampling*. Kuesioner ialah cara akumulasi informasi yang dipakai peneliti. Dan untuk menguji kebenaran informasi kuesioner menggunakan skala likert. Adapun teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini yakni uji instrument dengan melibatkan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik mencakup mulai normalitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, bersama autokorelasi, lalu kemudian dilakukan analisis regresi berganda, serta uji determinasi dan uji hipotesis yang berisi dari uji t dan uji F.

HASIL

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Digunakan guna mengukur valid atau tidaknya suatu angket dari masing-masing variabel. Eksperimen ini dicapai dengan melihat apakah kuesioner yang digunakan sudah kategoris dengan mengukur apa yang diukur.

Berikut adalah hasil analisis validitas :

Tabel 1 uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	correlate	Keterangan
Pelatihan (X1)	X1.1_1	0.512	0,3	Valid
	X1.1_2	0.553	0,3	Valid
	X1.1_3	0.748	0,3	Valid
	X1.2_1	0.505	0,3	Valid
	X1.2_2	0.733	0,3	Valid
	X1.2_3	0.638	0,3	Valid
	X1.3_1	0.730	0,3	Valid
	X1.3_2	0.690	0,3	Valid
	X1.3_3	0.661	0,3	Valid
	X1.4_1	0.476	0,3	Valid
	X1.4_2	0.737	0,3	Valid
	X1.4_3	0.520	0,3	Valid
	X1.5_1	0.549	0,3	Valid
	X1.5_2	0.494	0,3	Valid
	X1.5_3	0.490	0,3	Valid
Pengalaman Kerja (X2)	X2.1_1	0.702	0,3	Valid
	X2.1_2	0.501	0,3	Valid
	X2.1_3	0.648	0,3	Valid
	X2.2_1	0.683	0,3	Valid
	X2.2_2	0.610	0,3	Valid
	X2.2_3	0.838	0,3	Valid
	X2.3_1	0.489	0,3	Valid
	X2.3_2	0.553	0,3	Valid
	X2.3_3	0.565	0,3	Valid
	X2.4_1	0.555	0,3	Valid
	X2.4_2	0.546	0,3	Valid
	X2.4_3	0.660	0,3	Valid
	X3.1_1	0.678	0,3	Valid
	X3.1_2	0.708	0,3	Valid
	X3.1_3	0.755	0,3	Valid
Motivasi Kerja (X3)	X3.2_1	0.496	0,3	Valid
	X3.2_2	0.667	0,3	Valid
	X3.2_3	0.691	0,3	Valid
	X3.3_1	0.836	0,3	Valid
	X3.3_2	0.661	0,3	Valid
	X3.3_3	0.782	0,3	Valid
	X3.4_1	0.691	0,3	Valid
	X3.4_2	0.531	0,3	Valid
	X3.4_3	0.612	0,3	Valid
Produktivitas Kerja (Y)	Y.1_1	0.419	0,3	Valid
	Y.1_2	0.363	0,3	Valid
	Y.1_3	0.523	0,3	Valid
	Y.2_1	0.586	0,3	Valid
	Y.2_2	0.461	0,3	Valid
	Y.2_3	0.613	0,3	Valid
	Y.3_1	0.509	0,3	Valid
	Y.3_2	0.520	0,3	Valid
	Y.3_3	0.544	0,3	Valid
	Y.4_1	0.343	0,3	Valid
	Y.4_2	0.525	0,3	Valid
	Y.4_3	0.423	0,3	Valid
	Y.5_1	0.559	0,3	Valid
	Y.5_2	0.579	0,3	Valid
	Y.5_3	0.317	0,3	Valid

Hasil uji validitas semua item dari setiap variabel memiliki nilai yang signifikan diatas 0,3 lantas semua item pada angket yang digunakan cocok untuk uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji ini dipakai untuk menilai reliabilitas setiap metric dalam pertanyaan yang digunakan dalam survey ini. Uji reliabel ini memakai stratetgi *cronbah's alpa* dan dikatakan handal yang tinggi jika nilai *cronbah's alpa* > 0,7.

Dari hasil survey didapatkan hasil berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Pelatihan	0,890	0,7	Reliabel
Pengalaman Kerja	0,848	0,7	Reliabel
Motivasi Kerja	0,894	0,7	Reliabel
Produktivitas Kerja	0,781	0,7	Reliabel

Pada tabulasi di atas disimpulkan semua variabel koefisien memiliki nilai diatas 0,7 dengan menggunakan teknik *cronbach's alpha*. Dimana dalam hal ini bahwa semua item dari setiap variabel yang dipakai reliabel.

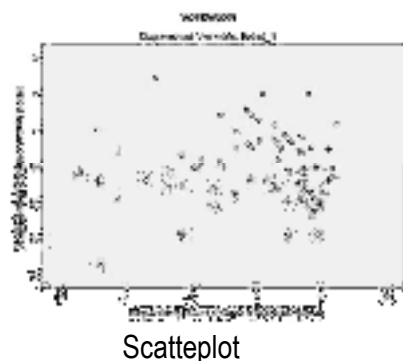
Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam model dekadensi, periksa apakah variabel terikat, variabel bebas atau kedua nya terdistribusi. Deteksi normalitas pada model penelitian ini dapat dilihat melalui non parametik Kolmogrov-smirnov (1-sample K-S) dengan dilihat dari data yang dihasilkan berdistribusi normal jika nilai signifikan yaitu $0,961 > 0,05$. Dan dinyatakan bahwa semua data berdistribusi normal sehingga memenuhi syarat dilakukan analisis.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dipakai guna mengetahui apakah model regesi terdapat perbedaan versi oleh residu satu ke yang beda.



Berdasarkan hasil gambar diatas, bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada data tersebut karena plot tidak memiliki pola tetentu.

3. Uji Multikolinieritas

Uji ini bermaksud akan menduga apaka acuan regresi terjalin kaitan korelasi dengan variable independen. Dan acuan regesi yang otonom multikolinieritas merupakan acuan yang memegang taraf tolerance ≥ 0.01 atau jika nilai VIF ≤ 10 dinyatakan terhindar dari gejala multikolinieritas.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolonieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant		
Pelatihan	.693	1.444
Pengalaman Kerja	.563	1.775
Motivasi Kerja	.554	1.806

Sumber : Output SPSS data diolah (2021)

Dari data diatas dapat disimpulkan maka taraf keterbukaan segala plastis diatas 0.10 beserta taraf VIF dibawah 10, kemudian data diatas menunjukkan tidak berlaku Multikorelasi

4. Uji Autokorelasi

Menurut hasil tes dengan SPSS versi 20 seperti dibawah :

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

Durbin – Watson
2.338

Sumber : Output SPSS data diolah (2021)

Diketahui dari hasil uji autokorelasi diatas bahwa nilai DW yaitu 2,338, yang berarti tampak sentral 1.55-2.46 yang berarti tak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

berdasarkan reaksi studi lewat program SPSS 20 diperoleh hasil regresi berganda :

$$Y = 24.570 + 0.140 X_1 + 0.177 X_2 + 0.443 X_3 + e$$

Dapat diartikan Konstanta bernilai positif yaitu sebesar 24.570, besar kecilnya hasil ini membuktikan pekatihan (X_1), pengalaman kerja (X_2), dan motivasi kerja (X_3).

Sehingga dapat dijelaskan bahwa :

- 1) Koefisien constant sebesar 24.570 yang berarti apabila variabel pelatihan (X_1), pengalaman kerja (X_2) dengan motivasi kerja (X_3) jika nilainya 0 lalu nilai produktivitas kerja (Y) sebesar 24.570
- 2) koefisien X_1 sebesar 0,140 mempunyai nilai positif yang berarti menunjukkan maksud secara statistik maka bilamana pelatihan (X_1) naik dan produktivitas naik sebanyak 0,140.
- 3) Koefisien X_2 sebesar 0,177 mempunyai nilai positif yang berarti menunjukkan maksud secara statistik maka bilamana pengalaman kerja (X_2) naik dan produktivitas naik sebanyak 0,177.
- 4) Koefisien X_3 sebesar 0,443 memiliki nilai positif yang berarti menunjukkan maksud secara statistik maka bilamana motivasi kerja (X_3) naik dan produktivitas naik sebanyak 0,443.

Uji Determinasi

Determinasi berarti mengukur bagaimana pengalaman keterampilan menggambarkan keandakan.

Tabel 5 Koefisien Determinasi

Model	R	Adjusted R Square
1	.891 ^a	.784

Diketahui tabel tersebut nilai (R) sebesar 0,891 mempunyai hubungan yang sangat kuat berdasarkan interpretasi koefisien korelasi (sugiyono, 2019:248). Nilai *Adjusted r squared* yakni 0,784 atau 78,4% dimana

impresi seluruh faktor dependen yaitu Pelatihan (X_1), Pengalaman Kerja (X_2), juga Motivasi Kerja (X_3) berkenaan faktor indeopenden Produktivitas kerja karyawan dan relik sejumlah 21,6% responsif pada variable lain yang bukan termasuk di model konseptual untuk dianalisis.

Uji t

Uji t dididapai agar mengetahui dampak saban variabel bebas terhadap variabel terikat lewat perhitungan nilai menngunakan teknik statistika.

Tabel 6 Hasil Pengujian t

Model	t	Sig.
Pelatihan	2.989	.004
Pengalaman Kerja	2.656	.010
Motivasi Kerja	8.685	.000

Berlaskan perolehan diatas maka:

- 1) Pada pelatihan (X_1) didapatkan hasil kira-kira t_{hitung} sebesar $2.989 > t_{tabel}=1,992$ melalui nilai sig. $0,004 < 0,05$
- 2) Pada pengalaman kerja (X_2) didapatkan hasil kira-kira t_{hitung} sebesar $2.656 > t_{tabel}=1,992$ melalui nilai sig. $0.010 < 0.05$
- 3) Pada motivasi kerja (X_3) didapatkan hasil kira-kira t_{hitung} sebesar $8.685 > t_{tabel}=1,992$ melalui nilai sig. $0.000 < 0.05$

Uji F

Uji statistic dengan uji simultan (keseluruhan)

Tabel 7 Hasil pengujian uji F

Model	F	Sig.
Regression	89.471	.000 ^b

Pada hasil SPSS versi 20 hitungan dalam penelitian ini apabila nilai signifikansi < 0.05 dan taraf F hitung sebesar 89.471 ini memiliki efek simultan dari perubahan independen pada kunci ketergantunsgn. Sehingga nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ didapatkan keputusan H_0 ditangkal yang berate tampak dampak yang signifikan dan simultan.

PEMBAHASAN

- 1) Hasil pengujian hipotesis variabel pelatihan memiliki signifikan $0.004 < 0.05$ berarti keberadaan pelatihan semakin baik atau meningkat, pelatihan yang diberikan maka akan mempengaruhi produktivitas kerja karyawan. Selarasnya hasil studi ini dipaparkan Muslimin, Kojo, & Dotulong (2016) dan penelitian sunarsi (2018) yang menetapkan hingga variabel training mempunyai impresi yang signifikan terhadap produktivitas kerja dan pengaruhnya positif.
- 2) Hasil analisis hipotesis pengalaman kerja memiliki signifikan $0.010 < 0.05$ berarti pengalaman kerja berakibat baik serta signifikan akan produktivitas tenaga kerja dan juga ditunjukkan dari besarnya nilai t-hitung sebesar 2.656 yang artinya bahwa semakin baik atau meningkat pengalaman kerja yang dimiliki maka semakin mempengaruhi juga produktivitas kerja karyawan. Selarasnya hasil studi ini dipaparkan Muhwan & Puryandani (2019) dimana menunjukkan varaibel pengalaman kerja memiliki pengaruh yang signifikan positif ke produktivitas. Perihal ini menampilkan kalau karyawan yang ada penglaman kerja lama hendak gampang menyesuaikan diri pada area kerja, sebab dengan pengalaman itu karyawan memperoleh hasil yang lebih kilat, tidak hanya itu pula bisa menuntaskan tugas-tugas secara efisien serta efektif.
- 3) Hasil analisis hipotesis motivasi kerja mempunyai signifikan $0.000 < 0.05$ berarti motivasi kerja berakibat signifikansi akan produktivitas karyawan dan juga menunjukkan dari besarnya nilai t-hitung sebesar 8.685 dimana meluap baik dorongan kerja diberi akan mempengaruhi juga produktivitas kerja karyawan. Motivasi dapat mengembangkan potensi produktivitas secara lebih baik yang dapat mempengaruhi para karyawan

untuk menempatkan diri untuk beradaptasi sehingga seseorang dapat memahami kekurangan serta kelebihan dalam ruang lingkup kerja tertentu. Selarasnya hasil studi ini dipaparkan Dotulong & Assagaf (2015) dan penelitian Abdul Rachman & Hardi (2018) yang menunjukkan bahwa dorongan kerja berakibat signifikan ke produktivitas pegawai juga berpengaruh positif.

- 4) Dari hasil penelitian didapat pelatihan, pengalaman kerja, motivasi kerja yang diuji secara simultan terhadap produktivitas kerja ditunjukkan hasilnya melalui menggunakan uji-f. Ditemukan taraf F hitung 89.471 sebanyak serta taraf signifikasi sejumlah $0.000 < 0.05$. Pada pengujian merajuk terdapat akibat dengan mengungkapkan kalau dugaan berhasil serta teruji. Dimana pelatihan (X_1), Pengalaman kerja (X_2), dan motivasi kerja (X_3), berakibat pada produktivitas kerja karyawan (Y). Seorang pekerja yang pernah mempunyai training, pengalaman kerja serta motivasi yang semampai bakal condong punya produktivitas yang tinggi.

SIMPULAN

Pada hasil penelitian ini diperoleh hasil : 1) variabel pertama Pelatihan menunjukkan pengaruh signifikan dan searah terhadap produktivitas kerja pegawai UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo, 2) variabel kedua pengalaman kerja menunjukkan pengaruh signifikan juga searah terhadap produktivitas kerja pegawai UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo, 3) variabel ketiga motivasi kerja menunjukkan pengaruh signifikan juga positif akan produktivitas kerja pegawai UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo, 4) pelatihan, pengalaman kerja, dan motivasi kerja berpengaruh secara bersama – sama terhadap produktivitas kerja pegawai UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo.

IMPLIKASI

Penelitian ini mengimplikasikan bagaimana perusahaan menilai bahwa tingkat Produktivitas kerja pegawai diperhatikan melalui pelatihan, pengalaman kerja, dan Motivasi Kerja dengan baik. Sehingga dengan begitu tingkat produktivitas UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo meningkat dan rasa kenyamanan karyawan dalam perusahaan sangat baik.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini keterbatasan dalam penelitian yaitu menggunakan sampel yang hanya mencakup bagian produksi UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Sidoarjo berjumlah 74 karyawan. Menggunakan tiga transplantasi pribadi, pelatihan, pengalaman kerja, relevan untuk bekerja, serta variabel diandalkan produktivitas kerja. Dengan begitu perusahaan ingin tahu seberapa besar tingkat produktivitas kerja karyawan bagian produksi UD. Aji Batara Perkasa mandiri Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rachman, S., & Hardi, U. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja, Etos Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi Di PT Inko Java Semarang. *Among Makarti*, 11(21), 28–50.
- Ardana, K. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. jogjakarta: graha ilmu.
- Arrywibowo, I., & Ariani, M. (2017). Prestasi Kerja dipengaruhi Oleh Disiplin Kerja, Pengalaman Kerja, dan Lingkungan Kerja (Studi Kasus PT. Biro Klasifikasi Indonesia Cabang Utama Komersil Balikpapan). *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 1, 71–79.
- Dessler, G. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dotulong, L., & Assagaf, S. (2015). Pengaruh Disiplin, Motivasi Dan Semangat Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dinas Pendapatan Daerah Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 639–649.
- Hasibuan, M. S. . (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Muhwan, & Puryandani. (2019). PENGARUH DISIPLIN, MOTIVASI DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN AREA LAYANAN MIKRO DI PT. BANK JATENG CABANG PEMALANG Muhwan1, *Jurnal Magisma Vol. VII No. 2 – Tahun 2019* | 63. *Jurnal Magisma*, VII(2), 63–70.
- Muslimin, R. M., Kojo, C., & Dotulong, L. O. . (2016). Analisis pelatihan, motivasi dan disiplin kerja terhadap produktivitas kerja pegawai pada pt. pos dan giro manado. *Jurnal EMBA*, 4(2), 187–198.
- Siswadi, Y. (2016). Pengaruh Pelatihan Dan Disiplin Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Padapt. Jasa Marga Cabang (Belmera) Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 17(01), 124–137.
- sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2018). Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt. Nadi Suwarna Bumi. *JURNAL SeMaRaK*, 1(1), 66–82.

Pengaruh Mutasi, Sarana Prasarana, Dan Pengembangan SDM Terhadap Kinerja Pegawai Dimasa Pandemi Covid-19

Mohamad Alkha¹, Martha Suhardiyah², Tony Susilo Wibowo³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia^{1,2}

Email : alkha3182@gmail.com¹, tonysus_sw@unipasby.ac.id³

Koresponden: martha@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Adapun tujuan penelitian adalah: (1) menganalisa pengaruh mutasi pegawai pada kinerja pegawai dimasa pandemi covid-19, (2) menganalisa pengaruh sarana prasarana pada kinerja pegawai dimasa pandemi covid-19, (3) menganalisa pengaruh pengembangan SDM pada kinerja pegawai dimasa pandemi covid-19, (4) menganalisa apakah mutasi pegawai, sarana prasarana, dan pengembangan SDM berpengaruh secara simultan pada kinerja pegawai dimasa pandemi covid-19. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan. Data diambil melalui penyebaran angket yang diberikan kepada para pegawai yang ada di Disnakertrans wilayah Jawa Timur khususnya kota Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mutasi pegawai, sarana prasarana, pengembangan SDM sangat berpengaruh secara simultan pada kinerja pegawai di masa pandemi seperti saat ini.

Kata Kunci : Mutasi, Sarana Prasarana, Pengembangan SDM, Kinerja, Covid-19

ABSTRAK

The research objectives are: (1) analyzing the effect of employee mutations on employee performance during the Covid-19 pandemic, (2) analyzing the effect of infrastructure on employee performance during the Covid-19 pandemic, (3) analyzing the effect of HR development on employee performance during the Covid-19 pandemic, (4) analyzes whether employee mutations, infrastructure, and HR development have a simultaneous effect on employee performance during the Covid-19 pandemic. Quantitative research is a type of research used. Data was collected through distributing questionnaires given to employees in the Manpower Office in East Java, especially the city of Surabaya. The results showed that employee mutations, infrastructure, human resource development had a simultaneous effect on employee performance during a pandemic like today.

Keywords: Mutations, Infrastructure, Human Resources Development, Performance, Covid-19

PENDAHULUAN

SDM merupakan unsur utama dalam organisasi sekaligus sebagai roda penggerak dalam mencapai sebuah visi dan misi suatu organisasi, Banyak upaya yang bisa dilakukan untuk mengembangkan kinerja pegawai seperti melakukan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan, mutasi pegawai, meningkatkan sarana prasarana, dan lain sebagainya. Pada situasi saat ini hampir semua organisasi menerapkan sebuah sistem yang mengharuskan pegawai bekerja di rumah atau disebut *work from home*. Hal ini dilakukan untuk memutus rantai penyebaran virus covid-19. Mengingat virus tersebut telah menyebar diberbagai belahan dunia tanpa terkecuali di negara Indonesia, sehingga mau tidak mau para pegawai harus tetap menjaga kesehatan dengan melakukan kegiatan dan bekerja dari rumah. Untuk mendapatkan SDM dengan kemampuan yang memadai, maka organisasi dapat melakukan beberapa cara seperti misalnya melakukan mutasi pegawai. Mutasi merupakan suatu kegiatan pimpinan untuk memindahkan pegawai dari satu pekerjaan ke pekerjaan lain yang dianggap setingkat/sejajar (Sedarmayanti, 2017:185).

Selanjutnya, organisasi juga dapat melakukan pengadaan sarana dan prasarana untuk menunjang kegiatan para pegawai. Berdasarkan Keputusan Presiden No 80 Thn 2003 tentang acuan pengadaan barang dan jasa pemerintahan menyatakan “Pengadaan barang/jasa pemerintah adalah aktivitas pengadaan barang/jasa yang dibiayai oleh APBN/APBD, baik secara swakelola maupun oleh penyedia barang/jasa”. Sarana prasarana sangat diperlukan dalam suatu kegiatan organisasi, tujuannya yaitu untuk mendukung proses berlangsungnya suatu kegiatan agar cepat selesai. Selain itu, untuk mendapatkan pegawai yang kompeten maka organisasi harus melakukan pengembangan SDM. Menurut Sutrisno dalam Findarti, (2016) Pengembangan SDM ialah suatu upaya untuk menambah kompetensi teknis, teoritis, konseptual dan moral pegawai sesuai dengan keperluan pekerjaan. Hal ini dilakukan untuk mendorong agar kinerja pegawai lebih baik dan memiliki kemampuan bersaing.

Organisasi bertugas untuk mengontrol kinerja pegawai, karena baik buruk suatu produk barang dan jasa tergantung bagaimana cara kerja pegawai. Wirawan dalam Bagus Dwiarta dkk, (2016) menyatakan bahwa kinerja yang baik tidak selamanya menggambarkan kinerja yang sesuai dengan konsep. Informasi baru yang tersedia selepas rencana selesai disusun, mungkin mengindikasikan perlunya dilakukan perubahan.

METODE

Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan, jenis penelitian ini dipakai untuk meneliti populasi atau sampel terpilih, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisa data bersifat kuantitatif, untuk mendeskripsikan dan menguji hipotesa yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:23). Sumber data dari penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui angket untuk mendapatkan data terkait pendapat responden mengenai mutasi pegawai, sarana prasarana yang tersedia, pengembangan SDM yang diadakan organisasi serta kinerja pegawai. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumen-dokumen mengenai data mutasi pegawai, sarana prasarana, pengembangan SDM serta kinerja para pegawai.

Lokasi penelitian adalah Disnakertrans Wilayah Jawa Timur khususnya kota Surabaya. Populasi penelitian adalah seluruh pegawai di Disnakertrans Wilayah Jawa Timur yang berjumlah 865 orang dengan dengan jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 90 responden. Adapun teknik analisis yang di pakai yaitu Uji Validitas, Reliabilitas, Uji Statistik t dan F.

HASIL

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel 11.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Kepercayaan	Hitung	Tabel	Kepercayaan
Mutasi Pegawai (X ₁)	0,91	0,928	0,928	Valid
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
Sarana Prasarana (X ₂)	0,91	0,928	0,928	Valid
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
Pengembangan SDM (X ₃)	0,91	0,928	0,928	Valid
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
Kinerja Pegawai (Y)	0,91	0,928	0,928	Valid
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		
	0,91	0,928		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS dan Excel 2020

Uji Validitas memperlihatkan nilai r_{hitung} setiap indikator variabel Mutasi Pegawai (X₁), Sarana Prasarana (X₂), Pengembangan SDM (X₃), dan Kinerja Pegawai (Y) > (lebih besar) dibandingkan nilai r_{tabel} . Maka indikator dalam angket yang ada pada masing-masing variabel Mutasi Pegawai (X₁), Sarana Prasarana (X₂), Pengembangan SDM (X₃), dan Kinerja Pegawai (Y) dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 11.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Kepercayaan Alpha	Kepercayaan	Kepercayaan
Mutasi Pegawai (X ₁)	0,928	0,928	Valid
Sarana Prasarana (X ₂)	0,928		
Pengembangan SDM (X ₃)	0,928		
Kinerja Pegawai (Y)	0,928		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS dan Excel 2020

Nilai *alpha cronbach's* semua variabel pada Tabel 1.2 Uji Reliabilitas lebih besar dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,205, sehingga bisa disimpulkan bahwa indikator yang ada pada kuesioner dari masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

Uji t dan Uji F

a. Uji t

Tabel 1.3
Hasil Uji Hipotesis T

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
		Beta	Std. Error		
1 (Constant)	7.434		1.046	7.099	.000
Mutasi Pegawai	0.168	.008	.0258	2.402	.018
Sarana Prasarana	-.074	-.004	.0286	-1.074	.286
Pengembangan SDM	0.313	.016	.0200	4.313	.000

Sumber: Lampiran Output SPSS data diolah 2021

Nilai t_{hitung} variabel Mutasi Pegawai sebesar 2,402 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,018 sehingga $0,018 < 0,05$. Nilai t_{hitung} untuk variabel Sarana Prasarana sebesar -1,074 dengan signifikansi sebesar 0,286 sehingga $0,286 > 0,05$. Nilai t_{hitung} untuk variabel Pengembangan SDM sebesar 4,313 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga $0,000 < 0,05$. Berdasarkan Tabel 1.3 Hasil Uji t diatas, variabel mutasi dan pengembangan SDM berpengaruh signifikan secara parsial. Sedangkan untuk variabel sarana prasarana tidak dinyatakan berpengaruh signifikan.

b. Uji F

Tabel 1.4
Hasil Uji Hipotesis F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.941	3	22.980	10.575	.000 ^a
	Residual	186.881	86	2.173		
	Total	255.822	89			

Sumber: Lampiran Output SPSS data diolah 2021

Nilai F_{hitung} untuk variabel Mutasi Pegawai, Sarana Prasarana, dan Pengembangan SDM sebesar 10,575 dengan signifikansi sebesar 0,000 sehingga $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil, dinyatakan bahwa hipotesis di terima. Yang berarti Mutasi Pegawai, Sarana Prasarana, dan Pengembangan SDM secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pegawai di masa pandemi covid 19.

Pembahasan

Pengaruh Mutasi Pegawai Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil analisa menunjukkan variabel mutasi pegawai (X_1) berpengaruh terhadap kinerja pegawai di masa pandemi covid-19 di Disnakertrans Wilayah Jawa Timur. Mutasi pegawai (X_1) masih tetap dilakukan oleh Disnakertrans di tengah meskipun pandemi seperti sekarang ini, hal ini bertujuan agar kemampuan para pegawai tetap bisa terasah dengan baik. Mutasi tersebut dilakukan dengan menjalankan protokol kesehatan yang telah disarankan oleh pemerintah sekarang ini. Hasil dari penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dara Sinta, (2020). Pada penelitian tersebut disebutkan bahwa “dalam pelaksanaannya, mutasi pegawai pada Dinas Syariat Islam Kab. Gayo Lues telah sesuai diterapkan berdasarkan Peraturan BKN Nomor 5 Tahun 2019 tentang Tata Cara Pelaksanaan Mutasi dan memberikan hasil yang baik terhadap kinerja pegawai”. Ada juga dari Ela Suparinah, (2018) dengan hasil mutasi pegawai terhadap kinerja pegawai memiliki pengaruh yang positif.

Pengaruh Sarana Prasarana Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil analisa menunjukkan variabel sarana prasarana (X_2) dengan nilai signifikansi $0,286 > 0,05$ yang artinya variabel sarana prasarana (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di masa pandemi covid - 19 pada Disnakertrans Wilayah Jawa Timur. Hasil penelitian tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Fafika Himmatul Aula, (2020) dimana pada hasil penelitian tersebut disebutkan bahwa pekerjaan tidak dapat diselesaikan dengan baik oleh pegawai tanpa adanya sarana prasarana yang memadai. Dan juga Siswa Pratama, (2019) dengan hasil sarana prasarana berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai.

Pengaruh Pengembangan SDM Terhadap Kinerja Pegawai

Hasil analisa menjelaskan variabel pengembangan SDM (X_3) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti variabel pengembangan SDM (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di masa pandemi covid - 19 pada Disnakertrans Wilayah Jawa Timur. Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrisma Ramadhiya Findarti, (2016). Pada penelitian tersebut menyatakan bahwa “program pengembangan SDM melalui pelatihan dan diklat merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan kemampuan pegawai untuk dapat berkinerja lebih baik”. Ada juga Agung Widhi Kurniawan, (2012) dengan hasil pengembangan SDM memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja pegawai.

Pengaruh Mutasi Pegawai, Sarana Prasarana, dan Pengembangan SDM Terhadap Kinerja Pegawai

Mutasi pegawai, sarana prasarana, dan pengembangan SDM secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di masa pandemi covid-19. Analisis tersebut dapat dilihat melalui signifikansi uji F sebesar $0,000 < 0,05$, dan dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan simultan antara variabel mutasi pegawai, sarana prasarana, dan pengembangan SDM terhadap kinerja pegawai di masa pandemi covid-19.

SIMPULAN

Berdasar analisa data dan pembahasan yang telah dijabarkan diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil: 1) Mutasi Pegawai berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di masa pandemi covid 19. 2) Sarana Prasarana tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di masa pandemi covid- 19. 3) Pengembangan SDM berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di masa pandemi covid -19. 4) Mutasi Pegawai, Sarana Prasarana, dan Pengembangan SDM berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kinerja Pegawai di masa pandemi covid-19.

IMPLIKASI

Berdasarkan fakta yang ditemukan oleh peneliti saat melaksanakan observasi tingkat mutasi pegawai berkurang dikarenakan dampak dari adanya pandemi covid-19. Sarana prasarana juga telah ditingkatkan kebersihannya selama melaksanakan pekerjaan di masa pandemi covid-19 agar pekerjaan yang dilakukan menjadi lebih aman dan nyaman. Pengembangan SDM sempat dilakukan oleh instansi terkait guna meningkatkan kinerja pegawainya, akan tetapi dihentikan dipertengahan karena adanya pandemi covid-19. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi organisasi kedepannya sehingga dapat meningkatkan kinerja pegawai agar memiliki kemampuan yang memadai.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini terbatas pada masalah: 1) Penyebaran angket dilakukan melalui media *online* dikarenakan adanya dampak dari pandemi covid-19. 2) Pembatasan keluar-masuk area instansi untuk melaksanakan *social distancing* selama pandemi covid-19. 3) Keterbatasan sumber referensi yang relevan selama pandemi covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Aula, F. H., & Nugraha, J. (2020). Pengaruh Tata Ruang Kantor Dan Sarana Prasarana Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 5(2), 169–185. <https://doi.org/10.17509/Jpm.V4i2.18008>
- Bagus Dwiarta, I. M., & Suharyanto. (2016). Kontribusi Pemberdayaan Dan Komitmen Organisasional Untuk Meningkatkan Kinerja Anggota Koperasi Setia Bhakti Wanita Di Surabaya. *Journal Of Management Studies*.
- Findarti, F. R. (2016). Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Kalimantan Timur. *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(5), 937–946.
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2003 Tentang Pedoman Pengadaan Barang Dan Jasa Pemerintah.
- Kurniawan, A. W. (2012). Pengaruh Kepemimpinan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja, Dan Kinerja Karyawan Bank Sulselbar. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 16(4), 391.

<https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2012.V16.I4.2332>

Peraturan BKN Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Tata Cara Pelaksanaan Mutasi.

Sedarmayanti. (2017). *Perencanaan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. PT. Refika Aditama.

Sinta, D. (2020). Pengaruh Mutasi Pegawai Terhadap Kinerja Pada Dinas Syariat Islam Kabupaten Gayo Lues. *Orphanet Journal Of Rare Diseases*, 21(1), 1–9.
<https://doi.org/10.1155/2010/706872>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D)*. Alfabeta

Suparinah, E. (2018). Pengaruh Mutasi Dan Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Waru Kaltim Plantation Di Penajam Paser Utara. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 6(01), 425–438.

PENGARUH FASILITAS, TARIF, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENGGUNA KANTOR POS JEMUR ANDAYANI

Adhelia Kurnia Fitri¹, Christina Menuk S.²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia^{1,2}

Email : @adheliakurniaf@gmail.com¹,

Koresponden: menukch@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Dijelaskan terkait riset ini untuk menganalisa sejauh mana pengaruh fasilitas, tarif, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Kantor Pos Jemur Andayani. Pendekatan yang dipakai ialah secara kuantitatif. Populasi yang digunakan yakni pengguna Kantor POS Jemur Andayani serta sampel 114 responden. Sesuai hasil uji statistik didapatkan hasil fasilitas, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Kantor POS Jemur Andayani. adapun tarif terbukti tidak berpengaruh signifikan dan bertanda negatif, hal ini dikarenakan jika setiap peningkatan nilai tarif, maka akan menurunkan nilai kepuasan pengguna.

Kata kunci: Fasilitas, tarif, kepercayaan, kualitas pelayanan, kepuasan pengguna

ABSTRACT

Described related to this research to analyze the extent to which the influence of facilities, rates, trust, and service quality on user satisfaction at the Jemur Andayani Post Office. The approach used is quantitative. The population used is Jemur Andayani POS Office users and a sample of 114 respondents. According to the results of statistical tests, it was found that facilities, trustworthiness, and service quality were proven to have an effect on user satisfaction at Jemur Andayani POS Office. Meanwhile, the tariff is proven to have no significant effect and has a negative sign, this is because if each increase in the value of the tariff, it will decrease the value of user satisfaction.

Keywords: *Facilities, rates, trust, service quality, user satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor bisnis saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, banyaknya perusahaan atau industri berdiri diberbagai wilayah menandakan bahwa membaiknya kondisi ekonomi yang akan terjadi beberapa waktu yang akan datang. Kini para pengusaha melakukan berbagai strategi agar usahanya dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat, dengan melakukan strategi yang lebih modern dan melakukan inovasi pada berbagai komponen bisnis akan memberikan sentuhan yang berbeda, saat ini semua perusahaan telah memanfaatkan teknologi untuk menunjang segala aktivitas bisnis agar berjalan dengan baik, ketergantungan teknologi menjadi salah satu hal yang menyebabkan semakin ketatnya persaingan dalam waktu yang akan datang, sehingga semua perusahaan harus bersiap diri untuk terus berinovasi dan melihat peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan.

Pentingnya melakukan inovasi terjadi pada perusahaan jasa, saat ini masyarakat semakin berminat untuk memakai perusahaan jasa dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, banyaknya

keperluan yang dialami oleh masyarakat yang berkaitan dengan dibutuhkannya perusahaan jasa harus bisa dimanfaatkan dengan baik sebagai peluang. Peningkatan kebutuhan jasa atas permintaan masyarakat saat ini semakin membuat kuwalahan, apabila perusahaan jasa mampu memberikan pelayanan dan tarif yang dapat dijangkau, maka pelanggan akan banyak yang berminat. Oleh karena itu kondisi yang terjadi saat ini menjadi momentum yang baik bagi perusahaan jasa untuk berlomba-lomba mendapatkan banyak pelanggan. Setiap perusahaan jasa harus menawarkan pelayanan semenarik mungkin agar para pelanggan bersedia untuk memakai jasa sesuai yang dibutuhkan.

Pentingnya menjaga kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama yang harus selalu diperhatikan, adapun faktor utama yang dapat dijadikan sebagai strategi perusahaan jasa dalam menggaet para pelanggan yakni dengan memberikan fasilitas yang memadai, perusahaan jasa harus teliti dalam menyiapkan segala fasilitas yang berhubungan langsung dengan aktivitas masyarakat sebagai pengguna jasa, di setiap kantor perusahaan jasa sangat penting untuk menempatkan perlengkapan seperti nomor antrian, tempat duduk dan layanan informasi yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat, saat ini masyarakat cenderung melakukan aktivitasnya secara *online*, sehingga masyarakat yang membutuhkan jasa hanya perlu melakukan akses dengan *smartphone* yang dapat dipakai untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh sebab itu perusahaan jasa harus menyediakan website atau aplikasi yang dapat digunakan oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Selain itu, hal lain yang perlu diperhatikan agar para pelanggan tetap bertahan pada pilihannya yakni penetapan tarif yang dilakukan oleh perusahaan jasa, saat ini masyarakat cenderung untuk menghemat keuangannya. Oleh karena itu perusahaan jasa harus menyesuaikan tarif dengan kondisi yang sedang terjadi sekarang ini. Dengan menetapkan tarif yang terjangkau akan memberikan pilihan kepada para pelanggan untuk meyakinkan dalam memilih perusahaan jasa tersebut. Perusahaan harus memberikan penawaran lain dalam menentukan tarif, dengan memberikan promo menarik kepada pelanggan pada periode tertentu juga dapat dijadikan sebagai langkah strategis menjaga pelanggan untuk tetap loyal. Tarif menjadi salah satu hal yang sangat diperhitungkan oleh pengguna jasa, pengguna jasa akan melihat manfaat yang didapatkan dari biaya yang sudah dikeluarkan harus sesuai ekspektasi.

Selain fasilitas dan tarif, perusahaan jasa juga harus menjaga kepercayaan pelanggan. Hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga kepercayaan pelanggan ialah dengan menjaga keamanan data diri dan menjamin bahwa pelanggan akan diberikan pelayanan yang maksimal. Kondisi diatas dialami oleh Kantor POS Indonesia sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dengan melihat bahwa potensi dan peluang dari industri ini yang prospektif dan persaingan dalam industri yang semakin ketat, maka Kantor POS Indonesia berusaha untuk menjadi yang terbaik dan berusaha memenangkan persaingan yang ada. Kantor POS Indonesia sebagai penyedia jasa pengiriman dimana berfungsi sebagai penghubung antara pihak-pihak yang mempercayakan pengiriman barangnya atau transaksi yang lain melalui Kantor POS, sehingga Kantor POS dituntut untuk melakukan pelayanan yang memuaskan bagi para pelanggannya.

METODE

Riset ini memakai pendekatan kuantitatif, adapun populasi yang dipakai ialah pengguna Kantor POS Jemur Andayani yang diambil pada bulan September 2020 sampai Maret 2021 dengan sampel sebanyak 114 responden.

HASIL

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Fasilitas (X_1)	X1.1_1	0,449	0,1840	Valid	X1.3_3	0,688	0,1840	Valid
	X1.1_2	0,665	0,1840	Valid	X1.4_1	0,697	0,1840	Valid
	X1.1_3	0,571	0,1840	Valid	X1.4_2	0,649	0,1840	Valid
	X1.2_1	0,744	0,1840	Valid	X1.4_3	0,605	0,1840	Valid
	X1.2_2	0,707	0,1840	Valid	X1.5_1	0,568	0,1840	Valid
	X1.2_3	0,624	0,1840	Valid	X1.5_2	0,589	0,1840	Valid
	X1.3_1	0,552	0,1840	Valid	X1.5_3	0,609	0,1840	Valid
	X1.3_2	0,665	0,1840	Valid				
Tarif (X_2)	X2.1_1	0,606	0,1840	Valid	X2.2_1	0,686	0,1840	Valid
	X2.1_2	0,721	0,1840	Valid	X2.2_2	0,700	0,1840	Valid
	X2.1_3	0,677	0,1840	Valid	X2.2_3	0,761	0,1840	Valid
Kepercayaan (X_3)	X3.1_1	0,613	0,1840	Valid	X3.3_1	0,650	0,1840	Valid
	X3.1_2	0,667	0,1840	Valid	X3.3_2	0,670	0,1840	Valid
	X3.1_3	0,638	0,1840	Valid	X3.3_3	0,664	0,1840	Valid
	X3.2_1	0,713	0,1840	Valid	X3.4_1	0,686	0,1840	Valid
	X3.2_2	0,675	0,1840	Valid	X3.4_2	0,724	0,1840	Valid
	X3.2_3	0,645	0,1840	Valid	X3.4_3	0,725	0,1840	Valid
Kualitas Pelayanan (X_4)	X4.1_1	0,484	0,1840	Valid	X4.3_3	0,647	0,1840	Valid
	X4.1_2	0,715	0,1840	Valid	X4.4_1	0,624	0,1840	Valid
	X4.1_3	0,703	0,1840	Valid	X4.4_2	0,677	0,1840	Valid
	X4.2_1	0,670	0,1840	Valid	X4.4_3	0,590	0,1840	Valid
	X4.2_2	0,670	0,1840	Valid		0,684	0,1840	Valid
					X4.5_1	0,663	0,1840	Valid
	X4.2_3	0,534	0,1840	Valid	X4.5_2	0,651	0,1840	Valid
	X4.3_1	0,701	0,1840	Valid	X4.5_3			
	X4.3_2	0,707	0,1840	Valid				
Kepuasan Pengguna (Y)	Y1.1_1	0,707	0,1840	Valid	Y1.2_3	0,723	0,1840	Valid
	Y1.1_2	0,649	0,1840	Valid	Y1.3_1	0,665	0,1840	Valid
	Y1.1_3	0,712	0,1840	Valid	Y1.3_2	0,741	0,1840	Valid
	Y1.2_1	0,756	0,1840	Valid	Y1.3_3	0,672	0,1840	Valid
	Y1.2_2	0,694	0,1840	Valid				

Sesuai tabel diatas telah terbukti seluruh item dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Fasilitas (X ₁)	0,889	0,6	Reliabel
Tarif (X ₂)	0,783	0,6	Reliabel
Kepercayaan (X ₃)	0,888	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₄)	0,896	0,6	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,870	0,6	Reliabel

Sesuai tabel diatas terbukti seluruh data telah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E+00
	Std. Deviation	1.49400766
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.715
Asymp. Sig. (2-tailed)		.687

Dijelaskan sesuai hasil diatas telah terbukti data berdistribusi normal.

B. Uji Multikolineritas

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolineritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	.506	1.974
X2	.589	1.697
X3	.333	3.001
X4	.369	2.707

Sesuai tabel diatas terbukti data terbebas dari gejala multikolineritas.

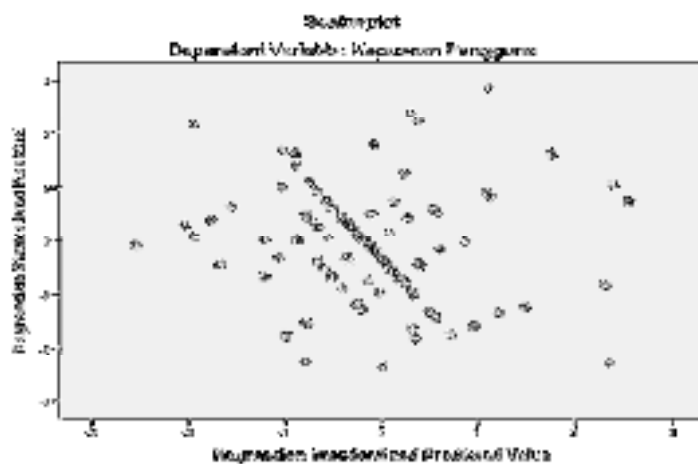
C. Uji Autokorelasi

Tabel 5.
Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1.723

Sesuai tabel diatas telah terbukti data terbebas dari gangguan autokorelasi.

D. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sesuai gambar diatas telah terbukti data terbebas dari gangguan heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6.
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		
		B	Std. Error
1	(Constant)	5.405	1.610
	X1	.108	.030
	X2	-.125	.065
	X3	.240	.050
	X4	.264	.040

Sesuai hasil tabel diatas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 5,405 + 0,108 X_1 - 0,125 X_2 + 0,240 X_3 + 0,264 X_4 + e.$$

4. Uji Determinan

Tabel 7.

Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.889 ^a	.791	.783

Dijelaskan sesuai hasil tabel diatas didapatkan Koefisien determinasi dilihat dari tabel diatas sebesar 0,783 yang berarti variabel bebas memberi kontribusi terhadap variabel dependent sebesar 78,3%. Sedangkan sisanya sebesar 21,7% dijelaskan oleh variabel lain.

5. Uji Hipotesis

A. Uji t

Tabel 8.
Hasil Uji t

Model	T	Sig.
(Constant)	3.357	.001
1 X1	3.588	.001
X2	-1.923	.057
X3	4.798	.000
X4	6.620	.000

Berdasarkan hasil output pada tabel diatas dapat diketahui bahwa:

1. Didapatkan t-hitung fasilitas 3,357 serta signifikansi ,001<0,05. Telah terbukti berpengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengguna.
2. Didapatkan t-hitung tarif -1,923 serta signifikansi ,057> 0,05. Telah terbukti tidak berpengaruh tarif terhadap kepuasan pengguna.
3. Didapatkan t-hitung kepercayaan 4,798 serta signifikansi ,000 < ,05. Telah terbukti berpengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna.
4. Didapatkan t-hitung kualitas pelayanan 6,20 serta signifikansi ,000 < ,05. Telah terbukti berpengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna.

B. Uji F

Tabel 9.
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	102.880	.000 ^a
Residual		
Total		

Sesuai tabel diatas didapatkan f-hitung 102.880 serta signifikansi 0,00 sehingga $0,00 < 0,05$. Artinya terbukti berpengaruh secara simultan fasilitas, kepercayaan, dan kualitas terhadap kepuasan pengguna.

SIMPULAN

1. Disimpulkan telah terbukti fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Kantor POS Jemur Andayani.
2. Disimpulkan telah terbukti tarif tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Kantor POS Jemur Andayani.
3. Disimpulkan kepercayaan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Kantor POS Jemur Andayani.
4. Disimpulkan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Kantor POS Jemur Andayani.
5. Disimpulkan telah terbukti berpengaruh secara simultan fasilitas, kepercayaan, dan kualitas terhadap kepuasan pengguna.

IMPLIKASI

Pihak Kantor POS Jemur Andayani telah mengambil suatu kebijakan terkait fasilitas yang diberikan kepada para pelanggan harus memberikan rasa puas dan memenuhi ekspektasi mereka, selain itu penetapan tarif juga telah sesuai dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Terdapat beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti selama penelitian dilapangan, antara lain melaksanakan penelitian yang terhambat waktu dan danayang sangat terbatas, responden juga dibatasi yakni pengguna Kantor POS Jemur Andayani.

DAFTAR PUSTAKA

- Attamimi, Fahmi Majid, Hufon, M., & Rahman, F. (2016). *pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen (studi pada konsumen jne kota malang)*. 2010, 82–94.
- Ayuwardani, Rizky Primadita. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015).
- Choitotinnisa, Rachma, H., & Hufon, M. (2018). pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan dan harga terhadap ke[uasan pelanggan probolinggo (studi kasus pada J&T kota probolinggo jln.

- panglima sudirman no. 6c pertokoan wiroborang 267, mayangan , kota probolinggo). E-Jurnal Riset Manajemen, 7(2), 46–58.
- Ferrinadewi, Erna dan S. Pantja Djati (2012), Pentingnya Karyawan dalam Pembentukan Kepercayaan Konsumen Terhadap Perusahaan Jasa. Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol.15 No.2, Hlm: 97-109.
- Fitramulyana, Y. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi resiko, dan keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko *Online*: Studi Pada Toko Online OLX.cp.id. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juniariska, S., Rachma, N., & Primanto, alfian budi. (2020). pengaruh kualitas pelayanan, ketetapan waktu, dan tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos indonesia (studi kasus pada pelanggan PT. POS INDONESIA Cabang Gempol). Journal Riset Manajemen, 9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>.
- Kotler, P. & Keller, L. K. 2013. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi 15. Pearson Education.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., PT, E. G., Analisis, H., Pelayanan, A. K., Fasilitas, L., & Putra, net B. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. Journal of Management, 4(4).
- Mar'ati, N. C., & Sudarwanto, T. (2011). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI OJEK ONLINE (STUDI PADA KONSUMEN GOJEK 1DI SURABAYA). 2, 1–12.
- Noeraini, I. A. (2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. Ilmu Dan Riset Manajemen, ISSN: 2461-0593, 5(5), 1–17.
- Pradina, S. 2012. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kabupaten Demak. Sistem Informasi Jurnal Ilmiah USM. Vol.1 No.2.
- Rusmita, F. N., Sulton, M., & Arifien, M. S. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. JNE EXPRESS KABUPATEN LAMONGAN. Journal of Chemical Information and Modeling, 7(9), 1–8.
- Sani, & Uhti. (2014). Kontribusi Kecepatan Layanan Dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen Pt.jne Konter Perak Timur. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 2(1). <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/7069>.
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Bisnis: Pendekatam Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syamsuri, H. (2015). Pengaruh Tarif Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Jasa Pengiriman Barang Pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Makassar. 5(2), 1–12.

PENGARUH BUDAYA KERJA DAN KARAKTERISTIK INDIVIDU TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT. PELINDO III TANJUNG PERAK SURABAYA

Mayang Mega Putri Sugiastika¹, Mochammad Munir Rachman², Edy Sulistyawan³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia^{1,2,3}

E-mail: maymega1509@gmail.com¹, edy.s@unipasby.ac.id³

Koresponden: hnn_munir@yahoo.com²

ABSTRAK

Dilakukannya penelitian ini dimaksudkan sebagai alat analisis budaya kerja, karakteristik individu terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Pelabuhan Indonesia III. Metode pada penelitian ini menggunakan eksplanatori, dengan sampel sebanyak 60 karyawan. Hasil penelitian menghasilkan, variabel Budaya Kerja (X_1) yang ditunjukkan pada nilai t hitung = 5,194 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dapat dijabarkan, Budaya Kerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan kerja yang menandakan karyawan belum memahami hubungan budaya kerja dan tingkat kepuasan kerja sehingga tidak mampu menunjukkan peningkatan yang signifikan, sedangkan variabel Karakteristik Individu (X_2) ditunjukkan pada nilai t hitung 1,287 dengan signifikansi $0,203 > 0,05$ artinya Karakteristik Individu (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Hasil temuan lain bahwa kedua variabel budaya kerja dan karakteristik individu secara, simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan yang ditunjukkan pada nilai F hitung 11,543 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Pengaruh positif ini memiliki harapan dapat lebih baik lagi dan mampu merubah kebiasaan karyawan dalam bekerja dengan baik.

Kata Kunci : Budaya kerja, Karakteristik Individu, Kepuasan Kerja

ABSTRACT

This study aims to analyze work culture, individual characteristics on employee job satisfaction at PT. Port of Indonesia III, East Java Regional Tanjung Perak Surabaya. The method in this study uses explanatory, with a sample of 60 employees. The results showed that the Work Culture variable (X_1) which is shown at the value = 5,194 with a significance of $0.000 < 0.05$ means that Work Culture has a positive and insignificant effect on job satisfaction, which indicate that employees do not understand the relationship between work culture and the level of job satisfaction so that they do not able to show a significant increase, while the Individual Characteristics variable (X_2) is shown at the t value of 1,287 with a significance of $0.203 > 0.05$, which means that individual characteristics effect on employee job satisfaction. Other findings show that both work culture variables and individual characteristics simultaneously have a positive and significant effect on employee job satisfaction which is shown in the F value of 11,543 with a significance of $0.000 < 0.05$. This positive influence hopes to be even better and to be able to change employee habits in working properly.

Keywords : Work Culture, Individual Characteristics, Job Satisfaction

PENDAHULUAN

Kepuasan kerja yaitu pandangan dari tanggapan positif karyawan kepada pekerjaannya dengan keadaan emosional yang menyenangkan ataupun tidak menyenangkan dalam mengerjakan pekerjaan. Pekerjaan yang kurang menantang dapat menimbulkan cepat lelah, bosan, jenuh dan pekerjaan yang menantang menjadi frustrasi dan merasa dirinya gagal. Robbins dan Judge (2013: 208) kepuasan kerja sebagai perasaan yang positif tentang pekerjaan hasil evaluasi dari karakteristiknya.

Robbins dan Judge (2015:50) menyatakan ada beberapa indikator dari kepuasan kerja, yaitu : (1) gaji, (2) pekerjaan itu sendiri, (3) rekan kerja yaitu, (4) atasan atau pengawasan, (5) promosi, (6) lingkungan kerja Hughes (2012).

Kenyataannya fenomena yang terjadi masih banyak karyawan yang memiliki kepuasan kerjanya belum optimal. Kepuasan kerja karyawan bisa dipengaruhi dengan lingkungan kerja yang kurang luas, hubungan antara sesama rekan kerja perlu ditingkatkan. Sering kali yang mendapatkan pekerjaan tidak sesuai dengan kemampuannya ditinggalkan atau diserahkan ke rekan kerjanya.

Robbin (2015:721), budaya kerja merupakan organisasi yang mengacu ke sistem makna bersama dipatuhi oleh anggota yang memberikan perbedaan pada organisasi itu dari organisasi lainnya. Sistem makna bersama jika ditaati merupakan seperangkat karakteristik utama yang dihargai oleh organisasi, dengan karakteristik individu yang terbentuk menjadikan karakter yang profesional. Karyawan membutuhkan pembentukan karakter dari pengalaman organisasi sebelumnya, dengan adanya karakteristik individu yang terbentuk menjadi tingkat kinerja yang optimal dan budaya kerja terlaksanakan sesuai tujuan perusahaan.

Kenyataannya fenomena perusahaan belum menerapkan budaya kerja kepada seluruh karyawan, mentaati budaya kerja belum optimal karna belum disepakati bersama dan tidak ada pelanggaran yang tegas dari pimpinan. Beberapa karyawan tidak memakai atribut lengkap, meninggalkan pekerjaan yang tidak sesuai dan menyelesaikan pekerjaan tidak fokus menghambat konsentrasi. Sikap dan perilaku terhadap budaya kerja yang disepakati menciptakan kesuksesan dan tercapainya suatu tujuan bagi perusahaan.

Beberapa karyawan mempunyai sikap dan watak yang berbeda cenderung meninggalkan pekerjaannya, menyelesaikan pekerjaan setiap individu juga berbeda dengan mendengarkan musik, berbicara berlebihan disaat jam kerja. Dengan demikian budaya kerja, karakteristik individu, kepuasan kerja perlu seimbang dan diperhatikan untuk meningkatkan kinerja karyawan meningkat. Permasalahan sering muncul dalam perusahaan ketika kepuasan kerja karyawan menurun karena kepuasan karyawan tidak sesuai yang diharapkan. Pada karyawan di bagian divisi sumber daya manusia (SDM) memiliki sikap dan watak yang berbeda, sikap membantu sesama rekan kerja dengan menyelesaikan pekerjaan, bekerja sama dalam membuat konsep dan kreativitas untuk mencapai target perusahaan supaya lebih berkembang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode eksplanatori digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan hasil dari penelitian ini. Sampel yang digunakan sejumlah 60 karyawan. Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji hipotesis terdiri dari Uji-t dan Uji-F. Pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Kuesioner dinyatakan valid apabila hasil pertanyaan kuesioner dapat membuktikan sesuatu yang akan diukur. Dalam pengujian ini memiliki korelasi dengan skor total masing-masing yang variabel $\geq 0,30$ dan jika terdapat salah satu total masing-masing variabel $< 0,30$ maka akan disingkirkan dan mengulang kembali (Rachman, 2017:71).

Untuk mengetahui kevalidan data tersebut nilai tingkat kesalahan terbesar 0,30. Dapat dikatakan hasil yang diperoleh tidak boleh kurang dari 0,05. Pada semua indikator dalam variabel total item teruji valid, hasil yang diperoleh dari SPSS versi 24 lebih dari 0,30 dan didapatkan hasil valid.

2. Uji Reliabilitas

Kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil responden terhadap pernyataan konsisten atau stabil disetiap waktunya. Dalam pengujian ini sebuah daftar pernyataan dari sebuah variabel

Indikator	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Disiplin (X _{1.1})	0,892	0,60	Reliabel
Keterbukaan(X _{1.2})	0,891	0,60	Reliabel
Saling Menghargai(X _{1.3})	0,892	0,60	Reliabel
Kerja Sama(X _{1.4})	0,891	0,60	Reliabel

penelitian digunakan $Alpha$ (Cronbach) $> 0,60$ (moderat), jika nilai $Alpha > 80$ maka seluruh item reliabel

yang kuat (Rachman, 2017 :76).

Tabel 4.25
Uji Reliabilitas Budaya Kerja (X₁)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Tabel 4.26
Uji Reliabilitas Karakteristik Individu (X_2)

Indikator	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kemampuan (Ability) ($X_{2.1}$)	0,891	0,60	Reliabel
Nilai (Value)($X_{2.2}$)	0,711	0,60	Reliabel
Sikap (Attitude)($X_{2.3}$)	0,890	0,60	Reliabel
Minat (Interest)($X_{2.4}$)	0,893	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Tabel 4.27
Uji Reliabilitas Kepuasan Kerja Karyawan (Y)

Indikator	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kepuasan Terhadap Atasan ($Y_{1.1}$)	0,891	0,60	Reliabel
Kepuasan Terhadap Rekan Kerja ($Y_{1.2}$)	0,893	0,60	Reliabel
Kepuasan Terhadap Pekerjaan($Y_{1.3}$)	0,894	0,60	Reliabel
Kepuasan Terhadap Peluang Promosi($Y_{1.4}$)	0,890	0,60	Reliabel
Kepuasan Terhadap Pendapatan ($Y_{1.5}$)	0,895	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil data diatas bahwa pernyataan pada kuesinoer reliabel dikarenakan hasil *Alpha Cronbach* dari variabel budaya kerja,karaktersitik individu dan kepuasan kerja masing-masing item indikator variabel penelitian ini melebihi *Alpha Cronbach* 0,60.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas data

Uji normalitas dilakukan sebagai uji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan signifikansi 0,05. Cara mengujinya dengan melihat berkaca pada nilai profitabilitas dari Z statistik. Jika profitabilitas dari Z statistik lebih kecil 0,05 maka nilai residual dalam suatu regresi tidak terdistribusi secara normal. (Rachman, 2017:84). Nilai Asymp.Sig sebesar 0,077 lebih besar dari $> 0,05$ yang artinya data pada penelitian ini normal sehingga dapat memenuhi syarat untuk dianalisis.

2. Uji Multikolnieritas

Uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas dengan melihat nilai VIF *Variance Inflation Factor* dan *Tolerance*. Apabila dihasilkan harus lebih besae dari 1 dan dibawah 10, dan hasil analisis regresi linier berganda yang diaplikatifkan dapat diterima sehingga tidak terjadi multikol (Rahman,2017:149).

Tabel 4.29
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Budaya Kerja (X ₁)	,966	1,035
Karakteristik Individu (X ₂)	,580	1,724

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Hasil yang diperoleh nilai *Tolerance* variabel Budaya Kerja sebesar 0,966 ($0 < 10$), variabel Karakteristik Individu sebesar 0,580 (< 10). Variabel Budaya Kerja sebesar 1.035, variabel Karakteristik individu sebesar 1.724. Hasil tersebut dinyatakan bahwa regresi linier berganda yang digunakan tidak terjadi multikolinieritas sehingga dapat memenuhi syarat untuk dianalisis.

3. Uji Autokolerasi

Pengujian ini menunjukkan nilai koefisien d_u (nilai batas atas pada tabel) dan d_1 (nilai batas bawah pada tabel) apabila berada diantara $-2 > DW < 2$ dan d_u maka hasilnya tidak terdapat autokorelasi (Rachman,2017:161).

Tabel 4.30

Hasil Uji Autokorelasi

Durbin Watson

1,825

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.30 diatas menunjukkan nilai DW (*Durbin-Watson*) lebih besar dari DW 1.5144 > du 1.6518 dan kurang dari 4- 1.6518 = 2,3482 artinya tidak autokorelasi.

4. Uji Heterokedastisitas

Uji Glejser antar variabel budaya kerja,karakteristik individu, kepuasan kerja karyawan dengan *absolute* residual memiliki nilai yang signifikasi lebih besar dari 0,05. Pada variabel sig budaya kerja (X_1) memiliki nilai negatif sig -0,26. Didaoatkan hasil yaitu tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Pada variabel budaya kerja menyatakan bahwa angka yang dihasilkan negatif pada saat pengisian kuesioner ,variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan.

Tabel 4.31
Hasil Uji Glejser

Variabel	Sig
Budaya Kerja (X_1)	-0,26
Karaktertistik Individu(X_2)	0,811
Kepuasan Kerja Karyawan(Y)	0,949

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = 3,722 + 0,558x_1 + 0,198x_2 + e$$

Berdasarkan hasil uji SPSS di atas dapat disimpulkan bawah beberapa variabel menunjukan hasil sebagai berikut ini

- Nilai Konstanta dilihat dengan nilai 3,722 dimana koefisien pada konstanta meningkat dengan drajat batasan minimum pengukuran senilai 0 di dibandingkan dengan 3,722, dapat di simpulkan bahwa kepuasan kerja karyawan meningkat sebesar 3,722 dari awal mula nilai 0.
- Kedua adalah nilai koefisien budaya kerja menunjukan sebesar 0,558, diartikan bahwa peningkatan nilai pada variabel budaya kerja (X_1) akan menyebabkan peninngktan pada tujuan yaitu kepuasan kerja (Y) sebesar 0,558.
- Terakhir adalah koefesien karakteristik individu (X_2), dilihat pada hasil hitung analisis SPSS sebesar 0,198, dapat dideskripsikan dengan nilai sebesar analisis tersebut terdapat peningkatan dan mengakibatakn kenaikan pada kepuasan kerja(Y) dengan nilai pada penelitian sebesar 0,198.

Uji Hipotesis

1. Uji-F

Dari pernyataan di atas tabel menyatakan bahwa hasil F hitung lebih tinggi dibandingkan F tabel dengan nilai 11,543 dengan hasil signifikansi $0,000 < 0,05$, Maka dapat dinyatakan positif, dan budaya kerja, karakteristik individu berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Pelabuhan Indonesia III.

2. Uji-t

Berdasarkan t tabel pada 60 responden sebesar 1.67155. sebagai berikut:

1. Pada variabel Budaya Kerja (X_1), bahwa hasil t hitung = 5,194 > t table, signifikansi $0,000 < 0,05$ berarti Budaya Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Pelabuhan Indonesia III.
2. Pada variabel Karakteristik Individu (X_2), bahwa hasil t hitung 1,287 > t table, signifikansi $0,203 < 0,05$ berarti karakteristik individu (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Pelabuhan Indonesia III.

PEMBAHASAN

1. Budaya Kerja (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja (Y)
Berdasarkan pengujian budaya kerja memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel kepuasan kerja karyawan.
2. Karakteristik Individu (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja (Y)
Menurut pengujian karakteristik individu mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.
3. Pengujian Budaya Kerja (X_1) dan Karakteristik Individu (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y)
Berdasarkan hipotesis secara simultan budaya kerja dan karakteristik individu mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

SIMPULAN

1. Budaya Kerja memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Kerja Karyawan dengan menunjukkan hipotesis variabel budaya kerja (X_1), bahwa nilai hitung = 5,194 > t tabel dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menyatakan Budaya Kerja (X_1) berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y) pada PT. Pelabuhan Indonesia III. Budaya Kerja lebih optimal jika lebih diterapkan di perusahaan, maka semakin tinggi disiplin karyawan yang bekerja.
2. Karakteristik individu berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja karyawan dengan menunjukkan hipotesis bahwa nilai t hitung 1,287 > t tabel dengan signifikan $0,203 > 0,05$ yang menyatakan Karakteristik Individu (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y) pada PT. Pelabuhan Indonesia III. Karakteristik individu semakin baik dan tinggi, maka karyawan akan semakin tinggi Kepuasan Kerja Karyawan.
3. Berdasarkan uji-f dengan nilai sebesar 11,543 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukan bahwa variabel Budaya Kerja (X_1) dan Karakteristik Individu berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y) pada karyawan PT. Pelabuhan Indonesia III. Semakin meningkatnya budaya kerja dan karakteristik individu pada perusahaan maka karyawan akan semakin tinggi tingkat kepuasan dalam bekerja.

IMPLIKASI

Berdasarkan pada penelitian ini terdapat implikasi berikut :

1. Budaya Kerja merupakan Perusahaan ada beberapa budaya kerjanya belum optimal dikarenakan karyawan belum sepakat dan tidak pelanggaran yang tegas, tetapi jika setiap karyawan membangun dan mendukung budaya kerja akan menjadi kebiasaan dan menimbulkan emosional positif dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Sistem makna bersama jika ditaati menjadi kesatuan karakteristik utama yang dihargai perusahaan dengan karakteristik individu yang terbentuk menjadikan karakter yang profesional.
2. Karakteristik individu dan kepuasan kerja karyawan yang menyatakan bahwa berpengaruh positif dan signifikan. Bagi pimpinan menjadi panutan untuk setiap karyawan guna untuk meningkatkan perasaan positif dan menjadikan kepuasan tersendiri bagi karyawan. Karakteristik individu dalam perusahaan sangat berpengaruh sebagai acuan kinerja dan kepuasan kerja karyawan dalam mengerjakan tugas sesuai tanggung jawab. Memiliki sikap dan watak yang berbeda, sikap membantu sesama rekan kerja dengan menyelesaikan pekerjaan, bekerja sama dalam membuat konsep dan kreativitas untuk mencapai target perusahaan supaya lebih berkembang.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, tentunya masih memiliki keterbatasan yaitu jawaban kuesioner dari karyawan (responden) tidak sesuai dengan jangka waktu yang ditentukan, dan jawaban yang diberikan tidak sesuai dengan kenyataannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell J.W. (2017). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran* . Edisi 4
Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Hasibuan S.P Malayu. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara Robbins, S.P dan
Judge T.A. 2015. *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Prawoto, Agus Tri Basuki dan Nano.(2017). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan
Bisnis*. Cetakan ke. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Rachman, Mohammad Munir, (2018). *Metodologi Penelitian*. Adi Buana University Press. Surabaya.
ISBN:978-979-8559-75-4.
- Rachman, Mochammad Munir. (2017). *The Influence of Work Culture on Job Satisfaction and
Performance: A Study on the Employees of the Bank Jatim in Surabaya, East Java,
Indonesia*. *European Journal of Business and Management*. Vol 9, No 26 (2017). ISSN 2222-
1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online).
<https://iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/download/38791/39892>.
- Raffie, Aziz, Idris (2018). *Pengaruh Kompetensi, Gaya Kepemimpinan, Budaya Kerja dan Lingkungan Kerja
Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai dan Dampaknya Terhadap Kinerja Pegawai Kantor
Kementerian Agama Kabupaten Aceh Barat*. *Jurnal Magister Manajemen*. Vol 2, No.1 (2018). ISSN
2302-0199.
- Robbins, S.P (2015:721). *Pengaruh Budaya Kerja (Corporate Culture) Terhadap Kinerja Karyawan Bank
Aceh Sariah Cabang Banda Aceh*.
- Robbins, S.P dan Judge T.A. 2015. *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sedarmayanti (2019). *Perencanaan Dan Pengembangan SDM Untuk Meningkatkan Kompetensi Kinerja,
Dan Produktivitas Kerja*, Bandung PT Refika Aditma.
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke-23, Bandung, Alfabeta

Pengaruh Lingkungan Kerja, Gaya Kepemimpinan, Dan Karakteristik Pekerjaan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Temprina Media Grafika (Packaging) Surabaya

Irrena Novita Hidayat¹, Christina Menuk Sri Handayani², Noerchoidah³
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : irrena.novita0706@gmail.com¹, noerchoidah@unipasby.ac.id³

Koresponden : menukch@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

Business competition between companies that is happening today makes company management have to take the right steps in order to be able to survive and win the competition, with increasingly fierce business competition will provide challenges for every company management to be careful in making decisions Employee job satisfaction can be achieved if every employee is able to complete all tasks given by the company properly and on time, so that the work pressure felt by employees can be controlled properly. In this study the authors use a quantitative approach, the population used is the employees of PT. Temprina Media Graphics (Packaging) Surabaya with a sample of 65 employees excluding the leadership. The results of the partial test of the work environment, leadership style and job characteristics affect job satisfaction and the test results simultaneously show that the work environment, leadership style and job characteristics affect job satisfaction.

Keywords: Work environment, leadership style, job characteristics & job satisfaction.

ABSTRAK

Persaingan bisnis antar perusahaan yang terjadi saat ini membuat para manajemen perusahaan harus mengambil langkah yang tepat agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan, dengan semakin ketatnya persaingan bisnis akan memberikan tantangan bagi setiap manajemen perusahaan agar berhati-hati dalam mengambil keputusan. Kepuasan kerja karyawan dapat tercapai apabila setiap karyawan mampu untuk menyelesaikan segala tugas yang diberikan oleh perusahaan dengan baik dan tepat waktu, sehingga tekanan kerja yang dirasakan oleh karyawan dapat terkontrol dengan baik. Pada penelitian ini penulis memakai pendekatan secara kuantitatif, populasi yang digunakan ialah karyawan PT. Temprina Media Grafika (Packaging) Surabaya dengan sampel sebanyak 65 karyawan tidak termasuk pimpinan. Didapatkan hasil pengujian secara parsial lingkungan kerja, gaya kepemimpinan dan karakteristik pekerjaan berpengaruh terhadap kepuasan kerja serta hasil uji secara simultan memperlihatkan hasil lingkungan kerja, gaya kepemimpinan dan karakteristik pekerjaan berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

Kata kunci: Lingkungan kerja, gaya kepemimpinan, karakteristik pekerjaan & kepuasan kerja.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis antar perusahaan yang terjadi saat ini membuat para manajemen perusahaan harus mengambil langkah yang tepat agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan, dengan semakin ketatnya persaingan bisnis akan memberikan tantangan bagi setiap manajemen perusahaan agar berhati-hati dalam mengambil keputusan. Setiap perusahaan yang berdiri bertujuan agar mendapatkan keuntungan

sebanyak mungkin untuk menjalankan aktifitas kerja perusahaan serta untuk mensejahterakan pemilik perusahaan dan para karyawan yang bekerja, sehingga manajemen perusahaan dituntut untuk mencapai target pendapatan pada setiap periodenya dan perusahaan dapat melakukan perencanaan usaha yang lebih besar dimasa mendatang.

Peran sumber daya manusia bagi perusahaan sangatlah penting agar dapat menjalankan kegiatan operasional perusahaan, sumber daya manusia yang mempunyai kualitas keterampilan dan bisa bekerja secara profesional akan sangat membantu perusahaan dalam menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi. Oleh sebab itu perusahaan harus menjaga sumber daya manusia yang dimiliki agar selalu aman dan nyaman saat bekerja, serta memenuhi segala hak-hak kerja yang sudah semestinya diterima (Ardana dkk, 2012:3).

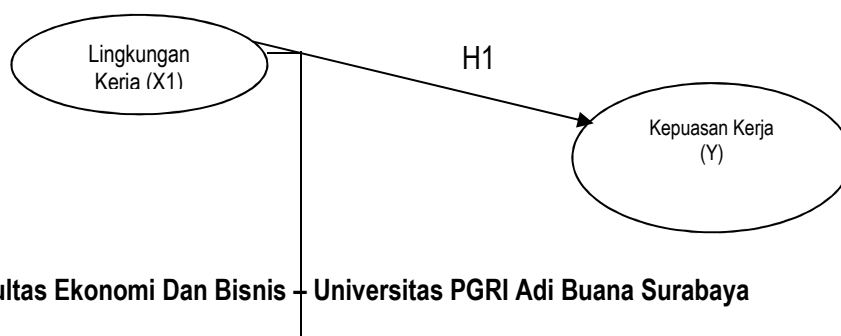
Kepuasan kerja karyawan dapat tercapai apabila setiap karyawan mampu untuk menyelesaikan segala tugas yang diberikan oleh perusahaan dengan baik dan tepat waktu, sehingga tekanan kerja yang dirasakan oleh karyawan dapat terkontrol dengan baik. Kepuasan kerja menjadi bagian yang penting agar setiap karyawan dapat mengukur seberapa mampu untuk menyelesaikan pekerjaan yang ada dengan memperhatikan faktor psikologisnya, sehingga perusahaan harus memperhatikan kondisi para karyawan agar selalu bekerja dengan aman dan nyaman (Afandi, 2018:74).

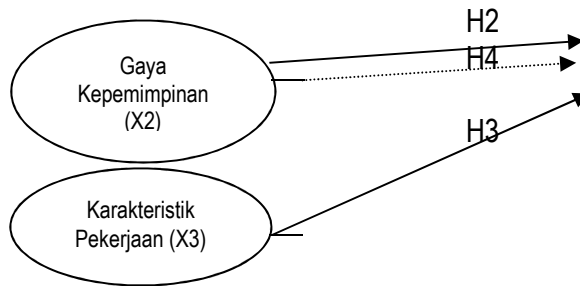
Baik atau buruknya lingkungan kerja perusahaan dapat dilihat dari seberapa berkualitasnya manajemen perusahaan dalam memberikan arahan dalam memimpin bawahannya. Apabila suatu perusahaan dikelola oleh manajemen yang handal dan mumpuni disegala bidang, maka kondisi lingkungan kerja akan selalu stabil serta para karyawan dapat merasakan keamanan dan kenyamanan dalam bekerja, tentu saja ketika lingkungan kerja mendukung para karyawan untuk bekerja secara maksimal, hal tersebut akan memberikan rasa puas ketika bekerja (Sunyoto, 2015:43).

Gaya kepemimpinan dapat memicu terciptanya kepuasan kerja karyawan apabila pimpinan perusahaan dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh setiap karyawan perusahaan, gaya kepemimpinan yang diberikan oleh manajemen perusahaan dapat diberikan dalam bentuk arahan dan mengatur segala aktifitas kerja yang harus dilakukan sesuai standart operasional yang telah ditetapkan, hal ini akan membantu untuk menjaga hubungan kerja yang baik antara karyawan dan para manajer perusahaan.

Karakteristik pekerjaan menjadi faktor penting terciptanya kepuasan kerja karyawan, apabila karyawan bekerja sesuai dengan bidang pekerjaan yang dikuasai, maka karyawan akan merasa nyaman atas tugas-tugas pekerjaan yang diberikan, sehingga karyawan akan cepat beradaptasi dengan berbagai tantangan pekerjaan yang dihadapi, tentu saja hal tersebut sangat baik pengaruhnya bagi karyawan itu sendiri dan bagi perusahaan (Otmo, 2012:342).

KERANGKA KONSEPTUAL





Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Pada penelitian ini penulis memakai pendekatan secara kuantitatif, populasi yang digunakan oleh penulis ialah karyawan PT. Temprina Media Grafika (*Packaging*) Surabaya dengan sampel sebanyak 65 karyawan tidak termasuk pimpinan.

HASIL PENELITIAN

Uji Instrument Penelitian

1. Uji Validitas

Hasil pengujian yang sudah dilakukan oleh penulis membuktikan bahwa seluruh item telah valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian yang sudah dilakukan dilakukan oleh penulis membuktikan bahwa seluruh data telah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2- Tailed)	.200 ^{c,d}

Didapatkan hasil bahwa terbukti data sudah berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Lingkungan Kerja (X_1)	0.779	1.284
Gaya Kepemimpinan (X_2)	0.783	1.278
Karakteristik Pekerjaan (X_3)	0.772	1.295

Hasil diatas memperlihatkan data telah terbebas dari adanya gangguan multikolinieritas.

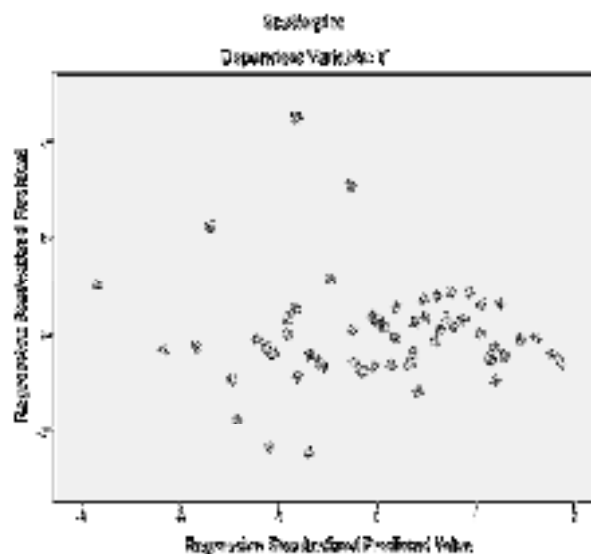
3. Uji Autokorelasi

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1.694

Didapatkan hasil bahwa data tidak terjadi autokorelasi.

4. Uji Heterokedasititas



Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Gambar diatas memperlihatkan titik tersebar secara acak, sehingga tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

Uji Linieritas

Tabel 4
Hasil Uji Linieritas

Deviation From Linierity	Sig.
Lingkungan Kerja (X ₁)	0.069
Gaya Kepemimpinan (X ₂)	0.067
Karakteristik Pekerjaan (X ₃)	0.662

Nilai deviation from linierity dari masing-masing varibel > 0.05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized	Coefficient
	B	Std. Error
(Constant)	9.251	2.874
Lingkungan Kerja (X ₁)	-.290	.107
Gaya Kepemimpinan (X ₂)	-.197	.064
Karakteristik Pekerjaan (X ₃)	.926	.065

Diperoleh persamaan garis regresi adalah berikut ini:

$$Y = 9,251 - 0,290 X_1 - 0,197 X_2 + 0,926 + e$$

Pengujian Hipotesis Uji t (Uji Parsial)

Tabel 6
Tabel Hasil Pengujian Uji-t

Variabel	T	Sig.
Lingkungan Kerja (X_1)	-2.712	.009
Gaya Kepemimpinan (X_2)	-3.105	.003
Karakteristik Pekerjaan (X_3)	14.219	.000

1. Didapatkan t-hitung lingkungan kerja -2,712 & signifikansi 0,009 ($0,009 < 0,05$).
2. Didapatkan t-hitung gaya kepemimpinan -3,105 & signifikansi 0,003 ($0,003 < 0,05$).
3. Didapatkan t-hitung karakteristik pekerjaan 14,219 & signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$).

Uji F (Uji Smultan)

Tabel 7
Uji Statistik –F

	F	Sig.
Regression	69.109	0.000 ^b

Didapatkan F hitung 69,109 & signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$).

SIMPULAN

1. Disimpulkan ada pengaruh signifikan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Temprina Media Grafika (*Packaging*) Surabaya.
2. Disimpulkan ada pengaruh signifikan gaya kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Temprina Media Grafika (*Packaging*) Surabaya.
3. Disimpulkan ada pengaruh karakteristik pekerjaan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Temprina Media Grafika (*Packaging*) Surabaya.
4. Disimpulkan ada pengaruh secara simultan lingkungan kerja, gaya kepemimpinan dan karakteristik pekerjaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Temprina Media Grafika (*Packaging*) Surabaya.

IMPLIKASI

Temuan ini menggambarkan bahwa perusahaan telah dikelola oleh manajemen yang handal serta profesional. Oleh sebab itu perusahaan harus menjaga karyawan yang dimiliki agar selalu aman dan nyaman saat bekerja, selain itu perusahaan juga harus memenuhi segala hak-hak kerja yang sudah semestinya diterima. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang sangat kompetitif, setiap karyawan harus bisa menyesuaikan diri dengan keadaan dilapangan, dengan cara selalu meningkatkan kualitas keterampilan dan kemampuan dalam menyelesaikan berbagai macam tugas pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Keterbatasan pertama yakni, ketika menjawab pernyataan terkadang responden mengisi tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Bagi peneliti mendatang untuk memakai variabel yang lain, agar memiliki hasil penelitian yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Teori, Konsep dan Indikator*. Pekanbaru: Zanava Publishing.
- Badeni. 2013. *Kepemimpinan dan Prilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta
- Berry, L.M. (2007). *Spychology at Work*. Singapore : WCB Brown & Benchmark Publishers.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 24* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T.H. (2011). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE Press. Yogyakarta
- Hasibuan, M.S.P. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi Bumi Aksara, Jakarta.
- _____. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Luthan, Fred. (2012). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Mangkumegara, A.A. Anwar Prabu. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Pengaruh Suasana Kafe Dan *Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen Di Kafe Senewen Time Gayungsari Surabaya

Ellese Margaretha Kohsya¹, Siti Samsiyah²

Universitas PGRI AdiBuana Surabaya^{1,2}

Email : ellesemargaretha@gmail.com¹

Koresponden : sitisamsiyah@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine whether the cafe atmosphere and service quality have an influence on consumer loyalty in the cafe Senewen Time Gayungsari Surabaya. The population used in this study were all consumers who made purchases at the Senewen Time Gayungsari Cafe Surabaya in october to november as many 1554 people. The sampling technique used was purposive sampling technique with a sample size of 104 respondents using the Ferdinand formula. Collecting data in this study using a questionnaire, documentation, interview and observation. The data analysis used in this study used multiple linear regression analysis, instrument testing (validity and reliability tests), classical assumption tests and hypothesis testing (t-test and F-test) with the help of SPSS 24 software. The results of this study indicate an atmosphere café and service quality have a simultaneous effect on consumer loyalty. cafe atmosphere and service quality partially influence consumer loyalty.

Keywords: *Cafe atmosphere, Service Quality, and Consumer Loyalty*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah Suasana Kafe dan *Service Quality* mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen di Kafe Senewen Time Gayungsari Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Kafe Senewen Time Gayungsari Surabaya pada bulan oktober sampai - november sebanyak 1554 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan 104 responden dengan menggunakan rumus ferdinand. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, dokumentasi, wawancara dan observasi. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik dan uji hipotesis (uji-t dan uji-F) dengan bantuan *software* SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan Suasana Kafe dan *Service Quality* berpengaruh simultan terhadap loyalitas Konsumen. suasana kafe dan *service quality* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Suasana Kafe, *Service Quality*, dan Loyalitas Konsumen

Pendahuluan

Pada era milenial saat membawa dampak yang cukup besar terhadap dunia bisnis dan gaya kehidupan masyarakat, salah satunya yaitu dalam dunia bisnis kuliner. Pada saat ini kuliner merupakan bisnis yang paling diminati oleh masyarakat terutama kalangan remaja. Sebagian orang beranggapan bahwa bisnis kuliner mempunyai peluang yang sangat tinggi terutama di daerah perkotaan, salah satunya bisnis kuliner yang sangat digemari oleh kalangan milenial saat ini yaitu dibidang kafe. Kafe merupakan salah satu tempat yang banyak diminati oleh seseorang untuk berkumpul bersama teman, keluarga, bertemu klien, dan menyelesaikan tugas maupun pekerjaan, atau hanya sekedar untuk bersantai. Berumpul atau hanya sekedar nongkrong di kafe telah menjadi kebiasaan masyarakat, kebiasaan itu lahir dari perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan sesuatu yang lebih praktis dalam pemenuhan kebutuhan makanan dan minuman. Bisnis kafe tidak hanya menawarkan makanan dan minuman tetapi juga menyediakan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi konsumen untuk mengunjungi kafe tersebut. Hal itulah yang mendorong para pelaku bisnis untuk merintis bisnis ritel dalam bidang kuliner berupa kafe dan resto.

Dengan banyak munculnya bisnis kuliner kafe semakin banyak pula persaingan pelaku bisnis didalamnya, yang dapat ditandai dengan maraknya usaha kafe - kafe baru yang bermunculan. Pelaku bisnis bersaing satu sama lain dengan tujuan untuk memperluas cakupan pasar dan mempertahankan eksistensinya. Semakin berkembangnya ekspektasi konsumen mendorong pengusaha untuk lebih menfokuskan pada upaya mempertahankan konsumen yang datang ke kafe tersebut. Pengembangan loyalitas konsumen merupakan salah satu tujuan pengusaha untuk mempertahankan bisnis dan profit mereka.

Upaya pengusaha untuk mewujudkan Loyalitas Konsumen bisa melalui beberapa faktor yang pertama yaitu suasana kafe. Suasana Kafe merupakan salah satu faktor yang dapat membuat kelancaran bisnis kafe, dimana *atmosphere* yang tercipta akan membuat konsumen merasa berbeda untuk setiap kafe yang didatangi. Dengan menciptakan *atmosphere* atau suasana yang menarik dapat mempengaruhi persepsi serta emosi konsumen untuk mengunjungi kafe sehingga dapat terjadi sebuah proses pembelian di kafe. *Store Atmosphere* merupakan rancangan emosional dan persepsi konsumen yang berkaitan tentang desain lingkungan melalui pencahayaan, warna, musik, wangi - wangi, serta komunikasi visual untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu produk, menurut Kotler & Keller dalam Prayogo et al., (2019).

Faktor kedua yaitu *Service Quality* (kualitas pelayanan) yang diberikan kepada konsumen. *Service Quality* merupakan hal utama yang sangat penting yang diberikan kepada konsumen, jika pelayanan diberikan secara baik dan sesuai keinginan konsumen maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan tentu saja akan memberikan kepuasan terhadap konsumennya sehingga akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Kualitas pelayanan adalah seberapa baik tingkat layanan yang mampu diberikan dan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan konsumen, menurut Wijaya dalam Jacklin et al., (2019). Mempunyai konsumen merupakan hal terpenting dalam sebuah bisnis kafe, keberadaan konsumen sangat diharapkan, terlebih bagi konsumen yang memiliki loyalitas tinggi terhadap kafe. Dengan tingginya loyalitas yang diberikan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan di kafe dapat mempengaruhi kelangsungan bisnis kafe tersebut. Karena memiliki konsumen yang loyal akan memberi manfaat bagi kelangsungan bisnis kafe tersebut. Loyalitas Konsumen merupakan sebuah komitmen konsumen terhadap suatu toko, merek, atau pemasok berdasarkan sifat yang positif dalam melakukan pembelian jangka panjang, menurut Tjiptono dalam Santoso, (2019).

Landasan Teori

Suasana Kafe

Suasana kafe adalah sebuah usaha dalam merancang sebuah lingkungan yang berhubungan dengan desain, tata letak, pencahayaan, suara, dan warna dalam membentuk sebuah pengaruh emosional terhadap konsumen agar tertarik serta memutuskan pembelian pada suatu tempat. Indikator dalam *store atmosphere* antara lain *exterior*, *interior*, *store layout*, *interior display*.

Service Quality

Service Quality adalah konsep dalam sebuah layanan perusahaan, untuk mengimbangi harapan seorang konsumen dan kenyataan atas layanan yang mereka terima. Indikator kualitas pelayanan yaitu : *tangibles*, *responsive*, *reliability*, *emphaty*, *assurance*.

Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah sebuah dorongan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara berulang – ulang atau kesetiaan konsumen dalam sebuah produk maupun layanan jasa. Indikator dari loyalitas konsumen yaitu : melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli antar lini produk maupun jasa, mereferensikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

METODE Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di kafe Senewen Time pada bulan Oktober - november sebanyak 1554 orang. Peneliti mengambil ukuran sampel sejumlah 104 yang diperoleh dari jumlah indikator yaitu 13 indikator yang dikalikan dengan 8 yang berpedoman pada teori Ferdinand (2014:173).

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, pengambilan sampling menggunakan *nonprobability sampling* yaitu tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling*.

Hasil Dan Pembahasan

Pengujian validitas ini dilakukan untuk menguji data yang telah diperoleh sehingga dapat mengukur valid atau tidaknya suatu kuisiener sebagai mana ditampilkan pada tabel 1.

Tabel 1
Uji Validitas

Indikator	R hit	Nilai Kritis	Keterangan
Suasana Kafe (X1)			
Item1	0,631	0,3	Valid
Item2	0,560	0,3	Valid
Item3	0,529	0,3	Valid
Item1	0,648	0,3	Valid
Item2	0,718	0,3	Valid
Item3	0,607	0,3	Valid
Item1	0,577	0,3	Valid
Item2	0,567	0,3	Valid
Item3	0,471	0,3	Valid
Item1	0,525	0,3	Valid
Item2	0,467	0,3	Valid
Item3	0,580	0,3	Valid
Service Quality (X2)			
Item1	0,530	0,3	Valid
Item2	0,455	0,3	Valid
Item3	0,496	0,3	Valid
Item1	0,479	0,3	Valid
Item2	0,625	0,3	Valid
Item3	0,592	0,3	Valid
Item1	0,575	0,3	Valid
Item2	0,515	0,3	Valid
Item3	0,670	0,3	Valid
Item1	0,540	0,3	Valid
Item2	0,461	0,3	Valid
Item3	0,625	0,3	Valid
Item1	0,287	0,3	Valid

Item2	0,296	0,3	Valid
Item3	0,364	0,3	Valid
Loyalitas Konsumen (Y)			
Item1	0,600	0,3	Valid
Item2	0,743	0,3	Valid
Item3	0,608	0,3	Valid
Item1	0,501	0,3	Valid
Item2	0,636	0,3	Valid
Item3	0,286	0,3	Valid
Item1	0,439	0,3	Valid
Item2	0,535	0,3	Valid
Item3	0,600	0,3	Valid
Item1	0,536	0,3	Valid
Item2	0,473	0,3	Valid
Item3	0,518	0,3	Valid

Hasil dari uji validitas pada tabel diatas dapat diketahui nilai seluruh item mempunyai nilai $\text{corrected item-total variabel} > 0,3$, maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan telah dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner terbilang reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil. Sebagaimana ditampilkan pada tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil	Nilai Kritis	Keterangan
Suasana Kafe (X_1)	0,811	0,6	Reliabel
<i>Service Quality</i> (X_2)	0,782	0,6	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0,780	0,6	Reliabel

Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai alpha cronbach pada masing-masing indikator telah memenuhi syarat, sebab nilai alpha cronbach ($>0,6$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

Suasana Kafe (X_1)	0,998	1.002 <10
Service Quality (X_2)	0,998	1.002 <10

Berdasarkan dari tabel diatas diketahui nilai tolerance untuk variabel Suasana Kafe (X_1) sebesar 0,998, variabel *service quality* (X_2) sebesar 0,998, masing-masing variabel mempunyai nilai tolerance kurang dari 1, dapat disimpulkan bahwa terbebas dari multikolinieritas.

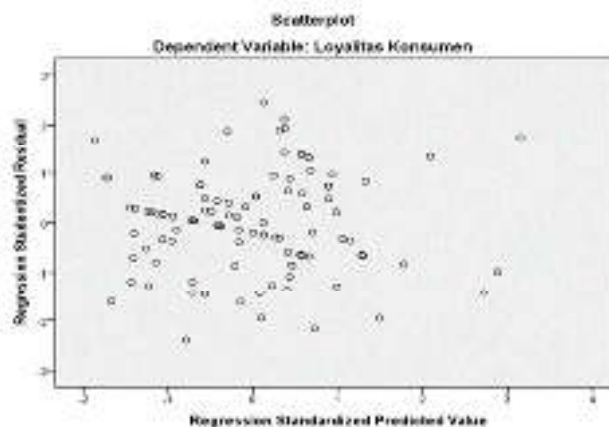
Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1 (sebelumnya).

Tabel 4
Hasil uji autokorelasi
Dw
1.731

Berdasarkan tabel diatas nilai DW (*Durbin-watson*) sebanyak 1,731 dimana nilai DW (*Durbin-Watson*) lebih besar ketimbang tabel DW (*Durbin-Watson*) maka dapat disimpulkan penelitian tidak ada autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1
Hasil uji heteroskedastisitas

Berdasarkan dari grafik scatterplots pada gambar diatas terlihat bahwa banyak titik menyebar secara tidak beraturan baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *kolmogrov-smirnov test*.

Tabel 5
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandar dized Residual
N	104
Test Statistic	.037
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai sig. ($0.200 > 0,05$) maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Parsial

Uji Parsial digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variasi variabel terikat.

Tabel 6
Uji-t hipotesis 1

Model		t	Sig.
1	Constant	3.412	0,001
	Suasana Kafe	2.438	0,017
	Constant	3.412	0,001
	<i>Service Quality</i>	2.324	0,022

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t-hit variabel suasana kafe sebanyak 2,438 dengan nilai signifikansi $0,017 < 0,05$, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya suasana kafe berpengaruh kepadaloyalitas konsumen. Diperoleh nilai t-hit variabel *service quality* sebanyak 2,324 dengan nilai signifikansi $0,022 < 0,05$, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya *service quality* berpengaruh kepada loyalitas konsumen.

Uji Simultan

Uji simultan digunakan untuk menguji secara keseluruhan apakah variabel Y berhubungan kepada variabel X_1 dan X_2 .

Tabel 8
Hasil uji-F

Model		Sum of squares	F	Sig.
1	Regression	200.732	5.953	0.004
	Residual	1702.796		
	Total	1903.529		

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F-hit untuk variabel Suasana Kafe dan *Service Quality* sebesar 5.953 dengan nilai sig sebesar $0,004 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya Suasana Kafe dan *Service Quality* berpengaruh kepada loyalitas konsumen.

Simpulan

1. Suasana Kafe (X1) berpengaruh kepada Loyalitas Konsumen (Y).
2. *Service Quality* (X2) berpengaruh kepada Loyalitas Konsumen (Y).
3. Suasana Kafe (X1) dan *Service Quality* (X2) berpengaruh kepada Loyalitas Konsumen (Y).

Saran

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dijabarkan tersebut dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Diharapkan Kafe Senewen Time untuk selalu memperbarui suasana kafe agar lebih menarik perhatian konsumen baik dari faktor *interior* maupun *exterior* guna untuk menarik perhatian konsumen dalam mengunjungi kafe kembali.
2. Diharapkan Kafe Senewen Time Gayungsari Surabaya untuk terus meningkatkan *Service Quality* atau Kualitas Pelayanan di kafe meskipun konsumen sudah merasa baik atas pelayanan yang diberikan, hal ini akan membuat konsumen berkunjung kembali dan loyal terhadap kafe.
3. Diharapkan Kafe Senewen Time Gayungsari Surabaya, untuk lebih memperhatikan Suasana Kafe dan *Service Quality* karena terbukti memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen di kafe.

IMPLIKASI

Dari hasil penelitian ini telah menemukan temuan baru bagi pemilik kafe, temuan ini diharapkan bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil suatu kebijakan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dari penelitian ini, penulis telah melakukan pengujian beberapa variabel, penelitian ini dilakukan dengan waktu yang terbatas. Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian di kafe senewen time. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman dan dijadikan pembandingan untuk penelitian selanjutnya.

Daftar Rujukan

- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1).
- Prayogo, D., Utami, B., & Hidayat, M. S. (2019). pengaruh store atmosphere, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada Dreamblack Coffee). *Jurnal manajemen*, 6, 1–15.
- Santoso. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Dessyana. (2013). Store atmosphere pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1((3)), 37–39.
- Sulfianti et al. (2015). Pengaruh Citra Dan Store Atmosphere Terhadap. *Jurnal ilmu manajemen Universitas Tadulako*, 1(3), 253–260.

- Santoso. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
<https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Ariansyah et al. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Toko Mandiri Textile Pasar Raya Padang. 4(1), 64–75.

Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompensasi, Dan Fasilitas Terhadap Semangat Kerja Karyawan PT. Sawunggaling Karya Konstruksi Sidoarjo

Yuliani Kurnia D¹, I Ketut Surabagiarta², Suhariyanto³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : dyulianikurnia@gmail.com¹, suhariyanto@unipasby.ac.id³

Koresponden : i.ketut.surabagiarta51@gmail.com²

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of the work environment, compensation, and facilities on the morale of PT. Sawunggaling Karya Konstruksi. The sample collection using sturated sampling, involving 80 employees. The data collection used a questionnaire with a measuring instrument using a likert scale. The analysis technique analysis. Assessment of instrument in this study using validity and reliability test. The results of the research show that the work environment has a significant effect on work morale with the value of sig. $0.001 < 0.05$, compensation has a significant effect on work morale with a level value of sig. $0.000 < 0.05$. The facility variable has a significant effect on work morale with a level of sig. of $0.000 < 0.05$. In this study, it is shown that simultaneously the variables work environment, compensation and facilities have a significant effect on work morale with a value of 74,489 with a sig level 0.000.

Keywords : Work Environment, Compensation, Facilities, Work Spirit

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh lingkungan kerja, kompensasi, dan fasilitas terhadap semangat kerja PT. Sawunggaling Karya Konstruksi. Sampel yang digunakan merupakan semua karyawan sebanyak 80 karyawan. Pengumpulan sampel dengan menggunakan sampling jenuh. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan alat ukur menggunakan skala likert, serta menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Instrumen pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja dengan nilai taraf sig. $0,001 < 0,05$, kompensasi berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja dengan taraf nilai sig. $0,000 < 0,05$. Variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap semangat kerja dengan taraf sig. sejumlah $0,000 < 0,05$. Dalam penelitian memfokuskan jika secara simultan variabel lingkungan kerja, kompensasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja dengan nilai F_{hitung} 74,489 dengan taraf sig. 0,000.

Kata Kunci : Lingkungan Kerja, Kompensasi, Fasilitas, Semangat Kerja

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kesuksesan perusahaan tidak terkecualikan dari sumber daya manusia (SDM) yang baik, mampu mencapai suatu keberhasilan yang diinginkan. Setiap perusahaan dimana karyawan harus selalu dituntut lebih inovasi agar dapat memenuhi harapan perusahaan serta dapat mencapai tujuan perusahaan. Sumber daya manusia memiliki faktor benar-benar bermanfaat, baik pada perusahaan yang memiliki proposi besar maupun perusahaan proposi kecil. Sumber daya manusia (SDM) yang mempunyai kualitas efektif dapat berakibat pada semangat kerja karyawan nantinya. Karena terciptanya suasana semangat kerja yang tinggi, karyawan bisa melakukan pekerjaan dengan baik. Semangat kerja tersebut dapat memberikan sebuah kontribusi pada perusahaan untuk meningkatkan manajemen yang baik. Perusahaan yang ingin tetap berkembang dan maju dalam menjalankan bisnis dan mempunyai citra yang lebih baik pada masyarakat tidak akan mengabaikan pada pengembangan kualitas sumber daya manusia.

Lingkungan kerja merupakan kondisi atau suasana yang dapat berpengaruh terhadap perusahaan dalam melaksanakan tugasnya. Dalam hal ini karyawan selalu berupaya untuk beradaptasi dengan beragam kondisi di lingkungan sekitarnya. Lingkungan kerja pada suatu perusahaan sangatlah penting. Selama Karyawan melaksanakan pekerjaan akan berhubungan dengan beraneka macam kondisi yang diperoleh dalam lingkungan kerja. Situasi lingkungan kerja yang nyaman antara lain karyawan dapat mengelola pekerjaan dan tanggung jawab secara baik dan tenang.

Kompensasi merupakan suatu perolehan berupa materi langsung ataupun materi tidak langsung yang mampu diperoleh karyawan sebagai balasan jasa yang diberikan perusahaan atau organisasi (Hasibuan dalam Maisal Adrizal 2020). Kompensasi baik bagi suatu individu yang dikarenakan setiap banyaknya kompensasi dapat merepresentasikan ukuran suatu skala karya individu diantara para tenaga kerja itu sendiri, keluarga dan kelompok. Dengan adanya kompensasi berpengaruh dalam semangat kerja, dengan adanya semangat kerja yang baik dapat mendorong karyawan dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Hal ini dinilai wajar dimana dengan tingginya semangat maka karyawan memiliki kompensasi yang tinggi.

Fasilitas merupakan suatu sarana yang dimiliki oleh organisasi untuk mendukung jalannya aktivitas perusahaan yang pada akhirnya dapat mencapai suatu tujuan perusahaan (Bary dalam Brigita, Greis dan Lucky 2019). Dengan adanya fasilitas maka karyawan akan merasa nyaman bekerja untuk perusahaan, yang akan berdampak pada produktivitasnya. Untuk tercapainya tujuan perusahaan perlu adanya faktor-faktor pendukung fasilitas dengan baik yang dapat membantu terselainya pekerjaan dengan baik.

Semangat kerja merupakan keinginan dari individu atau kelompok yang mencurahkan seluruh kemampuannya secara menyeluruh terhadap kesukarelaannya dalam bekerja dalam suatu perusahaan (Siagan dalam Noor Rika, Endang dan M. Cahyo 2018). Pada umumnya pada setiap karyawan perlu adanya semangat kerja. Dalam perusahaan atau organisasi perlu terciptanya semangat kerja yang tinggi. Akibat semangat kerja yang tinggi mampu memberikan hasil yang baik bagi perusahaan dan karyawan dapat melakukan kegiatan bekerja dengan lebih giat dan rajin.

PT. Sawunggaling Karya Kontruksi adalah perusahaan industri yang beroperasi dalam aspek jasa kontruksi, yang terletak di Jl. Pergudagangan Ragam Industri Blok D-2, Jemundo, Sidoarjo. Perjalanannya banyak menyelesaikan proyek besar prestisius milik pemerintah maupun proyek milik swasta dalam melaksanakan tugasnya PT. Sawunggaling Karya Kontruksi berprinsip dari visi dan misi, yakni dengan menjadi perusahaan kontraktor pemberi jasa kontruksi berskala nasional dengan harga dan mutu produk yang ekonomis namun berkualitas serta berkomitmen terhadap kepuasan client dengan kemas jasa kontruksi yang inovatif. Dalam melaksanakan pengelolaan kerja membutuhkan sumber daya manusia yang tegar dan inovasi serta dapat memberikan kondisi lingkungan sekitar dan fasilitas yang baik.

Landasan Teori

Lingkungan kerja merupakan kondisi yang ada disekeliling karyawan yang mampu mempengaruhi individu saat melakukan pekerjaan yang telah diberikan (Nitisemito dalam Elizar dan Hasrudy Tanjung 2018). Lingkungan kerja diukur dengan menggunakan indikator yaitu kebersihan, penerangan, kebisingan, suhu dan tata ruang, hubungan karyawan (Mangkunegara dalam Elizar dan Hasrudy Tanjung 2018).

Kompensasi merupakan suatu penghargaan yang diserahkan oleh perusahaan atau organisasi kepada karyawan sebagai hadiah balas jasa, kerja keras yang diperoleh sumber daya manusia (SDM) baik berupa financial atau non financial (Khair dalam Maisal Adrizal 2020).

Menurut Gerry Dessler (2015) kompensasi dapat diukur melalui indikator – indikator yaitu gaji, insentif, komisi, bonus, dan tunjangan jabatan.

Fasilitas merupakan perlengkapan yang dapat dipakai, digunakan karyawan baik dalam suatu interaksi langsung pekerjaan ataupun dalam kelancaran pekerjaan (Moenir dalam Indra Prawira 2020). Fasilitas dapat diukur dengan melalui indikator-indikator yaitu sarana dan prasarana, jaminan kesehatan, dan jenjang karir (Riva'i dalam Silfa Rino 2015).

Semangat kerja merupakan suatu kondisi kerja yang didalamnya terdapat rasa senang dalam melaksanakan suatu pekerjaan dan mendorong karyawan agar bisa bekerja dengan baik dan bermanfaat dalam suatu organisasi atau perusahaan (Nitisemito dalam Eko Martisaputra dan Sri Langgeng Ratnasari 2018). Dalam semangat kerja dapat diukur melalui indikator yaitu absensi, kerja sama, kepuasan kerja dan disiplin (Nitisemito dalam Eko Martisaputra dan Sri Langgeng Ratnasari 2018).

METODE

Metodo dalam observasi ini merupakan observasi non eksperimen dengan tatanan studi pengaruh yaitu untuk memahami adanya pengaruh variabel Lingkungan Kerja (X_1), Kompensasi (X_2), Fasilitas (X_3) terhadap variabel Semangat Kerja (Y). Adapun populasi dan sampel sebanyak 80 karyawan. Pengambilan data menggunakan kuesioner. Pernyataan dalam kuesioner diteliti dengan menggunakan skala likert. Metode pengutipan sampel memakai sampling jenuh yang seluruh jumlah populasi dijadikan sampel. Teknik analisis data pada observasi ini merupakan uji validitas dan uji reliabilitas yang difungsikan untuk mengukur sejumlah pernyataan yang sudah disusun. Sedangkan pada teknik analisis linear berganda digunakan untuk memahami hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan melihat apakah pada setiap variabel independen saling berhubungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Indikator	Item pernyataan	Mean	Standar deviasi	Korelasi	Keputusan
Lingkungan kerja (X_1)	X _{1.1}	2.157	0.2139	.8879	Valid
	X _{1.2}	2.082	0.2003	.8941	Valid
	X _{1.3}	2.137	0.2102	.8849	Valid
	X _{1.4}	2.085	0.2003	.8941	Valid
	X _{1.5}	2.187	0.2019	.8908	Valid
	X _{1.6}	2.082	0.2003	.8941	Valid
	X _{1.7}	2.084	0.2003	.8941	Valid
	X _{1.8}	2.085	0.2003	.8941	Valid
	X _{1.9}	2.074	0.2071	.8839	Valid
	X _{1.10}	2.072	0.2004	.8941	Valid
	X _{1.11}	2.080	0.2003	.8941	Valid
	X _{1.12}	2.086	0.2003	.8941	Valid
	X _{1.13}	2.022	0.2004	.8941	Valid
	X _{1.14}	2.086	0.2003	.8941	Valid
	X _{1.15}	2.085	0.2003	.8941	Valid
Kompensasi (X_2)	X _{2.1}	2.081	0.2139	.8902	Valid
	X _{2.2}	2.073	0.2003	.8941	Valid
	X _{2.3}	2.082	0.2003	.8941	Valid

Koefisien r_{xy}	$X_{2.1}$	.735**	.000	Valid
	$X_{2.2}$	.812**	.000	Valid
	$X_{2.3}$	.923**	.000	Valid
	$X_{2.4}$	.768**	.000	Valid
	$X_{2.5}$	.836**	.000	Valid
	$X_{2.6}$	.726**	.000	Valid
	$X_{2.7}$	.834**	.000	Valid
	$X_{2.8}$	.924**	.000	Valid
	$X_{2.9}$	.808**	.000	Valid
	$X_{2.10}$	.835**	.000	Valid
	$X_{2.11}$	.833**	.000	Valid
	$X_{2.12}$	.808**	.000	Valid
	$X_{2.13}$	.835**	.000	Valid
	$X_{2.14}$	.834**	.000	Valid
	$X_{2.15}$	.835**	.000	Valid
	$X_{2.16}$	.750**	.000	Valid
	$X_{2.17}$	.812**	.000	Valid
	$X_{2.18}$	.834**	.000	Valid
	$X_{2.19}$	.825**	.000	Valid
	$X_{2.20}$	.812**	.000	Valid
Kemampuan Kerja (Y)	$Y_{1.1}$	.562**	.000	Valid
	$Y_{1.2}$	.577**	.000	Valid
	$Y_{1.3}$	.780**	.000	Valid
	$Y_{1.4}$	.709**	.000	Valid
	$Y_{1.5}$	.808**	.000	Valid
	$Y_{1.6}$	.836**	.000	Valid
	$Y_{1.7}$	.720**	.000	Valid
	$Y_{1.8}$	.816**	.000	Valid
	$Y_{1.9}$	.808**	.000	Valid
	$Y_{1.10}$	.868**	.000	Valid
Kemampuan Kerja (Y)	$Y_{1.11}$	.720**	.000	Valid
	$Y_{1.12}$	.816**	.000	Valid
	$Y_{1.13}$	.808**	.000	Valid
	$Y_{1.14}$	.868**	.000	Valid
	$Y_{1.15}$	.720**	.000	Valid
	$Y_{1.16}$	.816**	.000	Valid
	$Y_{1.17}$	.808**	.000	Valid
	$Y_{1.18}$	.868**	.000	Valid
	$Y_{1.19}$	.720**	.000	Valid
	$Y_{1.20}$	.816**	.000	Valid

Dari tabl di atas diketahui bahwa hasil uji validitas untuk seluruh item dari setiap pernyataan menyimpan nilai signifikan kurang dari 0,05. Sehingga semua item dinyatakan valid, yang berarti pernyataan kuesioner layak untuk digunakan sebagai alat pengambilan.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Lingkungan Kerja (X1)	0,830	0,6	Reliabel
Kompensasi (X2)	0,960		Reliabel
Facilities (X3)	0,901		Reliabel
Kemampuan Kerja (Y)	0,812		Reliabel

Pada tabel diatas diperoleh bahwa nilai koefisien reliabilitas cronbach's alpha atas variabel lingkungan kerja sebesar 0,830, kompensasi sebesar 0,960 fasilitas sebesar 0,901 dan

semangat kerja sejumlah 0,917 yang nilainya cukup banyak yakni lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada instrumen penelitian dinyatakan realibel.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

	Linearity-Nonlinearity Test
N	80
Test Statistic	1,026
Asymp. Sig. (2-tailed)	243

Pada Tabel diatas mampu diperoleh jumlah Asymp Sig. sebesar 0,243 dapat diartikan jika data yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi normal yang dapat memenuhi syarat akan dianalisis.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Lingkungan Kerja (X1)	0,715	1,402
Kompensasi (X2)	0,555	1,761
Fasilitas (X3)	0,614	1,604

Dari tabel diatas bahwa pada nilai VIF untuk variabel lingkungan kerja 1,402 ($1,402 < 10$) variabel kompensasi 1,761 ($1,761 < 10$) dan pada variabel fasilitas 1,604 ($1,604 < 10$). Sehingga mamppu disimpulkan bahwa regresi linear berganda yang digunakan pada penelitian inii terhindar dari multikolinearitas.

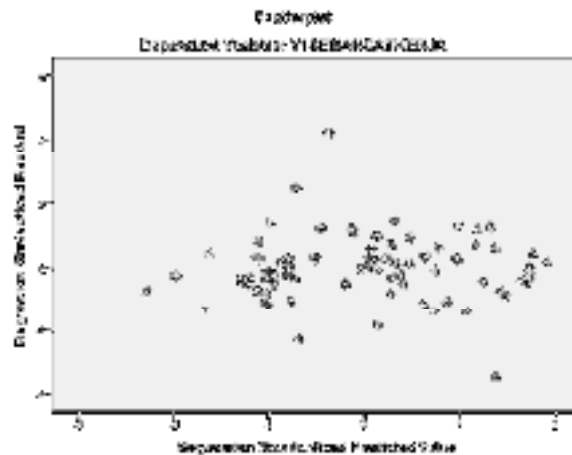
Uji Autokorelasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1,801

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh bahwa $DW = 1,901 > DU$ 1,7430 kurang dari $4 - 1,7430 = 2,257$ yang mamppu diartikan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heterokedasitas



Gambar 1. Uji Heterokedasitas

Berdasarkan hasil dari scatterperplot pada gambar diatas dapat terlihat bahwa plot yang berbentuk tidak memiliki pola yang jelas beserta titik-titik penyebaran diatas dan dibawah nilai 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedasitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	
	B	Std. Error
Constant	-3,532	2,081
Lingkungan Kerja (X1)	,253	,176
Kompensasi (X2)	,256	,186
Fasilitas (X3)	,576	,2,45

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa pada model persamaan regresi linear berganda adalah antara lain:

$$Y = -3,532 + 0,253X_1 + 0,256X_2 + 0,576X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan, seperti berikut :

- Nilai Constant (a) sebesar -3,532. Pada persamaan regresi linear berganda diatas mampu diperoleh konstanta (a) sebesar -3,532. Dapat diartikan bahwa jika variabel semangat kerja tidak dipengaruhi pada ketiga variabel bebas yaitu Lingkungan kerja (X1), Kompensasi (X2) dan Fasilitas (X3) bernilai 0, sehingga besarnya rata-rata semangat kerja (Y) tetap sebesar -3,532 dapat diartikan bahwa konstanta mempunyai pengaruh yang negatif terhadap semangat kerja.
- Nilai koefisien variabel lingkungan kerja (X1) sejumlah 0,253 menunjukkan jika besarnya pengaruh lingkungan kerja terhadap semangat kerja, koefisien variabel lingkungan kerja berkualitas positif yang artinya jika ada skor lingkungan kerja melonjak maka semangat kerja akan semakin tinggi.
- Nilai koefisien variabel Kompensasi (X2) sebesar 0,256 yang dapat memperlihatkan bahwa besarnya pengaruh kompensasi terhadap semangat kerja.

Koefisien variabel kompensasi bernilai positif yang artinya setiap tambahan satu satuan kompensasi (X_2) terhadap semangat kerja akan semakin tinggi.

- d) Nilai koefisien Fasilitas (X_3) sebesar 0,576 yang dapat menunjukkan bahwa besarnya pengaruh fasilitas terhadap semangat kerja, koefisien variabel fasilitas bernilai positif yang artinya jika ada skor fasilitas melonjak maka semangat kerja akan semakin tinggi.

Tabel 7. Koefisien Determinasi dan koefisien Korelasi

	R	R Square
Model	0,864	0,746

Berdasarkan tabel dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,746 yang artinya angka ini melihatkan Lingkungan kerja (X_1), Kompensasi (X_2), dan Fasilitas (X_3) dapat memberikan kontribusi terhadap semangat kerja sebesar 74,6%, serta koefisien korelasi (R) sebesar 0,864 yang berarti melihatkan interaksi yang sangat kuat antara Lingkungan kerja (X_1), Kompensasi (X_2), dan Fasilitas (X_3) terhadap Semangat Kerja (Y).

Uji t Parsial

Tabel 8. Uji t Parsial

Standardized Coefficients	T	Sig.
Lingkungan Kerja (X_1)	3,371	.001
Kompensasi (X_2)	4,700	.000
Fasilitas (X_3)	6,085	.000

Didapatkan t tabel pada 80 responden sebesar 1,99085. Berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat terlihat hasil output sebagai berikut :

- Pada X_1 , nilai $t_{hitung} = 3,371 > t_{tabel}$ dengan signifikan $0,001 < 0,05$ yang mampu diartikan bahwa Lingkungan Kerja berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y.
- Variabel X_2 , nilai $t_{hitung} = 4,700 > t_{tabel}$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa pada variabel kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y.
- Variabel X_3 , nilai $t_{hitung} = 6,085 > t_{tabel}$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa pada variabel fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y.

Uji F

Penggunaan uji F bertujuan untuk melihat, apakah variabel independen secara simultan dapat berpengaruh terhadap variabel dependen dengan signifikan 0,05.

Tabel 9. Uji F

	F	Sig.
Regression	74,499	.000

Pada Tabel diatas terlihat bahwa hasil pengolahan data, dapat diketahui nilai $F_{hitung} = 74,489$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka hasil keputusan yang didapat adalah H_0 diterima. Dengan demikian Lingkungan kerja, Kompensasi dan Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Semangat Kerja (Y).

PEMBAHASAN

Berdasarkan pengujian hipotesis atas penelitian ini, dijelaskan bahwa lingkungan kerja, kompensasi, dan fasilitas memiliki pengaruh terhadap semangat kerja PT. Sawunggaling Karya Kontruksi.

Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa variabel Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Semangat Kerja. Sejalan dengan hasil studi terdahulu yang dilakukan Daniel Alexander dan Roy Setiawan (2018) yang berjudul "Pengaruh Lingkungan kerja dan Iklim Organisasi Terhadap Semangat Kerja" dengan hasil variabel lingkungan kerja berakibat signifikan terhadap semangat kerja.

Adapun hasil diatas sependapat dengan penelitian terdahulu menurut Ni Luh Sri Widani (2018) dengan judul "Pengaruh Kompensasi dan Komunikasi Terhadap Semangat Kerja karyawan Pada Hotel Puri Dajuma Resort" dengan hasil variabel X_2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Selanjutnya dari hasil diatas sependapat dengan riset terdahulu menurut Bakhtiar(2017) berjudul "Pengaruh Fasilitas dan Lingkungan kerja Terhadap Semangat Karyawan Pada Bank Medan Sumut" yang menyatakan apabila fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap semangat kerja.

Pada hasil analisis menyatakan bahwa dalam ketiga variabel independen yaitu lingkungan kerja, kompensasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja. Pada hasil uji t dan uji F memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 ($<0,05$) artinya pada variabel lingkungan kerja, kompensasi dan fasilitas dapat mempengaruhi semangat kerja karyawan pada PT. Sawunggaling Karya Kontruksi.

SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian disimpulkan bahwa pada lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja pada PT. Sawunggaling Karya Kontruksi. Dapat diartikan bahwa apabila semakin baik kondisi lingkungan kerja maka semakin melonjak tingkat semangat kerja yang terjadi. Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja karyawan PT. Sawunggaling Karya Kontruksi, bahwa semakin baik perusahaan memberikan kompensasi maka semakin tinggi semangat kerja karyawan. Sebaliknya apabila perusahaan tidak memberikan kompensasi dengan benar maka semangat kerja akan menurun. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja karyawan pada PT. Sawunggaling Karya Kontruksi. Artinya bahwa semakin baik perusahaan dalam pemberian fasilitas maka semakin tinggi tingkat semangat kerja karyawan yang akhirnya dapat mencapai tujuan sebuah perusahaan. Dapat diambil kesimpulan bahwa pada lingkungan kerja, Kompensasi dan Fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Semangat Kerja karyawan PT. Sawunggaling Karya Kontruksi. Artinya apabila lingkungan kerja, Kompensasi dan Fasilitas mampu memberikan kontribusi dengan baik dapat meningkatkan semangat kerja karyawan lebih tinggi.

IMPLIKASI

Bagi Pihak PT. Sawunggaling Karya Kontruksi dalam riset yang telah dilakukan sebagai bahan evaluasi pada perusahaan dalam meningkatkan semangat kerja karyawan serta sebagai masukan dalam memperbaiki kondisi lingkungan kerja yang lebih, pemberian pada kompensasi dan memberikan layanan fasilitas yang baik sehingga karyawan dapat meningkatkan semangat kerja dalam pekerjaan yang diberikan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan pada penelitian ini yang dilakukan pada PT. Sawunggaling Karya Kontruksi adalah peneliti menggunakan 3 variabel yaitu lingkungan kerja, kompensasi, dan fasilitas dengan sampel yang digunakan 80 karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrizal, M. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan, Kompensasi Terhadap Semangat Pegawai Bank Syariah Mnadiri Area Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 4(1), hal. 78 – 88.
- Bakhtiar, B. (2017). Pengaruh Fasilitas Dan Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pada Bank SUMUT MEDAN. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis)*, 2(3).
- Chandra, D. A. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Iklim Organisasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan PT. Diantri Agora, 6(1).
- Dessler, Garry, (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi ke 14, Salemba Empat, Jakarta.
- Elizar,. E & Tanjung, H. (2018). Pengaruh Pelatihan, Kompetensi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Maneggio : *Jurnal Magister Manajemen*, 1(1), hal : 46 – 58.
- Murtisaputra, E., & Ratnasari, S. L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja, Intensif, Komunikasi, dan Senioritas Terhadap Semangat Kerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*. 7(3), 434-453.
- Prawira, I. (2020). Pengaruh Kompensasi, Kepemimpinan dan Fasilitas Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai. Maneggio. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 28-40.
- Pritama, B. S., Sendow, G. M., & Dotulong, L. O. (2019). Pengaruh Human Relation, Fasilitas Kerja dan Iklim Organisasi Terhadap Semangat Kerja Pegawai Kejaksaan Negeri Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).
- Rino, S., Nuryanti, N., & Restu, R. (2015). Pengaruh Kemampuan dan Fasilitas kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Podksi Pada PT. Marita Makmur Jaya Kecamatan Rupert, Kabupaten Bengkalis (Doctoraldisertation, Riau University).

Pengaruh Budaya, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kuota Internet di Konter Bima Cell Sidoarjo

Aura Manik Nur Jannah¹, Drs. Sugijanto²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : auramaniknur@gmail.com¹

Koresponden : sugijanto@gmail.ac.id²

ABSTRAK

Dilakukannya penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh antara budaya, harga dan kualitas produk terhadap minat beli kuota internet di Konter Bima Cell Sidoarjo dimasa pandemic Covid-19. Guna menjawab rumusan masalah, pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan sampel 80 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket, sedangkan teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya, harga dan kualitas produk terbukti memiliki kontribusi signifikan pada minat beli kuota internet di Konter Bima Cell Sidoarjo.

Kata Kunci : budaya, harga, kualitas produk, minat beli.

ABSTRACT

This research was carried out with the aim of knowing and proving the influence of culture, price and product quality on the interest in buying internet quota at the Bima Cell Counter in Sidoarjo during the Covid-19 pandemic. In order to answer the problem formulation, a quantitative approach was used in this study, with a sample of 80 respondents. The data collection technique was carried out using a questionnaire, while the analysis technique used was multiple linear regression. The results showed that culture, price and product quality proved to have a significant contribution to internet quota buying interest at the Bima Cell Counter in Sidoarjo.

Keywords : culture, price, product quality, buying interest.

PENDAHULUAN

Adanya wabah Covid-19 yang mengancam kesehatan seperti yang di umumkan oleh World Health Organization (WHO) menjadi pandemi global yang penyebarannya relatif cepat dan menjadi topik serta permasalahan bagi beberapa negara. Indonesia termasuk yang memiliki jumlah kasus terinfeksi virus Covid-19 dimana setiap hari nya terus mengalami peningkatan. Hingga tanggal 15 November 2020 total kasus terinfeksi positif 471 ribu, dimana 395 ribu sembuh dan korban meninggal dunia 15.296. Pemerintah selalu melakukan pembaharuan data Covid-19, diketahui disetiap harinya jumlah kasus terkonfirmasi positif terus meningkat (Satgas Covid-19, 2020). Pemerintah selalu melakukan pembaharuan data Covid-19 dan salah satu upaya yang di lakukan pemerintah sebagai upaya memutus mata rantai penyebaran Covid-19 yaitu dengan menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), yang dilakukan dengan secara bertahap di beberapa wilayah yang di Indonesia.

Adanya penerapan PSBB diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan pada aktivitas masyarakat. Masyarakat tidak bisa melakukan aktivitas secara langsung di luar lingkungan rumah, dan memaksa mereka untuk beraktivitas secara online. Aktivitas yang di lakukan secara online, tentu saja berdampak pada kebutuhan masyarakat terhadap internet. Selama pandemi Covid-19 ini terjadi penggunaan data internet meningkat 5-10% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pemerintah melalui Kominfo bekerjasama dengan operator telekomunikasi dan penyedia layanan jaringan internet untuk terus berusaha menjaga dan memberikan layanan yang berkualitas apabila mengalami peningkatan *traffic* (Kominfo.go.id,

2020). Adanya pandemi *Covid-19*, memberikan dampak pada perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Hutauruk, 2020). Minat pembelian salah satu dorongan dalam diri individu yang kemudian menjadi keinginan yang lebih kuat. Keinginan yang nantinya akan membuat seseorang harus memenuhi kebutuhan nya sesuai dengan apa yang ada dalam benak nya. Minat beli timbul sebagai akibat dari adanya proses belajar serta pemikiran yang kemudian membuat sebuah persepsi (Fitrah, 2018). Minat beli yang ada dalam benak konsumen, dapat dibentuk karena adanya budaya, harga dan juga kualitas produk.

Faktor pertama adalah budaya. Studi empiris dilakukan Andespa (2017), membuktikan bahwa budaya berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Budaya baru dalam menghadapi pandemi *Covid-19* yang saat ini masih dilakukan masyarakat dengan menjalankan segala aktivitas dari rumah, seperti halnya belajar, bekerja dan belanja dari rumah dalam jaringan (*daring*). Aktivitas tersebut saat ini masih menjadi permasalahan baru dalam masyarakat karena masyarakat harus menyediakan atau menyisihkan biaya lebih untuk kebutuhan internet. Adanya kebutuhan internet tersebut, membuat masyarakat harus membeli atau menggunakan kuota internet. Sehingga akan berdampak pada minat masyarakat untuk membeli kuota internet sebagai pemenuhan kebutuhannya.

Faktor kedua adalah harga. Pada penelitian yang dilakukan Martina & Sriwiyanti (2020), menunjukkan bahwa penentuan harga yang tepat selama pandemi *Covid-19*, memiliki kontribusi signifikan pada minat beli konsumen. Dari identifikasi yang dilakukan peneliti di Konter Bima Cell Setiap layanan internet memberikan jumlah kuota yang hampir sama, tetapi memiliki harga yang berbeda. Seperti provider Telkomsel kuota 1 Gb dengan harga Rp 27.000,00, provider Indosat kuota 1 Gb Unlimited dengan harga Rp 30.000,00, provider Axis kuota 1 Gb dengan harga Rp 15.000,00. Meskipun sama-sama kuota 1 Gb dengan masa berlaku 30 hari, setiap provider menawarkan harga yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijadikan bahan sebagai pembentukan persepsi pada benak konsumen, yang nantinya akan menciptakan perilaku untuk bertindak dalam melakukan pembelian.

Faktor ketiga adalah kualitas produk. Penelitian yang dilakukan Hadita, Widjanarko, & Hafizah (2020), yang memperoleh hasil kualitas produk juga dapat menjadi faktor yang dapat membentuk minat beli konsumen selama pandemi. Berdasarkan hasil identifikasi peneliti pada Konter Bima Cell, diketahui jumlah pembelian kuota internet selama pandemi *Covid-19* terus mengalami penurunan. Berdasarkan data penjualan, diketahui pada bulan Januari 2020 jumlah pembelian kuota internet sebanyak 3.271 pembeli, mengalami peningkatan pada bulan Februari 2020 menjadi 3.310 pembeli, dan masih mengalami peningkatan sampai bulan Maret menjadi 3.340 pembeli. Namun, pada bulan April hingga Agustus 2020, jumlah penjualan kuota internet terus mengalami penurunan, dimana pada bulan Agustus hanya sebanyak 1.308 pembeli. Hal ini menunjukkan minat beli kuota internet selama pandemi *Covid-19* mengalami penurunan. Untuk itu perlu dikaji permasalahan sebagai berikut:

TINJAUAN PUSTAKA

Budaya

Menurut Kotler dalam Faisol & Oetomo (2016), budaya sebagai penentu keinginan dan juga perilaku yang mendasar yang dapat menciptakan sebuah nilai, persepsi, preferensi juga perilaku kelompok manusia. Perilaku seseorang sangat ditentukan dari kebudayaan yang melingkupinya, juga pengaruhnya akan selalu mengalami perubahan setiap waktu seiring dengan kemajuan dan perkembangan jaman. Terdapat hubungan yang dinamis yang terjalin antara komunikasi dengan budaya. Budaya menjadi karakter dari kelompok sosial yang dapat membedakan dengan kelompok lainnya. Menurut Asmas & Tarmizi (2019), budaya dapat diukur dengan beberapa aspek, diantaranya:

1. Kultur, yaitu determinan yang sangat fundamental yang berasal dari keinginan dan juga perilaku. Adanya nilai, gagasan, simbol bermakna dan evaluasi menjadi acuan kultur dalam suatu kelompok masyarakat.
2. Sub-kultur, yaitu sebagai identifikasi dan sosialisasi kelompok masyarakat dari kultur menjadi lebih spesifik. Bagian dari sub-kultur dapat berupa agama, kebangsaan, ras serta daerah geografis.
3. Kelas sosial, yaitu bagian yang cukup homogeny dan tetap berada dalam suatu masyarakat. Sistem kasta menjadi bagian dari kelas sosial, yang memiliki perbedaan dan peranan tertentu.

Harga

Berdasarkan pendapat Indrasari (2019), harga adalah sebuah hasil dari kesepakatan dari besarnya pengorbanan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk. Harga dalam proses jual beli harus mendapatkan kesepakatan pihak yang bersangkutan. Harga memiliki sifat yang fleksibel dan dapat berubah-ubah. Menurut Febrianty et al., (2020), harga sebagai tolak ukur hasil penjualan suatu produk. Harga secara sederhana dapat di maknai sebagai jumlah yang memiliki utilitas maupun kegunaan tertentu untuk mendapatkan suatu produk. Selain itu, juga harga dapat dikatakan sebagai penentu keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba, atas produk yang dipasarkan. Ada beberapa aspek pengukuran harga, diantaranya (Satria, 2017):

1. Keterjangkauan harga, yaitu persepsi masyarakat atas harga untuk membeli atau mendapatkan suatu produk.
2. Harga bersaing dengan competitor, yaitu adanya perusahaan pesaing yang menawarkan produk sejenis dengan harga yang relatif berbeda.
3. Harga sebanding dengan produk yang ditawarkan, yaitu persepsi nilai yang dikeluarkan oleh pihak konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk.

Kualitas Produk

Berdasar pendapat Firmansyah (2019), kualitas produk dapat di definisikan sebagai pemahaman bahwa produk yang ditawarkan memiliki kelebihan sesuai yang diharapkan konsumen. Selain itu kualitas produk juga sebagai persepsi masyarakat dimana produk yang ditawarkan suatu perusahaan harus memiliki kelebihan dari produk pesaing. Sehingga perusahaan selalu berusaha untuk menjaga kualitas produk yang ditawarkannya dan membandingkan dengan produk yang ditawarkan perusahaan pesaing. Ada beberapa aspek dalam pengukuran kualitas produk, diantaranya (Husfah & Hadi, 2017):

1. Kinerja, yaitu kinerja yang diterima konsumen atas penggunaan atau mengkonsumsi produk.
2. Fitur, yaitu karakteristik khusus yang ada pada produk.
3. Keandalan, yaitu kemampuan produk yang terpercaya dan akurat yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
4. Durabilitas, yaitu kemampuan produk untuk dapat bertahan lama, atau kemampuan produk untuk bisa dimanfaatkan pada waktu yang relatif lama.
5. Kemudahan servis, yaitu kemudahan pelayanan untuk mendapatkan produk tersebut.

Minat Beli

Menurut Fitrah, (2018), sebagai bagian dari perilaku konsumen terkait sikap mengkonsumsi dimana konsumen memiliki kecenderungan untuk melakukan tindakan lebih jauh yaitu melakukan pembelian. Minat beli dapat dimaknai sebagai perilaku konsumen yang dilakukan untuk mendapatkan manfaat dari produk yang didalamnya termasuk proses penentu dalam pengambilan keputusan. Minat yaitu salah aspek dalam bidang psikologi yang mempunyai

pengaruh relatif besar pada perilaku, dan juga sebagai sumber motivasi yang dapat mengarahkan seseorang untuk bertindak (Faisol & Oetomo, 2016). Minat sebagai kecenderungan individu dalam melakukan tindakan pada suatu objek. Minat beli dapat melahirkan sebuah motivasi yang tertanam pada benak konsumen yang kemudian dapat menjadi sebuah keinginan. Minat sebagai intruksi dalam diri untuk melakukan sebuah aktivitas yang berupa pembelian produk. Menurut Fitrah (2018), ada lima aspek yang dapat digunakan untuk mengukur minat beli, diantaranya:

1. Perhatian, yaitu bentuk perhatian yang relatif besar dari konsumen terkait produk.
2. Ketertarikan, yaitu sikap yang terbentuk setelah ada perhatian dimana muncul rasa tertarik pada produk.
3. Keinginan, yaitu perasaan untuk menginginkan atau memiliki suatu produk tersebut.
4. Keyakinan, yaitu sikap yakin konsumen pada suatu produk yang nantinya akan menimbulkan keputusan.
5. Keputusan, yaitu tindakan akhir setelah ada keyakinan berupa pengambilan keputusan dimana yang menjadi perhatian berupa produk, dimana, kapan, jumlah yang harus dibeli dan mengapa harus melakukan pembelian.

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan adalah 125 konsumen Konter Bima Cell. Peneliti hanya mengambil sampel dari keseluruhan pembeli Konter Bima Cell yang tidak diketahui dengan pasti jumlah nya. Pengambilan sampel ditentukan dengan rumus $N = (5 \times \text{Jumlah Indikator})$ dimana dalam penelitian ini memiliki 16 indikator, maka diperoleh jumlah sampel yang akan di teliti yaitu sebesar 80 responden. Pengambilan data dalam ini berupa kuesioner. Adapun teknik analisis data yang dilakukan yaitu analisis regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis uji parsial dan uji simultan dengan bantuan program SPSS versi 25.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Indikator	Nilai	Keterangan
Budaya (X ₁)		
X _{1.1}	0,612	Valid
X _{1.2}	0,618	Valid
X _{1.3}	0,526	Valid
X _{1.4}	0,469	Valid
X _{1.5}	0,345	Valid
Harga (X ₂)		
X _{2.1}	0,639	Valid
X _{2.2}	0,813	Valid
X _{2.3}	0,634	Valid
X _{2.4}	0,731	Valid
X _{2.5}	0,705	Valid
X _{2.6}	0,698	Valid
X _{2.7}	0,809	Valid
Kualitas Produk (X ₃)		
X _{3.1}	0,552	Valid
X _{3.2}	0,508	Valid
X _{3.3}	0,625	Valid
X _{3.4}	0,590	Valid
X _{3.5}	0,606	Valid
X _{3.6}	0,685	Valid
X _{3.7}	0,724	Valid
X _{3.8}	0,404	Valid
Minat Beli (Y)		
Y _{1.1}	0,549	Valid
Y _{1.2}	0,713	Valid
Y _{1.3}	0,666	Valid
Y _{1.4}	0,592	Valid
Y _{1.5}	0,564	Valid
Y _{1.6}	0,473	Valid
Y _{1.7}	0,347	Valid

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui pada masing-masing item pernyataan setiap variabel memperoleh nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,2. Terkait demikian, dapat diketahui bahwa keseluruhan butir pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai	Keterangan
Budaya (X ₁)	0,744	Reliabel
Harga (X ₂)	0,905	Reliabel
Kualitas Produk (X ₃)	0,847	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,817	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa variabel budaya, harga, kualitas produk dan variabel minat beli memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Hal ini berarti bahwa keseluruhan variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil		Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas	0,200		Sig. > 0,05	Data terdistribusi normal
Uji Multikolinieritas				
Budaya (X ₁)	Tol.0,876	VIF 1,142	Tolerance > 0,1	Bebas multikolinieritas
Harga (X ₂)	Tol.0,935	VIF 1,069	VIF < 10	Bebas multikolinieritas
Kualitas produk (X ₃)	Tol.0,830	VIF 1,204		Bebas multikolinieritas
Uji Heteroskedastisitas				
Budaya (X ₁)	Sig. = 0,915		Sig. > 0,05	Bebas heteroskedastisitas
Harga (X ₂)	Sig. = 0,071			Bebas heteroskedastisitas
Kualitas produk (X ₃)	Sig. = 0,842			Bebas heteroskedastisitas
Uji Autokorelasi	1,909		1,7153 < DW < 2,284	Bebas autokorelasi

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4 Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Nilai
(Constant)	2,969
Budaya	.262
Harga	.129
Kualitas Produk	.496

Tabel 4 diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,969 + 0,262 X_1 + 0,129 X_2 + 0,496 X_3 + e$$

Dari persamaan di atas, maka dapat diperoleh keterangan sebagai berikut:

1. Diperoleh nilai sebesar 2,969 untuk konstanta, dimana tanpa adanya pengaruh dari budaya, harga dan kualitas produk, nilai variabel minat beli sebesar 2,969 satuan.
2. Variabel budaya (X₁) memperoleh nilai koefisien sebesar 0,262, dimana disetiap kenaikan variabel budaya sebesar 1 satuan, akan memiliki kontribusi pada kenaikan sebesar 0,262 satuan variabel minat beli.
3. Variabel harga (X₂) memperoleh nilai koefisien sebesar 0,129, dimana setiap kenaikan variabel harga sebesar 1 satuan, akan memiliki kontribusi pada kenaikan sebesar 0,129 satuan variabel minat beli.
4. Variabel kualitas produk (X₃) memperoleh nilai koefisien sebesar 0,496, dimana setiap kenaikan variabel kualitas produk 1 satuan, akan memiliki kontribusi pada kenaikan sebesar 0,496 satuan variabel minat beli.

Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Regresi	R Square
	0,748

Hasil uji koefisien determinasi berganda dapat dilihat pada tabel 5, dimana diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,748 atau 74,8%. Artinya naik turunnya variabel minat beli (Y) dapat dijelaskan variabel budaya (X_1), harga (X_2) dan kualitas produk (X_3) sebesar 74,8%, sedangkan 25,2% lainnya dapat dijelaskan oleh variabel diluar penelitian.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Sig.
Budaya	.000
Harga	.000
Kualitas Produk	.000

Berdasarkan tabel 6, diketahui masing-masing variabel budaya (X_1), variabel harga (X_2) dan variabel kualitas produk (X_3) memiliki nilai signifikansi dibawah dari nilai yang disyaratkan yaitu 0,05. Terkait demikian, variabel budaya, harga dan kualitas produk terbukti memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli (Y), sehingga H_1 , H_2 dan H_3 diterima.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel	Sig.
Budaya	
Harga	.000
Kualitas Produk	

Berdasarkan tabel 7 di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut sudah memenuhi dari nilai signifikansi yang disyaratkan yaitu tidak lebih dari 0,05. Artinya secara simultan variabel budaya (X_1), harga (X_2) dan kualitas produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y), atau H_4 diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Budaya terhadap Minat Beli Kuota Internet di Konter Bima Cell Sidoarjo

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui budaya memperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun besarnya pengaruh ditunjukkan hasil regresi yang memperoleh nilai koefisien sebesar 0,262. Artinya budaya memiliki kontribusi yang signifikan terhadap minat pembelian kuota internet di Konter Bima Cell Sidoarjo. Adanya kebiasaan yang dimiliki masyarakat seperti aktif dalam sosial media maupun bermain game online menyebabkan kebutuhan kuota internet meningkat, perubahan kebiasaan tersebut akan berdampak pada minat beli konsumen.

Wabah pandemi *Covid-19* merubah tatanan aktivitas masyarakat. Adanya kebijakan yang diterapkan pemerintah seperti dengan *Work From Home*, menjadikan masyarakat khususnya pegawai harus bekerja dari rumah. Aktivitas kerja dari rumah tersebut, membuat mereka

membutuhkan banyak kuota internet. Selain itu, kebijakan lain seperti belajar online membuat konsumsi kuota internet meningkat, yang dibuktikan dengan meningkatnya jumlah konsumen dengan status masih pelajar atau mahasiswa. Hasil penelitian konsisten dengan hasil studi Andespa (2017), dimana terbukti budaya memiliki pengaruh signifikan pada minat beli konsumen. Budaya menjadi pendorong dalam setiap aktivitas seseorang. Penelitian lain dengan hasil serupa dilakukan Faisol & Oetomo (2016), yang membuktikan bahwa budaya memiliki kontribusi positif dan juga signifikan pada minat beli konsumen. Budaya memiliki kontribusi yang relatif luas dan mendalam pada perilaku konsumen, dimana budaya sebagai penentu adanya keinginan dalam diri konsumen.

Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Kuota Internet di Konter Bima Cell Sidoarjo

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui harga memperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun besarnya pengaruh ditunjukkan hasil regresi yang memperoleh nilai koefisien sebesar 0,129. Artinya harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Semakin terjangkau harga yang ditawarkan, akan berkontribusi pada meningkatnya minat beli konsumen. Kategori terjangkau pada setiap konsumen berbeda-beda, sesuai dengan sosial ekonomi. Harga yang relatif murah akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian.

Selama pandemi *covid-19* kebutuhan seseorang semakin meningkat. Kebutuhan terkait kesehatan menjadi pertimbangan utama selama pandemi berlangsung, seperti kebutuhan untuk pembelian masker maupun *hand sanitizer*. Kebutuhan tersebut dialami oleh semua masyarakat, disisi lain tidak semua masyarakat memiliki pendapatan yang pasti. Sehingga harga menjadi pertimbangan bagi konsumen yang dapat menimbulkan minat beli. Harga kuota internet yang terjangkau akan menjadi dorongan untuk melakukan pembelian. Konsisten dengan hasil studi empiris Utami & Saputra (2017), diketahui bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Persepsi harga yang terjangkau atas suatu produk, akan mendorong minat konsumen untuk memiliki produk tersebut. Sebaliknya, harga yang dianggap mahal, konsumen akan mempertimbangkan kembali sebelum memiliki minat untuk memiliki produk tersebut. Didukung hasil studi empiris Martina & Sriwiyanti (2020), yang memperoleh bukti bahwa harga memiliki peran signifikan pada minat beli.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kuota Internet di Konter Bima Cell Sidoarjo

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui kualitas produk memperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Adapun besarnya pengaruh ditunjukkan hasil regresi yang memperoleh nilai koefisien sebesar 0,496. Artinya kualitas produk memiliki kontribusi signifikan terhadap minat beli konsumen. Produk yang berkualitas menjadi harapan semua orang. Konsumen akan mengabaikan faktor lainnya seperti harga, apabila dirasa produk tersebut memiliki berkualitas, maka akan ada minat untuk membeli. Sebaliknya, produk yang tidak berkualitas meskipun ditawarkan dengan harga yang cukup murah masih belum dapat mempengaruhi minat konsumen.

Dari pengamatan peneliti, selama pandemi kebutuhan kuota internet mengingat hampir semua aktivitas seseorang membutuhkan kuota internet seperti, belajar, bekerja maupun bersilaturahmi dengan keluarga. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut beberapa provider meluncurkan paket data yang sifatnya *unlimited*. Beberapa konsumen diketahui lebih memilih paket kuota internet *unlimited*, dimana meskipun kuota utama habis masih tetap dapat digunakan. Hal ini tentu mencerminkan bahwa provider telah berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk mereka dengan tetap memperhatikan pertimbangan harga. Selaras dengan penelitian Satria (2017), menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki kontribusi signifikan pada

meningkatnya minat beli konsumen. Produk yang berkualitas, yaitu produk yang dapat memenuhi fungsinya dan dapat memuaskan keinginan konsumen. Produk yang dapat menjalankan fungsinya dengan baik, dianggap sebagai produk yang berkualitas. Didukung dengan Zainuddin (2018), yang membuktikan bahwa minat beli konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk.

Pengaruh Budaya, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kuota Internet di Konter Bima Cell Sidoarjo

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui budaya, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli kuota internet di Konter Bima Cell Sidoarjo. Besarnya pengaruh diketahui dari hasil uji koefisien determinasi sebesar 74,8%. Artinya adanya budaya yang melekat pada diri konsumen, harga yang relatif terjangkau didukung dengan kualitas produk yang baik, akan mempengaruhi minat beli konsumen. Minat beli sebagai keinginan yang ada dalam benak konsumen untuk melakukan sebuah tindakan guna mendapatkan produk yang diinginkan. Adanya perubahan budaya selama pandemi berlangsung dan tingkat kebutuhan yang semakin meningkat akan menjadi pertimbangan yang menimbulkan lahirnya minat dalam benak konsumen. Menurut Kotler dalam Faisol & Oetomo (2016), budaya sebagai penentu keinginan dan juga perilaku yang mendasar yang dapat menciptakan sebuah nilai, persepsi, preferensi juga perilaku kelompok manusia. Kebiasaan masyarakat yang tidak bisa jauh dari *handphone*, menjadi faktor pada tingkat konsumsi kuota internet. Kesadaran untuk mematuhi protokol kesehatan, menjadikan kebutuhan semakin bertambah. Kebutuhan masker misalnya, dimana setiap hari masyarakat harus mengenakan masker sebagai upaya untuk memutus mata rantai penyebaran virus. Pengeluaran masyarakat mengalami peningkatan, sebagai dampak penerapan protokol kesehatan. Namun, tidak semua masyarakat mengalami peningkatan pendapatan, bahkan beberapa masyarakat harus mengalami penurunan dan kehilangan pendapatan. Hal ini akan memicu adanya pertimbangan dalam diri masyarakat terkait nilai atau biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu produk seperti kuota internet. Dalam kata lain, harga sebagai hal yang harus diperhatikan lebih spesifik oleh konsumen saat melakukan pembelian. Tidak sedikit konsumen yang membandingkan harga satu dengan yang lain juga dengan nilai yang diperoleh (Kotler dan Keller dalam Deisy, Lopian, & Mandagie, 2018).

Tidak hanya harga, pertimbangan lain yang menjadi perhatian konsumen yaitu kualitas produk. Beberapa konsumen juga sering menyampaikan bahwa paket kuota yang dibelinya cepat habis, jaringan tidak stabil maupun kuota tidak dapat digunakan. Permasalahan tersebut terjadi tidak hanya semata-mata karena paket kuota internet yang dijual tidak berkualitas, bisa juga dari penggunaan yang terlalu intensitas penggunaan yang berlebih, *handphone* tidak *support* dengan kartu internet maupun lokasi tempat tinggal konsumen yang masih belum terjangkau sinyal dengan stabil. Permasalahan ini dapat diatasi di Konter Bima Cell, seperti diberikan penjelasan singkat terkait dengan penggunaan kartu internet atau kuota internet yang dibeli konsumen. Mengingat kualitas dari suatu proses berupa perpaduan antara sikap dan juga karakteristik yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono dalam Allysa, Maharani, & Estri, 2018).

SIMPULAN

Mengacu pada hasil uji hipotesis, diperoleh kesimpulan :

1. Budaya berpengaruh signifikan terhadap minat beli kuota internet di Konter Bima Cell Sidoarjo.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli kuota internet di Konter Bima Cell Sidoarjo.

3. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli kuota internet di Konter Bima Cell Sidoarjo.
4. Budaya, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli kuota internet di Konter Bima Cell Sidoarjo.

IMPLIKASI

1. Mempertimbangkan harga yang telah ada dan terus meningkatkan kualitas produk yang tersedia, pihak pengelola konter diharapkan memperhatikan budaya, harga dan kualitas produk hal ini karena akan berdampak pada naik turunnya minat beli konsumen.
2. Peneliti sebaiknya lebih memperhatikan lagi proses pengambilan data, serta dapat lebih memilah konsumen yang telah membeli kuota internet di Konter Bima Cell Sidoarjo.

KETERBATASAN

Pengumpulan data hanya terbatas pada kuesioner, sehingga masih membatasi adanya tanggapan lain dari responden terhadap variabel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Allysa, N., Maharani, N., & Estri, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ozon Parfum Fragrance. *Prosiding Manajemen*, 4(2), 775–779.
- Andespa, R. (2017). Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah. *Maqdis : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 35–49.
- Asmas, D., & Tarmizi, A. (2019). Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Membeli Produk Mie Instant Indomie. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 429. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.129>
- Deisy, M., Lapian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek , Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Di It Center Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2288 – 2297.
- Faisol, A., & Oetomo, H. W. (2016). Pengaruh Budaya, Harga dan Lokasi Terhadap Minat Belanja Konsumen di Pasar Sopyonyono. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(2), 3–4.
- Febrianty, F., Nurmiati, N., Parinduri, L., Sirait, S., Leuwol, N. V., Julyanthry, J., ... Sudarso, A. (2020). *Pengantar Bisnis: Etika, Hukum & Bisnis Internasional*. Jakarta : Yayasan Kita Menulis.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Pasuruan : Qiara Media.
- Fitrah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta : Deepublish.
- Hadita, H., Widjanarko, W., & Hafizah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3), : 261-268. <https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.294>
- Husfah, F. M., & Hadi, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dea Cake And Bakery Kepanjen Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 550–555.
- Hutauruk, M. R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Faktor Yang Menentukan Perilaku Konsumen Untuk Membeli Barang Kebutuhan Pokok Di Samarinda. *Jurnal Riset Inossa*, 2(1), 1–15.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Anggota IKAPI.
- Kominfo.go.id. (2020). Bekali Masyarakat Melalui 3 Level Kecakapan Digital, Kominfo Inisiasi UMKM Go Online.
- Martina, S., & Sriwiyanti, E. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid19 Pada Masyarakat Millenia Di

- Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah AccUsi*, 2(2), 138–147.
<https://doi.org/10.36985/accusi.v2i2.381>
- Satgas Covid-19. (2020). Peta Sebaran Covid-19. *Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19*.
- Satria, A. A. (2017). Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan a-36. *Manajemen Dan Strat-Up Bisnis*, 2(1), 46–53.
- Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *NIAGAWAN*.
<https://doi.org/10.24114/niaga.v6i2.8334>
- Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio E-Kons*, 20(3), 220–227. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2902>

Pengaruh Komunikasi, Motivasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik

Riska Dwi Octavia¹, Utama Wisnu Dyatmika²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : rikaoctavia30@gmail.com¹

Koresponden : sutama@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

The research was conducted to see the extent of communication, motivation and work environment to the spirit of work of employees of PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik. The population is all employees of PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik, who use a sample of 55 respondents and use saturated samples. All data is collected through questionnaires or questionnaires. The results of the analysis conducted by researchers prove (1). communication affects the morale of employees of PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik which has a t-count of 2,889 with a significance level of 0.006. 0.000. (2). motivation affects the morale of employees of PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik who have a t-count of 2,118 with a significance level of 0.039. (3). The work environment affects the morale of employees of PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik who have a t-count of 4,333 with a significance rate of 0.000. Both communication, motivation and work environment affect simultaneously the working spirit of employees of PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik. This test uses F-test obtained F-count as much as 20,868 and significance level 0.000.

Keywords : *Communication, Motivation, Work Environment, Work Spirit*

ABSTRAK

Riset yang dilakukan memiliki maksud untuk melihat sejauh mana komunikasi, motivasi dan lingkungan kerja terhadap semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik. Populasi ialah semua karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik, yang menggunakan sampel 55 responden serta menggunakan sampel jenuh. Seluruh data dikumpulkan melalui pembagian angket ataupun kuesioner. Hasil analisa yang dilakukan peneliti yaitu (1). komunikasi mempengaruhi semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik yang memiliki t_{hitung} sebanyak 2,889 dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,006. (2). motivasi mempengaruhi semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik yang memiliki t_{hitung} sebanyak 2,118 dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,039. (3). lingkungan kerja mempengaruhi semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik yang memiliki t_{hitung} sebanyak 4,333 dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,000. Baik dari komunikasi, motivasi dan lingkungan kerja mempengaruhi secara simultann terhadap semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik. Pengujian ini menggunakan uji F didapat F_{hitung} sebanyak 20,868 dan tingkat signifikansinya 0,000.

Kata Kunci: *Komunikasi, Motivasi, Lingkungan Kerja, Semangat Kerja*

Pendahuluan

Setiap organisasi atau perusahaan, dituntut agar bisa bertahan dalam persaingan global. Dalam upaya meningkatkan sumber daya manusia yang dimiliki itu akan menjadikan langkah yang efektif dalam menghadapi persaingan dan pencapaian sebuah tujuan organisasi. Era globalisasi saat ini mempunyai tingkat persaingan bisnis yang sangat tinggi. Banyak dijumpai dari permasalahan yang bisa menyebabkan perusahaan bisa sampai mengalami kegagalan dalam berbisnis, dikarenakan perusahaan tersebut tidak mampu menyesuaikan terhadap kemajuan teknologi. Perusahaan harus dapat meningkatkan semangat kerja karyawan untuk dapat sampai pada tujuan dalam pengembangan suatu perusahaan. Diperlukan sistem kerja yang bisa menjunjung kinerja perusahaan tersebut.

Didalam sumber daya manusia terdapat peran sangat penting agar terlangsungnya kinerja sebuah perusahaan. Agar tercapai suatu tujuan organisasi bisa dilakukan menggunakan cara

mengontrol atau mengkondisikan agar setiap karyawan yang berada dalam organisasi tersebut memiliki rasa giat dalam bekerja. Diantaranya ialah semangat kerja yang tinggi. Organisasi ialah kumpulan yang terdiri dari sekelompok manusia yang saling dapat berinteraksi satu sama lain. Oleh sebab itu dengan terciptanya suatu organisasi perlu adanya komunikasi yang sangat efektif, sehingga kegiatan dalam bekerja bisa dapat teroptimalkan. Apabila komunikasi dilakukan secara efektif maka akan dapat meningkatkan hasil produktifitasnya.

Untuk dapat meningkatkan semangat kerja seorang karyawan bisa dilakukan dengan cara memotivasi karyawan itu sendiri, memotivasi seorang karyawan sangatlah dibutuhkan dalam sebuah organisasi guna untuk memaksimalkan sebuah pekerjaan dengan baik. Apabila dalam diri seorang karyawan tidak timbul rasa memotivasi dirinya sendiri, karyawan tersebut tidak akan mempunyai semangat dalam melakukan pekerjaan. Pada umumnya karyawan itu bekerja dikarenakan ada faktor yang mempengaruhinya, yaitu untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya. Apabila sudah terpenuhi kebutuhannya seorang karyawan itu bisa memfokuskan dalam menjalankan tanggung jawab pekerjaannya yang berupa dalam dorongan dari sebuah organisasi.

Lingkungan kerja dapat berpengaruh dalam suatu pengembangan kapasitas kerja karyawan, Oleh sebab itu bisa dimaksudkan sebagai sesuatu yang dapat mempengaruhi seorang karyawan dalam menjalankan pekerjaan yang ada disekitarnya. Untuk dapat menjunjung penerapan kerja yang efektif dalam meningkatkan semangat dalam melakukan pekerjaan dibutuhkan suatu kondisi lingkungan yang baik dan sehat.

PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik merupakan salah satu perusahaan yang berlokasi tepatnya di Jalan Raya Kedamean 88 Gresik, Jawa Timur yang bergerak dibidang produksi pembuatan karton box. Pada waktu tahun-tahun awal pendiriannya perusahaan ini berusaha agar dapat masuk dipasar, Direktur Utama sendiri yang terjun mencari pasar ke berbagai daerah Indonesia mulai dalam kawasan jawa hingga ke luar jawa. Semua ini bisa berkembang pesatnya perusahaan larton box PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik. Oleh sebab itu PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik melangsungkan berbagai cara dalam memajukan keunggulan potensi pada perusahaan tersebut.

Dari pemaparan pernyataan-pernyataan yang sudah dijelaskan, maka peneliti mengambil judul "PENGARUH KOMUNIKASI, MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN PT. SINAR GARUDA MAKMURINDO GRESIK".

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik ?
2. Apakah motivasi berpengaruh terhadap semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik ?
3. Apakah lingkungan kerja terhadap semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik ?
4. Apakah komunikasi, motivasi dan lingkungan kerja berpengaruh simultan terhadap semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik ?

LANDASAN TEORI

Komunikasi juga dapat diartikan sebagai kegiatan dua arah yang bisa menghasilkan penyebaran antar individu. Agar dapat melaksanakan tugas dengan baik maka harus terciptanya sistem komunikasi dengan baik pula. (Sembiring, 2017).

Motivasi akan dapat mewujudkan suatu perilaku untuk dapat mencapai suatu tujuan guna untuk memenuhi sebuah kepuasan. Sehingga motivasi bisa ditarik kesimpulan sebab adanya suatu sikap yang tampak dari diri seorang tersebut.(Nadzifah, 2020)

Lingkungan kerja ialah sesuatu yang dapat mempengaruhi dirinya disekitar pekerja dalam menjalankan suatu pekerjaannya, antara lain yaitu interaksi sesama karyawan, prasarana yang disediakan, dan syarat syarat dalam bekerja. Lingkungan kerja yang kurang mendukung dapat memicu tekanan pada karyawan, susah dalam memfokuskan diri dan bisa juga menurunnya kapasitas bekerja. Bisa kita lihat apabila didalam lingkungan yang kurang mendukung akan membawa dampak buruk pada seorang karyawan tersebut dalam melakukan pekerjaan sehari-harinya. (Miranda et al., 2017)

Semangat kerja ialah suatu kegiatan yang dilakukan guna meningkatkan suatu produktivitas dalam bekerja (Kusuma, 2016). Suasana yang dirasakan oleh semua karyawan yang sedang melakukan pekerjaan, jika karyawan suka membantah pekerjaan yang dilakukan maka bisa dipastikan karyawan tersebut memiliki semangat kerja yang rendah. (Handayani, 2016). Dapat kita tarik kesimpulan bahwa semangat kerja ialah suatu perilaku individu atau kelompok yang bisa berdampak suasana nyaman dalam melakukan pekerjaan dengan baik dan giat guna mencapai prestasi kerja yang maksimal.

INDIKATOR-INDIKATOR INDIKATOR KOMUNIKASI

Beberapa indikator dari komunikasi, antara lain:

1. Tidak mendominasi pembicaraan
2. Mendengarkan pendapat karyawan
3. Mampu menempatkan diri pada posisi orang lain

INDIKATOR MOTIVASI

Beberapa indikator dari motivasi , antara lain:

1. Kerja keras
2. Tingkat cita-cita yang tinggi
3. Ketekunan

INDIKATOR LINGKUNGAN KERJA

Beberapa indikator dari lingkungan kerja, antara lain:

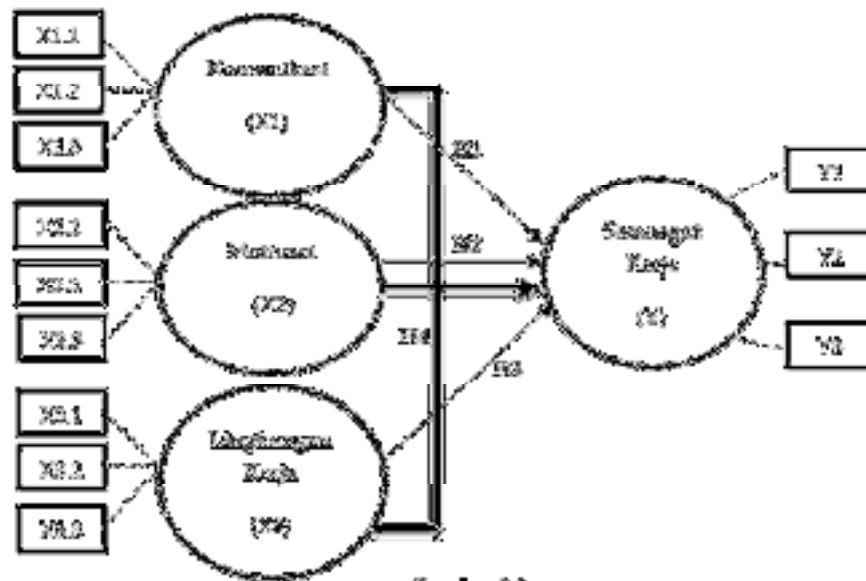
1. Penerangan
2. Sirkulasi Udara
3. Fasilitas

INDIKATOR SEMANGAT KERJA

Beberapa indikator dari semangat kerja, antara lain:

1. Produktivitas karyawan
2. Tingkat perpindahan karyawan
3. Pemogokan kerja oleh karyawan

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS



Gambar 01
Kerangka Konseptual

Beberapa hipotesis yang telah ditentukan yaitu :

- H1 : Komunikasi berpengaruh signifikan terhadap Semangat Kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik.
- H2 : Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Semangat Kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik.
- H3 : Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap Semangat Kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik.
- H4 : Komunikasi, Motivasi dan Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Semangat Kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik.

METODE

Penelitian dari penulis pada saat ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini diperkuat dengan gagasan kumpulan beberapa para ahli, setelah itu akan dijadikan suatu permasalahan yang diajukan guna mengetahui suatu bukti atau perlawanan dalam suatu bentuk data dokumen yang tersedia di lapangan. Rancangan penelitian kali ini dengan dilakukan pengamatan yang mempengaruhi sejumlah variabel.

Penelitian yang menggunakan metode penyebaran angket ataupun kuesioner ini guna untuk mendapatkan suatu informasi dari responden yaitu karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik. Peneliti mengambil sampel jenuh sebagai teknik saat kuesioner dibagikan kepada karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik dengan sampel yang berjumlah 55 karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik.

HASIL

Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Variabel	Komunikasi	Motivasi	Partisipasi	Kepercayaan
Komunikasi (K1)	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
Motivasi (K2)	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
Partisipasi Kerja (K3)	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
Kepercayaan Kerja (K4)	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid
	0,73	0,684	0,727	Valid

Sumber: Output SPSS data tahun 2021

Diperoleh yang didapat dari pengujian semua indikator dengan memperlihatkan nilai R. hitung lebih besar dibandingkan dengan Nilai Kritis 0,03. Dan dipastikan data yang diperoleh valid.

b. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (n)	Nilai Kritis	Keterangan
Komunikasi (K1)	0,889	0,6	Reliabel
Motivasi (K2)	0,899	0,6	Reliabel
Partisipasi Kerja (K3)	0,800	0,6	Reliabel
Kepercayaan Kerja (K4)	0,875	0,6	Reliabel

Sumber: Output SPSS data tahun 2021

Diperoleh yang didapat dari pengujian semua indikator dengan nilai dari Cronbach's Alpha lebih tinggi dari nilai kritis 0,6, sehingga dapat dipastikan data yang diperoleh reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
N	50
Asymp. Sig. (2-Tailed)	,185 ^a

Sumber: Output SPSS data tahun 2021

Diperoleh dari pengujian semua indikator dengan nilai tingkat signifikansinya ialah 0,185 nilai tersebut lebih besar dari 0,05 dan bisa disimpulkan bahwa pola distribusi residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Collinearity Statistics	
Model	VIF
1. Regresi	1,000
2. Regresi	1,000
3. Regresi	1,000
4. Regresi	1,000

Sumber: Output SPSS data tahun 2021

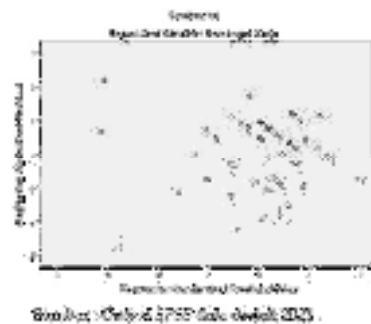
Sesuai tabel diatas telah didapatkan VIF<10. Artinya telah terbukti data terbebas dari gangguan multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Test Statistics	Value	Asymptotic Significance
Durbin-Watson	1.907	

Durbin Watson dengan didapat nilai sebesar 1,590 berada dibawah dari batas atas(du) 1,681 dan $< (4-du) 4-1.681 = 2,319$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas



Sesuai gambar diatas telah terbukti data terbebas dari gangguan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Terhadap	Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
Dependent Variable			
Komunikasi (X1)		.253	.085
Motivasi (X2)		.176	.083
Lingkungan Kerja (X3)		.464	.107

Dapat dilihat dari data yang diperoleh diatas dinyatakan bahwa:

1. Koefisien constant terhitung 3.919
2. Koefisien regresi dari variabel komunikasi (X1) terhitung 0,253,
3. koefisien regresi dari variabel motivasi (X2) terhitung 0,176,
4. koefisien regresi dari variabel lingkungan kerja (X3) terhitung 0,464.

Koefisien Determinasi (R²)

R	Adjusted R Square
.742	.564

Sesuai tabel diatas didapatkan koefisien korelasi terhitung $R = 0,742$. Artinya terdapat korelasi positif antara komunikasi, motivasi, lingkungan kerja terhadap variabel dependen yaitu semangat kerja.

Uji Hipotesis

a. Uji t

Variable	t	Sign.
Komunikasi	2.889	.006
Motivasi	2.118	.039
Lingkungan Kerja	4.333	.000

Sesuai hasil uji statistik diperoleh hasil komunikasi terbukti mempengaruhi semangat kerja karyawan dengan nilai t_{hitung} 2,889 serta signifikansi 0,006. Adapun motivasi terbukti mempengaruhi semangat kerja karyawan dengan nilai t_{hitung} 2,118 dan signifikansi 0,039. Lingkungan kerja terbukti mempengaruhi semangat kerja karyawan dengan t_{hitung} 4,333 serta signifikansi 0,000.

b. Uji F

	F	Sign.
Regression	20.868	.000

Secara simultan terbukti komunikasi, motivasi dan lingkungan kerja mempengaruhi semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik dengan F_{hitung} 20,868 serta signifikansinya 0,000.

PEMBAHASAN

Pengaruh Komunikasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik

Dari perolehan hasil uji parsial (uji t) dapat disimpulkan untuk variabel komunikasi mendapatkan nilai signifikan sebesar 0.006 kurang dari 0.05 maka bisa diterima. Maka dengan itu apabila komunikasi diterapkan secara efektif akan membawa pengaruh baik dan akan timbul keterbukaan satu sama lain jadi tujuan organisasi tersebut dapat tercapai dengan lancar.

Pengaruh Motivasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik

Dari perolehan hasil uji parsial (uji t) dapat disimpulkan untuk variabel motivasi mendapatkan nilai signifikan sebesar 0.039 kurang dari 0.05 maka bisa diterima. Maka dorongan dalam diri seseorang itu sangat berpengaruh untuk memotivasi diri dalam melakukan suatu pekerjaan. Apabila seseorang itu memiliki motivasi yang tinggi maka hasil yang diperoleh bisa maksimal.

Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik

Dari perolehan hasil uji parsial (uji t) dapat disimpulkan untuk variabel lingkungan kerja mendapatkan nilai signifikan sebesar 0.000 kurang dari 0.05 maka untuk perkiraan dapat diterima. Lingkungan kerja dapat berpengaruh dalam sebuah pengembangan kerja karyawan maka dibutuhkan lingkungan kerja yang ramah dan sehat agar karyawan tersebut memiliki rasa kenyamanan.

Pengaruh Komunikasi, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik

Dari perolehan hasil uji simultannya mendapatkan nilai signifikan sebesar 0.000 kurang dari 0.05 sehingga berpengaruh signifikan. Dapat diketahui bahwa komunikasi, motivasi dan lingkungan kerja yang berada di PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik berpengaruh terhadap semangat kerja

karyawan, secara tidak langsung komunikasi, motivasi dan lingkungan kerja menjadi variabel yang bisa meningkatkan semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik.

SIMPULAN

Sesuai dengan hasil penelitian hipotesis dan analisis dapat disimpulkan bahwa penelitian tentang “Pengaruh komunikasi, motivasi dan lingkungan kerja terhadap semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik” antara lain:

1. Variabel komunikasi (X1) dapat memengaruhi semangat kerja (Y) karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik yang dibuktikan dengan tingkat signifikansinya bernilai 0.006.
2. Variabel motivasi (X2) dapat memengaruhi semangat kerja (Y) karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik yang dibuktikan dengan tingkat signifikansinya bernilai 0.039.
3. Variabel lingkungan kerja (X3) mempengaruhi semangat kerja (Y) karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik. Dibuktikan tingkat signifikansinya bernilai 0.000.
4. Sedangkan baik komunikasi (X1) motivasi (X2) dan lingkungan kerja (X3) memengaruhi semangat kerja (Y) karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik yang dibuktikan dengan tingkat signifikansinya bernilai 0.000

IMPLIKASI

Dalam aktivitas pengembangan Sumber Daya Manusia dalam hal ini PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik mencermati aspek lain yang bisa program mutasi kerja pegawai sehingga strategi tersebut tidak bisa memunculkan kesusahan ataupun kesulitan yang malah hendak merendahkan kinerja pegawai. Selaku contoh ialah perencanaan mutasi dicoba secara adil, transparan serta tidak tiba-tiba, sehingga pegawai bisa mempersiapkan seluruh sesuatu yang diperlukan secara matang serta pula perihal ini bisa melindungi keyakinan pegawai terhadap industri terpaut mutasi yang dicoba dengan tujuan buat peningkatan kinerja seorang pegawai.

Tidak hanya itu, terpaut dengan Sumber Daya Manusia, berarti untuk industri untuk dapat senantiasa meningkatkan keadaan lingkungan kerja untuk melindungi kenyamanan serta keamanan pegawai. Dengan rasa nyaman dan aman, hingga pekerja bisa lebih berkonsentrasi terhadap tugas yang diberikan sehingga dapat meningkatkan mutu dalam kerja pegawai, produktifitas serta efektifitas industri.

Motivasi kerja pula menjadi perihal yang wajib lebih dicermati oleh industri untuk melindungi kinerja pegawai. Sebuah industri wajib tetap meningkatkan faktor-faktor baik ekstern ataupun intern yang bisa secara langsung berpengaruh dengan motivasi kerja pegawai.

KETERBATASAN PENELITIAN

- a. Tanggapan yang sudah diterima oleh peneliti belum terlihat serupa seperti dilapangan sebenarnya. Sehingga kekurangan ini bisa lebih diawasi lagi oleh peneliti.
- b. Pada penelitian, peneliti semata-mata menguji hal-hal yang bisa mempengaruhi semangat kerja karyawan PT. Sinar Garuda Makmurindo Gresik. Yang terdiri dari variabel bebas diantaranya komunikasi, motivasi, dan lingkungan kerja.
- c. Di waktu pembagian kuesioner ditemukan kendala yaitu efek dari covid-19, sehingga semua pihak yang terlibat wajib menaati protokol kesehatan yang sudah diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dosen, D. A. N. K., Kasus, S., Tama, U., & Jakarta, J. (2012). *PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN MOTIVASI*.
- Fachrezi, H. (2020). *Pengaruh Komunikasi, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Kantor Cabang Kualanamu Hakim Fachrezi Hazmanan*

- Khair. 3(1), 107–119.
- Hanafi, B. D., & Yohana, C. (2017). Pengaruh Motivasi, Dan Lingkungan Kerja, Terhadap Kinerja Karyawan, Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada PT. Bni Lifeinsurance. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 5(1), 73–89. <https://doi.org/10.21009/jpeb.005.1.6>
- Kerja, K., Dinas, P., Modal, P., Pelayanan, D. A. N., Satu, T., Utara, P. S., & Rumokoy, F. S. (2017). 3 1,2,3. 5(3), 3220–3229.
- Kusuma, Y. W. (2016). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Insentif Terhadap Semangat. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2).
- Lusri, L., & Siagian, H. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan PT. Borwita Citra Prima Surabaya. *Agora*, 5(1), 2–8.
- Manihuruk, C. P., & Tirtayasa, S. (2020). *Pengaruh Stres Kerja , Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Pegawai*. 3(September), 296–307.
- Miranda, O. S., Evawani, P., Lubis, E., & Si, M. (2017). JOM FISIP Vol. 4 No.1 – Februari 2017 Page 1. Pengaruh *Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau Oleh*, 4(1), 1–15.
- Nadzifah, L. (2020). *Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja, Dan Budaya Organisasi Pada Semangat Kerja Karyawan PT. Industri Jamu Borobudur Semarang*.
- Pt, K., Seminyak, D., Kasus, S., Nomor, P., & Pn, P. S. (2016). *Industrial Dalam Perkara Demosi Karyawan*. 1–17.
- Rialmi, Z., & Morsen, M. (2020). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Utama Metal Abadi. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 3(2), 221. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v3i2.3940>
- Sembiring, M. (2017). Pengaruh Komunikasi Yang Efektif Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Karo. *Jurnal Agribisnis Sumatera Utara*, ISSN : 2541-593X, 10(1), 86–94.
- Setioningtyas, W. P. &, & Dyatmika, S. W. (2020). Pengaruh Mutasi, Lingkungan Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Pada PT. Cipta Aneka Selera Indonesia. *Majalah Ekonomi*, 25(1), 19–28. http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/view/2447
- Sugara, F., Adj, S., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Komunikasi, Motivasi, Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Semangat Kerja Karyawan Ud. Sukri Dana Abadi Ponorogo. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 47. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.414>
- Wijaya, A. (2015). Pengaruh Komunikasi Terhadap Semangat Kerja Dan Kinerja (Studi Pada Karyawan PT. Sumber Cipta Multiniaga Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 18(1), 85257.

PENGARUH PENGALAMAN KERJA, KOMUNIKASI DAN DISIPLIN TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PEGAWAI DINAS PEKERJAAN UMUM BINA MARGA JAWA TIMUR

Gordiana Rihit¹, Subakir², Fauziyah³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Email: gordianarhit1998@gmail.com¹, basta.fauziyah@unipasby.ac.id³

Koresponden: subakir@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

The Public Works Office of Bina Marga, East Java, is an organization that focuses on the development of the East Java region, especially the road and bridge infrastructure section. The objectives of this study are (1) To be able to find out whether Work Experience affects the Work Productivity of Public Works Office of Bina Marga, East Java (2) To know whether communication affects the Work Productivity of Public Works Office of Bina Marga, East Java (3) To find out whether Discipline has an effect Against Employee Productivity of the Public Works Office of Bina Marga, East Java (4) In order to find out whether Work Experience, Communication and Discipline have a simultaneous effect on Employee Work Productivity at the Public Works Office of Bina Marga, East Java. The population is 100 and the sample is 60 respondents. Using purposive sampling technique. The results of the test individually, work experience and communication have no effect on employee work productivity and discipline shows that the results have an effect on the work productivity of the employees of the Public Works Office of Bina Marga, East Java. From the joint testing, work experience, communication and discipline have shown an effect on the work productivity of employees at the Public Works Office of Bina Marga, East Java.

Keywords: *Work Experience, Communication, Discipline, Work Productivity*

ABSTRAK

Dinas PU Bina Marga Jawa Timur merupakan suatu organisasi yang fokus pada pembangunan di wilayah Jawa Timur terutama bagian infrastruktur jalan dan jembatan. Tujuan penelitian ini adalah (1) Agar dapat mengetahui apakah Pengalaman Kerja berpengaruh Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dinas PU Bina Marga Jawa Timur (2) Dapat mengetahui apakah Komunikasi berpengaruh Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dinas PU Bina Marga Jawa Timur (3) Untuk mengetahui apakah Disiplin berpengaruh Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dinas PU Bina Marga Jawa Timur (4) Supaya mengetahui apakah Pengalaman Kerja, Komunikasi dan Disiplin berpengaruh secara Simultan Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai pada Dinas PU Bina Marga Jawa Timur. Populasi berjumlah 100 dan sampel yaitu 60 responden. Menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil pengujian secara sendiri – sendiri pengalaman kerja dan komunikasi tidak berpengaruh terhadap produktivitas kerja pegawai dan Disiplin menunjukkan hasil berpengaruh terhadap produktivitas kerja pegawai Dinas PU Bina Marga Jawa Timur. Dari pengujian secara bersama-sama pengalaman kerja, komunikasi dan disiplin menunjukkan berpengaruh terhadap produktivitas kerja pegawai di Dinas PU Bina Marga Jawa Timur.

Kata Kunci : *Pengalaman Kerja, Komunikasi, Disiplin, Produktivitas Kerja*

PENDAHULUAN

Suatu organisasi sangat membutuhkan SDM untuk menjalankan roda organisasi mencapai tujuannya. Agar produktivitas kerja pegawai berjalan baik, maka suatu organisasi harus memiliki pegawai yang sudah mempunyai pengalaman kerja, komunikasi yang baik antar sesama pegawai dan menjunjung tinggi kedisiplinan dalam bekerja. Dinas PU Bina Marga Jawa Timur merupakan suatu organisasi yang fokus pada pembangunan yaitu bergerak dalam infrastruktur jalan dan jembatan. Untuk mencapai visi dan misi organisasi maka membutuhkan tingkat produktivitas kerja pegawai yang tinggi dalam menunjang pembangunan di Jawa Timur.

Dalam penelitian yaitu: (1) Fat Sarifah (2019), Komunikasi berpengaruh terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt Woneel Midas Leathers Di Tangerang". (2) Natalia M. Nangoy, dkk (2020)

Pengalaman Kerja berpengaruh Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Manado".(3) Endah Ratna Sari & Jerry M Logahan (2020) Disiplin Kerja berpengaruh Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt. Garuda Zebe" (4) Mochammad Chusnul Ulum (2020) Pengalaman dan Disiplin berpengaruh Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan".(5) Sabekti Jati Utomo (2016) Disiplin Kerja berpengaruh Terhadap Produktivitas Karyawan".

Pendapat yang dikemukakan oleh (Marwansyah, 2015) pengalaman kerja ialah suatu keahlian dan pengetahuan yang dimiliki pegawai dari pekerjaan sebelumnya. Dari pengalaman kerja tersebut pekerja akan mengalami manfaatnya pada saat diberikan tanggung jawab pekerjaan baru.semakin banyak keahlian yang dimiliki maka pegawai tersebut akan mampu berkomunikasi dengan baik.

Menurut (Wibowo, 2017:166) komunikasi merupakan suatu proses menyampaikan pesan baik antara individu, kelompok dan organisasi dan memberikan peluang respon balik dari lawan bicara.

Pendapat yang diberikan oleh (Hasibuan, 2017:193) menjelaskan bahwa Disiplin adalah suatu sikap patuh seorang individu dalam menjunjung tinggi norma dan peraturan dalam organisasi.

(Helmiatin, 2015:52) menyatakan bahwa Produktivitas kerja merupakan hasil kerja yang dicapai Oleh seorang karyawan dalam mengemban tanggung jawab yang diberikan.

Hipotesis

- H1. Pengalaman kerja berpengaruh terhadap produktivitas kerja pegawai Dinas PU Bina Marga Jawa Timur
- H2. Komunikasi berpengaruh terhadap produktivitas kerja pegawai pada Dinas PU Bina Marga Jawa Timur
- H3. Disiplin berpengaruh terhadap produktivitas kerja pegawai Dinas PU Bina Marga Jawa Timur
- H4. Pengalaman Kerja, Komunikasi Dan Disiplin Secara Simultan berpengaruh Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dinas PU Bina Marga Jawa Timur

METODE

Metode kuantitatif juga pendekatan kausal yang digunakan pada penelitian ini.

Populasi

Semua pegawai di Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Jawa Timur yang berjumlah 100 pegawai.

Sampel

Pada penelitian ini yang digunakan yaitu 60 responden.

Teknik Pengambilan sampel

Penentuan menggunakan *purposive sampling*. Peneliti menentukan kriteria sampel yaitu semua PNS akan tetapi responden yang bersedia mengisi kuesioner hanya berjumlah 60.

Sumber Data

Menggunakan primer (studi lapangan) dan juga sekunder (studi kepustakaan). Berikut ini adalah penjelasannya:

a. Primer

Yaitu secara tatap muka dan menyerahkan kuesioner untuk diisi oleh pegawai (sugiyono,2018). Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Jawa Timur sebagai responden.

b. Sekunder

Dapat diartikan sebagai sumber yang didapat pada perusahaan (Sigiyono, 2018) Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Jawa Timur sebagai pengumpulan informasi.

HASIL

Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan variabel Pengalaman Kerja diketahui r-hitung nilai tertinggiya yaitu ,781 dan terendahnya yaitu ,468. variabel Komunikasi diketahui r-hitung nilai tertinggiya yaitu ,653 dan nilai terendahnya yaitu ,346. Variabel Disiplin diketahui r-hitung nilai tertinggiya yaitu ,845 dan nilai terendahnya yaitu ,578. Variabel Produktivitas Kerja diketahui r-hitung tertinggiya yaitu ,913 dan terendahnya yaitu ,564 dengan nilai r-tabel sebesar ,2500.

Reliabilitas

Tabel 1. Reliabilitas

Variabel	Hasil	N. Kritis	Ket.
Pengalaman Kerja	,746		
Komunikasi	,682		
Disiplin	,936	,60	Reliabel
Produktivitas Kerja	,932		

Sumber : data diolah SPSS (2021)

Pada tabel 1 diatas, diperoleh nilai Pengalaman Kerja ,746, Komunikasi ,682 Disiplin ,936 dan Produktivitas Kerja ,932. Jadi instrumen atau kuesioner yang dipakai reliabel karena nilainya > ,60.

Asumsi Klasik

Tabel 2.

Variabel	Hasil	Kriteria	Ket.
Normalitas	.200 ^{c,d}	Sig>0.05	Normal
Multikolineritas			
Pengalaman kerja (X1)	2,232	VIF<10	
Komunikasi (X2)	2,536	VIF<10	Bebas Multikolineritas
Disiplin (X3)	1,312	VIF<10	
Heteroskedastisitas			
Pengalaman Kerja (X1)	,236	Sig > ,05	
Komunikasi (X2)	,532	Sig > ,05	Bebas Heteroskedastisitas
Disiplin (X3)	,406	Sig > ,05	
Autokorelasi	1,543	(1,4797 < 1,543 < 1,6889)	Tidak ada kesimpulan pasti

Sumber : data diolah SPSS (2021)

Dari tabel 2 diketahui :

Uji Normalitas

Dapat diketahui bahwa nilai signifikasinya adalah ,200 > ,05 maka pola distribusi residualnya normal.

Uji Multikolineritas

Menunjukkan bahwa I pengalaman kerja, VIF 2,232, Pada variabel Komunikasi, VIF 2,536, pada disiplin, VIF 1,312. Maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman kerja, komunikasi dan disiplin dinyatakan bebas dari multikolineritas karena nilai VIF < 10.

Uji Heteroskedastisitas

Menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari tabel pengalaman kerja ,236 Komunikasi ,532 serta Disiplin ,406. Maka dapat disimpulkan semua variabel bebas karena nilainya > ,05

Autokorelasi

Hasil analisis yang disajikan pada output model summary menunjukkan (DW) 1,543. Berada diantara dl dan du ($1,4797 < 1,543 < 1,6889$) dapat dinyatakan tidak ada kesimpulan pasti, Jadi, dalam mengatasi hal ini selanjutnya dilakukan pengujian Runs test. Hasil pengujian diketahui signifikan ,435 > ,05 maka dapat simpulkan bebas dari gejala autokorelasi.

Regresi Linear Berganda

Tabel 3.

Variabel	B
(Constant)	,791
Pengalaman Kerja (X1)	-,035
Komunikasi (X2)	,019
Disiplin (X3)	-,005

Sumber : data diolah SPSS (2021)

tabel 3 didapat hasil regresi linier yaitu :

$$Y = ,791 - ,035X_1 + ,019X_2 - ,005X_3$$

1. ,791 adalah nilai konstanta (a)

Menunjukkan nilai koefisien regresi pada konstanta adalah sebesar ,791.pengalaman kerja, komunikasi dan disiplin bernilai nol,produktivitasnya adalah ,791

2. -,035 adalah nilai koefisien variabel pengalaman kerja (X1)

Menunjukkan peningkatan produktivitas kerja adalah -,035. Setiap peningkatan atau penambahan suatu pengalaman kerja.

3. ,019 adalah nilai koefisien Komunikasi (X2)

Menunjukkan peningkatan produktivitas kerja adalah ,019. Kenaikan satu satuan komunikasi

4. Nilai koefisien variabel Disiplin (X3) adalah -,005.

Menunjukkan peningkatan produktivitas kerja adalah -,005.artinya penambahan satu satuan Disiplin.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.989 ^a	.979	.977	.96185

Sumber : olah data SPSS (2021)

Diketahui Adjusted R Square sebesar ,977 atau 97,7%. Jadi 97,7% pengalaman kerja, komunikasi ,disiplin mempengaruhi produktivitas kerja pegawai, sisanya 2,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Hipotesis

Secara Parsial

Tabel 5. Uji t parsial

	t	Nilai Sig.	Ket.
(Constant)	,513	,610	
Pengalaman Kerja (X ₁)	- ,283	,778	Tidak berpengaruh
Komunikasi (X ₂)	-1,134	,262	Tidak berpengaruh
Disiplin (X ₃)	44,956	,000	Berpengaruh

Sumber : data diolah SPSS (2021)

Tabel 5 diatas menyatakan bahwa:

1. Pada variabel Pengalaman kerja (X₁), nilai signifikan ,778 > ,05. Sehingga dikatakan secara parsial, (X₁) Tidak berpengaruh terhadap produktivitas kerja pegawai (Y) di Dinas Perkerjaan Umum Bina Marga Jawa Timur.
2. Komunikasi (X₂), nilai signifikan ,262 > ,05. Dapat diketahui secara sendiri-sendiri Komunikasi (X₂) tidak berpengaruh terhadap produktivitas kerja pegawai (Y) di Dinas Perkerjaan Umum Bina Marga Jawa Timur.
3. Disiplin (X₃), signifikan ,000 < ,05. Maka secara tersendiri disiplin (X₃) Berpengaruh terhadap produktivitas kerja Pegawai (Y) pada Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Jawa Timur.

Secara Simultan (F)

Tabel 6. Uji F

	F	Sig
Regresion	850,013	.000 ^b

Sumber : SPSS (2021)

Dilihat pada tabel 6 yang menyatakan hasil signifikan ,000 < ,05. Jadi ketiga variabel secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja pegawai.

IMPLIKASI

1. Untuk meningkatkan produktivitas kerja pegawai, instansi hendaknya memperhatikan pegawai yang memiliki pengalaman kerja dengan cara memberikan kompensasi sehingga semangat dan produktivitas kerja pegawai akan meningkat. selain itu komunikasi, hendaknya instansi memperhatikan komunikasi dilingkungan kerja. Adanya komunikasi yang baik terjalin dilingkungan kerja dapat menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, serta berpengaruh pada semangat kerja pegawainya dan meningkatnya produktivitas. sehingga akan berdampak pada keberhasilan suatu instansi.

2. Hendaknya instansi lebih meningkatkan disiplin karena kedisiplinan yang diterapkan di instansi membawa dampak yang baik kepada pegawai serta lingkungan .

KETERBATASAN PENELITIAN

Adanya responden yang tidak bersedia mengisi kuesioner yang telah dibagikan sehingga berpengaruh juga pada jawaban responden dengan pernyataan yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Endah Ratna Sari dan Jerry M Logahan. (2020). Pengaruh Semangat Kerja Dan Disiplin Kerja the Influence of Work Morale and Work Discipline on Employee Productivity At Pt . Garuda Zebec. 06(02), 1–7.
- Hasibuan, Malayu S.P.. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Helmiatin, H. (2015). Optimalisasi Peran Intellectual Capital Terhadap Kinerja Karyawan.
- Ghozali, Imam.(2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Marwansyah.(2015) Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Alfabeta Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia.
- Nangoy, N. M., Lengkong, V. P. K., Uhing, Y., Kerja, P. M., Kerja, P., & Stres, D. A. N. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja, Pengalaman Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 282–291. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27531>
- Nursiah, S. (2019). Pengaruh Beban Kerja Dan Komunikasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt Woneel Midas Leathers Di Tangerang. *Dynamic Management Journal*, 3(1). <https://doi.org/10.31000/dmj.v3i1.1708>
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Ulum, M. C. (2020). Pengaruh Pengalaman, Kerjasama, Disiplin Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. Prosiding Seminar Nasional Fakultas Teknik Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo, 1, 19–23.
- Utomo, S. J. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pada PT. Kusuma Mulia Plasindo Infiteks Klaten. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/46013>
- Wibowo. (2017). Manajemen Kinerja. Edisi Kelima. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.

PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN MOTIVASI KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN TERHADAP PT WINSTAR PARTICAL PRODUCT

Risnawati¹, Sugijianto²

Universitas PGRI Adibuana Surabaya^{1,2}

Email: risnawati0906@gmail.com¹

Koresponden: sugijianto@unipa.sby.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to understand the influence of Leadership Style, Work Motivation and Work Environment on Employee Performance at PT Winstar Partical Product Gresik. The sample used is all employees totaling 93 people. The variables observed in this research are composed of Leadership Style (X1), Work Motivation (X2), Work Environment (X3) and Employee Performance (Y). The sampling method used is non probability sampling or saturated sampling. This research data is tested by testing classical assumptions. Data analysis used in this research used descriptive and quantitative methods with multiple linear regression methods. Hypothesis testing uses the coefficient of determination (R^2), simultaneous test (F test) and partial test (t test). The results of the analysis carried out using the t test concluded that leadership style, work motivation and work environment partially and significantly influence employee performance. With the results of the leadership style variable t-count as much as 5.283 with a sig 0.000 level, work motivation t-count as much as 3.265 with a sig 0.002 level, work environment t-count as much as 3.301 with a sig 0.001 level. On the other hand, the simultaneous F test resulted in 41.895 results along with a level of 0.000.

Keywords: Leadership Style, Work Motivation, Work Environment, Employee Performance

ABSTRAK

Riset ini bertujuan guna memahami pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Winstar Partical Product Gresik. Sampel yang digunakan merupakan semua karyawan sejumlah 93 orang. Variabel yang diobservasi pada riset ini tersusun atas Gaya Kepemimpinan (X1), Motivasi Kerja (X2), Lingkungan Kerja (X3) dan Kinerja Karyawan (Y). non probability sampling ataupun sampling jenuh dipakai sebagai metode dalam menghimpun serta memperoleh sampel. Data riset ini di uji dengan pengujian asumsi klasik. Analisis data yang digunakan pada riset ini memakai metode deskriptif serta kuantitatif dengan metode regresi linier berganda. Pengujian hipotesis memakai koefisien detreminasi (R^2), uji simultan (Uji F) dan Uji Parsial (uji t). Hasil analisa yang dilakukan memakai uji t disimpulkan kalau gaya kepemimpinan, motivasi kerja serta lingkungan kerja pengaruhi secara parsial serta signifikan pada kinerja karyawan. Dengan hasil variabel gaya kepemimpinan t_{hitung} sebanyak 5,283 dengan taraf sig 0.000, motivasi kerja t_{hitung} sebanyak 3,265 dengan taraf sig 0.002, lingkungan kerja t_{hitung} sebanyak 3,301 dengan taraf sig 0.001. Sebaliknya uji F simultan diperoleh hasil 41,895 berserta taraf 0.000.

Kata Kunci : Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Kinerja Karyawan

PENDAHULUAN

Tercapainya kemajuan sebuah industri perusahaan sangat membutuhkan peranan nyata dari adanya sumber daya manusia. Pada masa globalisasi ini manusia dituntut untuk terus tumbuh menjajaki pergantian teknologi informasi serta kemajuan persaingan yang ada. Sumber daya manusia yang bermutu nantinya hendak berakibat pada kinerja karyawan, kinerja karyawan tersebut nantinya hendak menolong suatu perusahaan meningkatkan manajemen yang baik supaya bisa menggapai suatu tujuan perusahaan. Dalam suatu industri pula didukung oleh para karyawan yang memiliki kinerja yang kompeten sehingga tujuan tersebut dapat terlaksana dengan baik. Banyak sebuah perusahaan yang bisa menaikkan kinerja karyawan lewat usaha menciptakan kesenangan kerja lewat gaya kepemimpinan, motivasi serta lingkungan kerja karyawan yang cocok dengan keinginan karyawan. Proses aktivitas suatu perusahaan tentu hendak menghadapi suatu kemunduran, hambatan serta

rintangan dalam menacapai sebuah tujuannya. Salah satu penyebabnya ialah upaya dalam kenaikan sumber daya manusia dalam suatu perusahaan ataupun organisasi. Umumnya menghadapi kemerosotan apalagi kekalahan saat menggapai tujuannya sebab permasalahan peningkatan sumber daya manusia.

Gaya kepemimpinan merupakan kepemimpinan merupakan sesuatu metode yang dilakukan oleh seorang dalam mengendalikan anggota kelompoknya untuk menggapai sasaran organisasi. Gaya kepemimpinan menggambarkan campuran yang konsisten dari falsafah, keahlian, watak serta perilaku yang mendasari sikap seseorang. Terdapat karyawan yang memandang, mengamati serta meniru sikap seseorang pemimpin yang dicontohkan sehingga hendak berakibat lebih baik pada kinerja karyawan. Kebalikannya bila sikap yang ditampilkan kurang baik ataupun tidak cocok maka akan berpengaruh tidak baik kepada kinerja karyawannya.

Motivasi ialah perihal yang menimbulkan, menyalurkan serta menunjang sikap seseorang untuk memiliki keinginan dan kesanggupan selama bekerja. Terdapat motivasi kerja yang bagus mempengaruhi kualitas kinerja karyawan dalam satu perusahaan. Keahlian seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya tidak terlepas dari motivasi dari pegawai tersebut, motivasi tersebut bisa dilihat dari kegiatan-kegiatan yang dikerjakannya dalam melaksanakan serta melakukan tugas di dalam suatu organisasi, sebab motivasi inilah yang memastikan sikap seorang untuk bekerja ataupun dengan kata lain motivasi adalah gambaran dari sikap kita.

Lingkungan kerja ialah keseluruhan fasilitas serta infrastruktur pekerjaan yang ada disekitar karyawan yang masih menjalankan aktivitas yang mampu berdampak pada konsekuensi aktivitas pekerjaan. Kenyamanan ditempat bekerja sangat penting untuk dimiliki, terdapatnya batas dari supervisor pula dapat mempengaruhi tingkat kenyamanan karyawan. Karyawan akan memberikan sebuah kontribusi kepada perusahaan untuk mendapatkan kinerja dan mampu berkompetisi. Hasil dari suatu kinerja karyawan dapat diamati dari bermacam sudut seperti karakteristik, kapasitas, masa kegiatan dan kerjasama demi menggapai sebuah sasaran yang telah diresmikan perusahaan.

Rumusan Masalah

Kemunculan sejumlah persoalan berdasarkan latar belakang tersebut dalam riset ini terdiri atas :

1. Apakah gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. Winstar Partical Product Gresik?
2. Apakah motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. Winstar Partical Product Gresik?
3. Apakah lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. Winstar Partical Product Gresik?
4. Apakah gaya kepemimpinan, motivasi kerja dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. Winstar Partical Product Gresik?

TINJAUAN PUSTAKA

Seseorang pemimpin butuh mencermati gaya kepemimpinan dalam metode mengarahkan, mempengaruhi dan mengkoordinasikan tujuan agar dapat tercapai. Pasalog (2010:37) mengemukakan gaya kepemimpinan ialah pemanfaatan aturan sikap oleh seorang ketika orang tersebut berupaya pengaruh sikap pihak lain. M.Zahari, Fakhrol Rozi, A. Irfan (2020) indikator-indikator yang mempengaruhi gaya kepemimpinan ialah (1) Kepemimpinan secara suportif, (2) Kepemimpinan yang direktif, (3) Kepemimpinan partisipatif, (4) Kepemimpinan berorientasi prestasi.

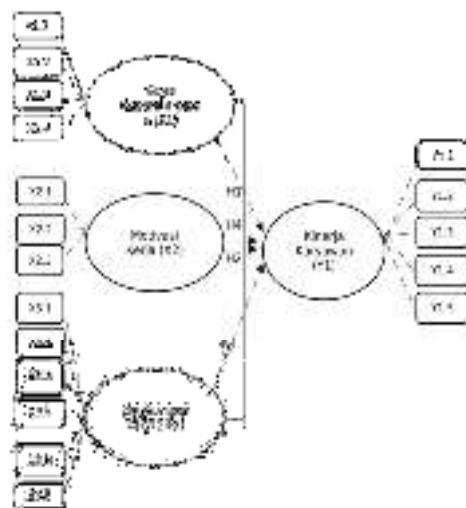
Motivasi kerja akan mendorong pegawai untuk bekerja keras untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Keadaan semacam itu akan meningkatkan produktivitas kerja pegawai sehingga mempengaruhi pencapaian sasaran organisasi. Sutrisno (2016), mendefinisikan motivasi kerja

merupakan satu aspek yang mendesak seorang melaksanakan seluruh kegiatan tertentu, sebab itu motivasi kerap kali didefinisikan seperti aspek penggerak sikap seseorang. Menurut Mangkunegara (2009) ada 3 pola indikator yang menonjol ialah (1) Kebutuhan akan berprestasi, (2) Kebutuhan berafuliasi, (3) Kebutuhan kekuatn.

Lingkungan kerja merupakan total fasilitas serta infrastruktur kerja yang terdapat disekeliling seseorang yang sedang melaksanakan pekerjaan yang bisa pengaruhi penerapan pekerjaan (Sutrisno:2013). Menurut Sudarmayanti (2004) terdapat beberapa indikator yaitu (1) Penwrangan, (2) Suhu udara, (3) Susra bising, (4) Ruaang grak yang diperlukan (5) Keamanan, (6) Hubugnan karyawsn.

Kinerja diartikan usaha dan etos kerja Dalam masa tertentu, ketika seseorang menuntaskan tugasnya dan tanggung jawab yang telah dilimpahkan Kasmir (2016:182). Indikator-indikator kinerja karyawan menurut Bernadin & Rusel (2010) terdapat beberapa indikator ialah (1) Kualitas, (2) Kunatitas, (3) Ketetapan wktu, (4) Efktivitas, (5) Komitmen Orgnisasi.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Studi dilaksanakan pada PT Winstar Partical Product Gresik. Variabel yang digunakan pada studi ini tersusun atas Gaya Kepemimpinan (X1), Motivasi Kerja (X2), Lingkungan Kerja (X3) dan Kinerja Karyawan (Y). Sejumlah 93 orang menjadi sampel dalam studi. Metode pengambilan sampel memakai metode Non Probability Sampling ataupun sampling jenuh.

Data yang dikumpulkan memakai teknik studi dokumentasi dan kuisisioner. Observasi sejumlah variabel yang diteliti memakai skala Likert. Pengujian validitas serta reliabilitas dilaksanakan guna menguji sejumlah pertanyaan yang telah disusun. Pengujian asumsi klasik dilaksanakan guna melakukan pengujian terhadap data penelitian, dimana pengujian ialah (1) Uji Normalitas, (2) Uji Multikolinearitas, (3) Uji Heterokedastisitas, serta (4) Uji autokorelasi. Pengujian analisis data memakai analisis dskriptif kuantittatif melalui regresi linier berganda. Adapun uji koefisein determnasi (R²), Uji simultan (uji F) serta Uji Parsial (uji t) dilaksanakan guna melakukan pengujian terhadap hipotesis.

HASIL PENELITIAN

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

1. Gaya Kepemimpinan (X_1)
Uji validitas gaya kepemimpinan dari Corrected Item Total Correlation terbukti valid karena melebihi 0,3.
2. Motivasi Kerja (X_2)
Uji validitas motivasi kerja dari Corrected Item Total Correlation terbukti valid karena melebihi 0,3.
3. Lingkungan Kerja (X_3)
Uji validitas lingkungan kerja dari Corrected Item Total Correlation terbukti valid karena melebihi 0,3.
4. Kinerja Karyawan (Y)
Uji validitas kinerja karyawan dari Corrected Item Total Correlation terbukti valid karena melebihi 0,3.

Uji Reliabilitas

1. Gaya Kepemimpinan (X_1)
Uji Reliabilitas gaya kepemimpinan dari Cronbach's Alpha dinyatakan Reliabel sebab lebih dari 0,6.
2. Motivasi Kerja (X_2)
Uji Reliabilitas motivasi kerja dari Cronbach's Alpha dinyatakan Reliabel sebab lebih dari 0,6.
3. Lingkungan Kerja (X_3)
Uji Reliabilitas lingkungan kerja dari Cronbach's Alpha dinyatakan Reliabel sebab lebih dari 0,6.

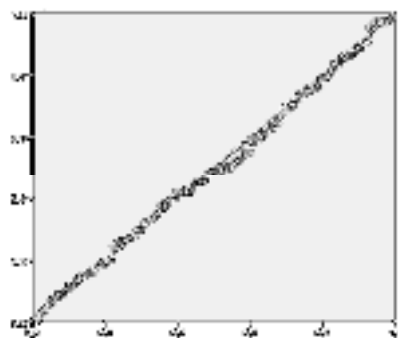
Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil	Kepemimpinan
Uji Normalitas	Asymp. Sig. (2-tailed)	Uji Normal
Uji Multikolinearitas (Gujarati)	Asymp. Sig. = 0,98 ^{c,d}	Nilai Multikolinearitas Batas
Uji Heteroskedastisitas	Asymp. Sig. = 0,98 ^{c,d}	Nilai Heteroskedastisitas Batas
Uji Autokorelasi	Asymp. Sig. = 0,98 ^{c,d}	Nilai Autokorelasi Batas
Uji Heteroskedastisitas	Asymp. Sig. = 0,98 ^{c,d}	Nilai Heteroskedastisitas Batas

Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai guna melihat adanya kepemilikan distribusi normal dalam variabel independen, variabel dependen ataupun keduanya pada model regresi. Dari tabel 1 diatas, dipahami bahwasanya nilai signifikan pada *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,98^{c,d} > 0,05. Bisa disimpulkan seluruh data berdistribusi normal.



Gambar 2. Uji Normalitas

Gambar 2 memperlihatkan bahwasanya pada titik-titik P-Plots yang mengikuti garis diagonal serta titik – titik tersebut mendekati pada garis diagonalnya. Sehingga kesimpulannya model regresi tersebut telah terpenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolerasi

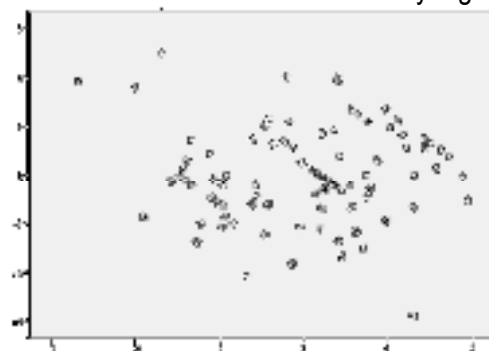
Uji Multikolinieritas digunakan guna melakukan pengukuran perihal terkandungnya korelasi diantara variabel bebas (independem), dimana model regresi yang bagus tidak terbentuk ortogonal. Pada model regresi. Pada tabel 1, diperoleh nilai VIF dari Gaya Kepemimpinan (X_1), Motivasi Kerja (X_2) dan Lingkungan Kerja (X_3) lebih kecil dari 10. Konklusinya, multikolinieritas tidak terjadi.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilaksanakan guna melakukan pengujian perihal adanya korelasi pada kesalahan pengganggu di periode t pada kesalahan pengganggu di periode $t-1$ (sebelumnya) dalam regresi linier. Berdasarkan tabel 1, diperoleh nilai DW senilai 1,442. Maka diperoleh dasar pengambilan keputusan apabila nilai DW diantara nilai DU ($1,7295$) – $4-(DU)$ bebas autokorelasi.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna melakukan pengujian perihal terbentuknya ketidakserupaan variasi dari residual satu observasi ke observasi yang lain pada model regresi.



Gambar 3, Uji Heterokedastisitas

Pada gambar 3 di atas, terlihat dan mampu untuk melakukan penarikan konklusi bahwasanya tidak adanya pola tertentu dikarenakan titik menyebar tidak teratur di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Oleh karenanya, konklusi yang dapat diketahui ialah tidak terjadinya gejala heteroskedstisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Pelaksanaan analisis berguna perihal melihat banyaknya pengaruh variabel bebas yakni: Gaya Kepemimpinan (X_1), Motivaasi Kerja (X_2) dan Lingkungan Kerja (X_3) terhadap Kinerja Karyawan (Y).

Tabel 2 Uji regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	t tabel	Sig
Gaya Kepemimpinan			
(X_1)	0,689	5,283	0,00
Motivasi Kerja (X_2)			
	0,523	3,255	0,02
Lingkungan Kerja (X_3)			
	0,337	3,364	0,01
Keterangan :			
Konstanta	= -11,241		
R Square	= 0,585		
R	= 57		
R ²	= 0,05 (5%)		
Dependen variabel	= Kinerja Karyawan		

Didapatkan persamaan regresi yakni:

$$Y = -11,241 + 0,689 X_1 + 0,523 X_2 + 0,337 X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas mampu untuk disimpulkan :

- Angka konstanta (a) sejumlah -11,241
Bermakna bahwa variabel gaya kepemimpinan, motivasi kerja serta lingkungan kerja diartikan konstan.
- Koefisien regresi Gaya Kepemimpinan (X_1) sejumlah 0,689
Bila mengalami peningkatan gaya kepemimpinan (X_1) senilai 0,689, maka akan meningkat juga variabel dependen tapi variabel dependen konstan.
- Koefisien regresi Motivasi Kerja (X_2) senilai 0,523
Bila mengalami peningkatan Motivasi Kerja (X_2) senilai 0,523, maka akan meningkat juga variabel dependen tapi variabel dependen konstan.
- Koefisien regresi Lingkungan Kerja (X_3) senilai 0,337
Bila mengalami peningkatan lingkungan kerja (X_3) senilai 0,337 maka akan meningkat juga variabel dependen tapi variabel dependen konstan.

Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi (R^2) dapat menghitung banyaknya pengaruh variabel bebas gaaya kepemimpinan (X_1), motivasi krja (X_2) dan lingkungan kerja pada kinerja kayrawan (Y).

Berlandaskan tabel 2, didapatkan nilai R Square senilai 0,585. Berdasarkan gaya kepemmpinan (X_1), motibasi kerja (X_2) dan lingkungan kerja (X_3) menjelaskan pengaruhnya pada variabel kinerja karawan (Y) sejumlah 58,5%. Sementara selisihnya sebanyak 41,2% adalah pengaruh variabel lain yang tidak diteliti.

Pengujian Hipotesis

Uji t Parsial

Pelaksanaan pengujian hipotesis ialah untuk menguji terdapat ataupun tidaknya keterkaitan yang signifikan diantara variabel indpenden pada variabel dependen dengan penghitungan nilai memakai teknik statistik.

Tabel 3, Uji t Parsial

Variable	t Hitung	t Tabel	Hasil
Gaya Kepemimpinan (X ₁)	5,202	1,986	Signifikan
Motivasi Kerja (X ₂)	5,202	1,986	Signifikan
Lingkungan Kerja (X ₃)	5,202	1,986	Signifikan

Pada gambar 4, didapatkan nilai t hitung pada variabel Gaya Kepemimpinan (X₁), Motivasi Kerja (X₂) serta Lingkungan Kerja (X₃) lebih banyak dari nilai t tabel yakni 1,986 serta nilai signifikan ketiga variabel tersebut lebih sedikit dari < 0,05 sehingga didapatkan tolak H₀, mengindikasikan bahwasanya:

- Terdapat keterkaitan yang signifikan serta positif antara variabel Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan.
- Terdapat keterkaitan yang signifikan serta positif antara variabel Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan.
- Terdapat keterkaitan yang signifikan dan positif antara variabel Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan.

Uji F Simultan

Uji F simultan dipakai guna memperlihatkan bahwasanya keseluruhan variabel independen secara serentak memiliki pengaruh yang bermakna pada variabel dependen.

Tabel 4, Uji F Simultan

Variable	F Hitung	Sig
Gaya Kepemimpinan (X ₁), Motivasi Kerja (X ₂), Lingkungan Kerja (X ₃)	41,895	0,000

Tabel 4. Menunjukkan nilai F hitung senilai 41,895 > F tabel (2,70) diamati dari nilai signifikan senilai 0,000 < 0,05 sehingga didapatkan keputusan H₀ ditolak bermakna adanya pengaruh yang signifikan dan simultan antara variabel Gaya Kepemimpinan (X₁), Motivasi Kerja (X₂) dan Lingkungan Kerja (X₃) pada Kinerja Karyawan.

Pembahasan Penelitian

- Hipotesis 1**
Hasil analisa gaya kepemimpinan memiliki dampak positif serta signifikan pada kinerja karyawan. Hasil analisa ini sejalan dengan Riyanto Efendi (2017), bahwasanya gaya kepemimpinan memperoleh pengaruh positif serta signifikan pada kinerja karyawan.
- Hipotesis 2**
Hasil analisa motivasi kerja memiliki pengaruh positif serta signifikan pada kinerja karyawan. Hasil analisa sejalan terhadap Hendri Sembiring (2020), bahwasanya motivasi kerja mendapat pengaruh positif serta signifikan pada kinerja karyawan.
- Hipotesis 3**
Hasil analisa lingkungan kerja mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada kinerja karyawan. Hasil analisa sejalan dengan Moh. Amir Fiqi (2018), bahwasanya lingkungan kerja mendapat pengaruh positif serta signifikan pada kinerja karyawan.
- Hipotesis 4**
Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja serta Lingkungan Kerja mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif pada Kinerja Karyawan.

SIMPULAN

Hipotesis dalam riset Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja dan Lingkungan kerja membenarkan bahwasanya terpengaruh positif dan signifikan pada Kinerja Karyawan. Bagusnya kinerja Karyawan, serta adanya sikap kompeten, ulet dan rajin akan berdampak positif bagi perusahaan dan membuat sebuah perusahaan akan semakin berkembang dan meningkat sangat pesat.

IMPLIKASI

Dengan adanya riset akan memberikan keuntungan kepada perusahaan untuk mengetahui aspek apapun saja yang bisa mempengaruhi kinerja karyawan pada perusahaan tersebut. Karena dengan adanya kinerja yang baik maka akan berdampak positif atau menguntungkan bagi perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan pada penelitian yang dilakukan saat ini pada PT Winstar Partical Product Gresik di Jl. Raya Pelem Watu No.17A Kec. Menganti Kabupaten Gresik. Peneliti mempergunakan 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat dimana peneliti menggunakan 93 responden sebagai sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bernadin, H., & Russel, J. (2010). *Human Resource Management*. New York: McGraw-Hill
- Mangkunegara, A. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik) Cetakan 2 (Edisi I)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pasalog, H. (2010). *Pemimpin Birokrasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sedarmayanti. (2004). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Manjar Maju.
- Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Zahri, M., Fakhrol Rozi Yamali, & A. Irfan . (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Penempatan Pegawai Terhadap Motivasi Kerja Serta Dampaknya Pada Kinerja Pegawai di Biro Umum Setda Provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 276-284.

Pengaruh *Word Of Mouth* (WOM), Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian *Handphone* di Toko KSC Cellular Mojokerto

Nindya Listya Dewi¹, Ferry Hariawan²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
Email: nindyalistyad@gmail.com¹
Koresponden: ferry@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

KSC Cellular Store Mojokerto is a company engaged in the sale of cellphones, cellphone accessories and cellphone services. The location of this outlet which operates in 4 areas. One of them is in the area of Jalan Teratai No. 1 Mangelo Sooko, Mojokerto City. This mobile shop carries out a marketing strategy through promotional programs to introduce the advantages of each product sold and is always crowded with visitors because the products sold are more complete than other stores. The purpose of the research is (1) To find out whether word of mouth has an effect on consumer satisfaction. (2) In order to know whether product quality has an effect on consumer satisfaction. (3) Knowing whether service quality has an effect on customer satisfaction. (4) Knowing whether word of mouth, product quality and service quality simultaneously affect consumer satisfaction. The research population is consumers who buy cellphones at the KSC Cellular Mojokerto store. The sample used is 100 respondents. The results of this study are: Word Of Mouth (WOM) (X1) has a significant effect on consumer satisfaction, Product Quality (X2) has a significant effect on customer satisfaction, Service Quality (X3) has a significant effect on customer satisfaction and the three variables simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. consumer.

Keywords : Word Of Mouth, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Toko KSC Cellular Mojokerto merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan *Handphone*, aksesoris *handphone* dan *service handphone*. Lokasi outlet ini yang beroperasi di 4 daerah. Salah satunya ada dikawasan jalan Teratai No. 1 Mangelo Sooko, Kota Mojokerto. Toko seluler ini melakukan strategi pemasaran melalui program promosi untuk memperkenalkan keunggulan dari setiap produk yang dijual dan selalu ramai pengunjung dikarenakan produk yang dijual lebih lengkap dibandingkan toko lain. Tujuan diadakan penelitian (1) Untuk ketahui apakah word of mouth berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (2) Agar diketahui adakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (3) Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (4) Mengetahui adakah word of mouth, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen. Populasi penelitian adalah konsumen yang membeli *handphone* di toko KSC Cellular Mojokerto. Sampel yang digunakan yaitu 100 responden. Hasil penelitian ini adalah: Word Of Mouth (WOM) (X₁) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Produk (X₂) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan (X₃) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan ketiga variabel secara bersamaan berpengaruh signifikan dengan kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Word Of Mouth, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini istilah teknologi sangat *familiar* setiap hari dan sangat dekat dengan kehidupan manusia, sehingga sangat penting bagi setiap masyarakat. Bisnis penjualan *smartphone* ialah salah satu bisnis yang sedang berkembang pesat. Permintaan ponsel pintar telah menjadi kebutuhan penting bagi banyak orang. Hal ini mendorong para pengguna *smartphone* membeli produk *smartphone* baru.

Toko KSC Cellular Mojokerto merupakan perusahaan yang berkecimpung di bidang penjualan *handphone*, aksesoris *handphone* dan *service handphone*. Tempat outletsaat ini beroperasi di 4 daerah,

salah satu toko pusat yakni dikawasan jalan Teratai No 1 Mangelo Sooko, Kota Mojokerto. Toko seluler ini menerapkan strategi pemasaran melalui program promosi untuk memperkenalkan keunggulan dari setiap produk yang dijual dan selalu ramai pengunjung dikarenakan produk yang dijual lebih lengkap dibandingkan toko lain.

Dalam penelitian yaitu : (1) Itasari, dkk. (2020), word of mouth berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di desa wisata Sidowayah Klaten. (2) Hardjono dan Ika Wahyuni (2020), kualitas produk berpengaruh pada kepuasan konsumen pengguna *handphone* Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. (3) Wijaya, Cynthia (2017), kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy.

Pendapat yang disampaikan mengenai *word of mouth* oleh Hasan (2010) ialah tindakan cara promosi pada aktivitas perdagangan yang menggunakan “orang keorang” yang senang agar menumbuhkan pengetahuan barang dan mendapatkan taraf perdagangan tertentu.

Menurut pendapat Prajati (2013) kualitas produk mengacu pada kondisi dimana suatu barang dinilai sesuai standard pengukuran yang telah ditentukan. Semakin banyak standard yang ditetapkan, semakin baik kualitas nilai barangnya.

Pendapat yang diberikan oleh Tjiptono (2012) yang menerangkan bahwa kualitas layanan yaitu tingkat keandalan yang diinginkan dan penanganan tingkat keunggulan tersebut adalah untuk melengkapi kebutuhan pelanggan. Memberikan layanan berkualitas tinggi di perusahaan akan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Pendapat yang disampaikan oleh Kotler (2012) yang menyampaikan bahwa kepuasan konsumen memiliki perasaan bangga atau kesal individu yang muncul akibat mengumpamakan hasil performa yang di apresiasi produk tentang harapan mereka.

METODE

Metode kuantitatif dengan *Causal Study*, yaitu studi yang menjelaskan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (Fadhli, M& Fachruddin, R., 2016).

Populasi

Konsumen yang membeli *handphone* di toko KSC Cellular Mojokerto. Untuk Analisis ini hanya sebagian populasi diambil, karena banyaknya pembeli dan tidak semua didapati secara pasti.

Sampel

Disebabkan populasinya tak terbatas perlu memastikan sampel untuk diteliti, maka digunakan rumus sampel *infinity*, agar tahu berapa sampel yang diambil (Sumarni, Murti dan Salamah, 2016).

$$n = \frac{(Z^2)}{4(Moe)^2}$$
$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$
$$n = 96,04$$

Berdasarkan taksiran diatas, dapat dibulatkan jumlah responden yang akan dijadikan sampel menjadi 100 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan menerapkan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Peneliti menentukan sampel dengan acak, tidak memandang strata pada populasi.

Sumber Data

a. Primer

ialah data kuisioner secara langsung diisi oleh pembeli dan yang pernah membeli *handphone* di toko KSC Cellular Mojokerto.

b. Sekunder

Didapatkan dengan menyatukan data dari buku referensi, jurnal, artikel maupun dokumen serta terhubung pada variabel yang diteliti.

HASIL

Analisis Data Penelitian

Instrumen Penelitian

Validitas

Suatu ukuran yang membuktikan kevalidan suatu instrumen, karena menunjukkan ketiga variabel pada nilai r-hitung setiap indikator > dari nilai 0,05 (r-tabel 0,1966).

Reliabilitas

Tabel 1. Reliabilitas

Variabel	Hasil	Nilai Kritis	Keterangan
Word Of Mouth (WOM) (X_1)	0,845	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0,850	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,855	0,60	Reliabel

Hasil pengujian di atas diperoleh bahwa uji reliabilitas selama penelitian ini menunjukkan bahwa setiap item (indikator) dari setiap variabel mengandung taraf cronbach alpha > 0,6. Sehingga setiap item dari analisis ini diduga reliabel.

Asumsi Klasik

Tabel 2. Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Normalitas	0,200 < α	Sig > 0,05	Normal
Multikolinearitas			
Word Of Mouth (WOM) (X_1)	1,656	VIF < 10	Bebas Multikolinearitas
Kualitas Produk (X_2)	2,573	VIF < 10	Bebas Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X_3)	2,316	VIF < 10	Bebas Multikolinearitas
Autokorelasi	2,026	1,7364 < 2,026 < 2,2636	Bebas Autokorelasi
Heteroskedastisitas			
Word Of Mouth (WOM) (X_1)	0,640	sig > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Produk (X_2)	0,828	sig > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,569	sig > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS ver. 23 (Data diolah)

Pada tabel 2 diatas bisa mengetahui bahwa :

a. Normalitas

Terlihat bahwa nilai signifikansinya sebesar (0,200). Dapat disimpulkan bahwa pola sebaran residual distribusi normal karena nilai signifikan > 0,05. Sehingga bebas dari normalitas.

- b. Multikolonieritas
Hasil pada variabel Word Of Mouth (WOM) VIF yaitu (1,656).Kualitas Produk VIF yaitu (2,573).Pada Kualitas Pelayanan VIF yaitu (2,316).Hasil menunjukkan kalau variabel *word of mouth*, kualitas produk dan kualitas pelayanan bebas dari multikolonieritas karena nilai VIF < 10.
- c. Autokorelasi
Menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 2,026.Jadi dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dari autokorelasi karena $du < d < 4 - du$.
- d. Heteroskedastisitas
Pada pengujian tabel diatas masing-masing variabel dari penelitian ini didapat nilai sig. > 0,05. Memastikan dalam penelitian ini tiada terdeteksi keadaan gejala heteroskedastisitas.

Analisis Menggunakan Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Regresi

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	8,830	4,943
Word Of Mouth	0,258	0,129
Kualitas Produk	0,236	0,118
Kualitas Pelayanan	0,266	0,115

Sumber : Output SPSS ver. 23 (Data diolah)

Tabel 3 didapat persamaan regresi yaitu :

$$Y = 8,830 + 0,258X_1 + 0,236X_2 + 0,266X_3$$

Hasil ini menunjukkan bahwa :

1. 8,830 adalah nilai konstanta (a)
Menunjukkan koefisien regresi pada konstanta adalah sebesar 8,830.*Word Of Mouth*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan bernilai 0, Kepuasan Konsumennya adalah 8,830.
2. 0,258 adalah nilai koefisien variabel *Word Of Mouth* (X_1)
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (0,258).Setiap peningkatan atau penambahan satu unit *Word Of Mouth*.
3. 0,236 adalah nilai koefisien variabel Kualitas Produk (X_2)
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (0,236).Kenaikan penambahan satu harga satuan.
4. Nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan (X_3) adalah (0,266).
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (0,266).Penambahan satu satuan kualitas pelayanan.

Hipotesis

Hipotesis Secara Parsial

Tabel 4. Uji t Parsial

Variabel	t	Nilai Sig.
(Constant)	1,787	0,077
Word Of Mouth	1,996	0,049
Kualitas Produk	2,007	0,048
Kualitas Pelayanan	2,308	0,023

Sumber : Output SPSS ver. 23 (Data diolah)

Berdasarkan hasil tabel 4 maka:

1. *Word Of Mouth* (WOM) (X_1), memperoleh nilai signifikan $0,049 < 0,05$. Oleh karena itu secara individu, variabel *word of mouth* (WOM) (X_1) punya pengaruh baik kepada Kepuasan Konsumen (Y) di toko KSC *Cellular* Mojokerto.
2. Kualitas Produk (X_2), diperoleh nilai signifikan $0,048 < 0,05$. Dikatakan dengan cara tersendiri, Kualitas Produk berpengaruh positif pada Kepuasan Konsumen (Y) pada toko KSC *Cellular* Mojokerto.
3. Pada variabel Kualitas pelayanan (X_3), diperoleh nilai signifikan $0,023 < 0,05$. Dapat dikatakan secara individu (X_3) punya pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di toko KSC *Cellular* Mojokerto.

Hipotesis Secara Simultan

Tabel 5: Uji F

	F	Sig.
Regression	22,076	,000 ^b

Sumber : Output SPSS ver. 23 (Data diolah)

Dilihat pada tabel 5 yang menyatakan hasil signifikan $0,000 < 0,05$. Jadi ketiga variabel secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko KSC *Cellular* Mojokerto.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dalam skripsi, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal:

1. Ada pengaruh *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Semakin meningkatnya rekomendasi mengenai informasi suatu produk maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen.
2. Adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Kualitas produk memang sangat penting untuk diperhatikan.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Kualitas pelayanan juga sangat penting untuk kenyamanan konsumen.
4. *Word of mouth*, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan bersamaan berpengaruh dengan kepuasan konsumen di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Dengan adanya *word of mouth* yang selalu membuat orang tertarik untuk membeli produk tersebut, dan memberikan kualitas suatu produk terbaik serta memberikan pelayanan yang memuaskan.

IMPLIKASI

- a. Variabel WOM (*Word Of Mouth*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko KSC *Cellular* Mojokerto. Sebaiknya toko KSC *Cellular* meningkatkan rekomendasi mengenai informasi *handphone*. Dengan memiliki kualitas *handphone* yang bagus dapat meluaskan cerita positif bagi toko KSC *Cellular* Mojokerto, akibatnya konsumen termotivasi melakukan *word of mouth* pada calon pembeli.
- b. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko KSC *Cellular* Mojokerto. Untuk kualitas produk tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk *handphone* dengan selalu mengontrol segel pada kemasan produk agar konsumen tidak menerima barang cacat atau rusak, perlu menjaga kebersihan produk, perlu menyediakan produk

handphone demo sehingga konsumen merasa puas dan tetap memutuskan membeli *handphone* di toko KSC *Cellular* Mojokerto.

- c. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko KSC *Cellular* Mojokerto. Pada kualitas pelayanan ini disarankan tetap meningkatkan kualitas pelayanan dengan bersikap sopan dan ramah dalam melayani konsumen agar konsumen lebih puas atas pelayanan yang diberikan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Adanya keterbatasan dalam proses pengambilan data yakni, sebagai berikut :

- a. Terkendala waktu dan tenaga untuk mencakup seluruh sampel penelitian.
- b. Penggunaan kuesioner, dikarenakan pernyataan yang diisi oleh responden tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
- c. Ada responden yang lama mengembalikan kuesioner sehingga peneliti lama untuk mengolah data.

DAFTAR PUSTAKA

- Argasha, Denis Volindo., dan Giarti Slamet. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen *Smartphone* Asus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Surakarta. *Surakarta Management Journal*, 2(1), 40–49.
- Efnita, Titik. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Organizer*. *Jurnal Ad Bispreneur*, 2(2), 107–115.
- Faradina, Anissa., dan Budhi Satrio. (2016). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Cantik Almanda. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–18.
- Hardjono., dan Ika Wahyuni. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna *Handphone* Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis: GROWTH*, 17(1), 24–44.
- Itasari, Andri Astuti., Nurnawati Hindra Hastuti., dan Agus Supriyadi. (2020). Pengaruh *Word of Mouth*, *Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *ETTISAL: Journal of Communication*, 5(2), 259–271.
- Latief, Rusman. (2018). *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia.
- Suyuthi, Nurmadhani Fitri., dkk. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen: Teori, Tujuan dan Fungsi*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Wijaya, Cynthia Violita. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Agora*, 5 (1).

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo

Dewi Ayu Rahmawati¹, Sigit Prihanto Utomo,²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : dewiayurahma13@gmail.com¹

Koresponden: sigitpu@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

Consumer satisfaction occurs when consumers are satisfied with the goods purchased. Products that provide benefits to consumers will make consumers feel happy and satisfied. Consumer satisfaction occurs due to price and product quality factors. Pricing must look at the benefits that the product provides. Product quality must also be considered so that consumers are not disappointed when buying these products. In this study, all Omah Seblak Krenyeng consumers who made purchases were made into a population and then 112 samples were taken using the Rosche formula. Incidental sampling is used as a sampling technique. Questionnaires were distributed and the results of the respondents' answers were analyzed using multiple linear regression. The results show that the variable price and product quality have a partial or simultaneous influence with the consumer satisfaction variable.

Keywords: Price, Product Quality and Customer Satisfaction

ABSTRAK

Kepuasan konsumen terjadi apabila konsumen merasa puas akan barang yang dibeli. Produk yang memberi manfaat bagi konsumen akan menjadikan konsumen merasa senang dan puas. Kepuasan konsumen terjadi karena faktor harga dan kualitas produk. Penetapan harga harus melihat manfaat yang diberikan produk. Kualitas produk juga harus diperhatikan agar konsumen tidak kecewa ketika membeli produk tersebut. Dalam penelitian ini seluruh konsumen Omah Seblak Krenyeng yang melakukan pembelian dijadikan populasi kemudian diambil 112 sampel dengan rumus Rosche. Insidental sampling dijadikan sebagai teknik pengambilan sampel. Kuisisioner disebar dan hasil jawaban responden dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil menunjukkan variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan dengan variabel kepuasan konsumen.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Masyarakat yang semakin kesini banyak kebutuhan yang harus dipenuhi. Dengan melihat peluang tersebut banyak masyarakat sendiri atau para pebisnis mendirikan suatu usaha atau bisnis dengan tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat lainnya. Berbagai macam bisnis bisa didirikan, salah satunya yaitu bisnis kuliner. Kuliner menjadi peluang usaha yang hingga saat ini mampu berkembang pesat. Banyak jenis makanan ataupun minuman yang diciptakan sesuai kebutuhan dan selera masyarakat saat ini. Dengan semakin pesatnya bisnis kuliner yang ada membuat persaingan antar pebisnis kuliner menjadi ketat. Para pebisnis harus mampu memiliki inovasi bahkan strategi dalam meningkatkan penjualannya. Tidak hanya itu, pebisnis juga harus memikirkan kepuasan para konsumennya agar mereka tidak kecewa dan bosan dengan produk yang ditawarkan. Dengan membuat konsumen selalu merasa puas dengan produk yang dibeli, konsumen akan selalu atau setia membeli produk yang sama dikemudian hari. Kepuasan konsumen bisa tercipta karena faktor harga dan kualitas produk.

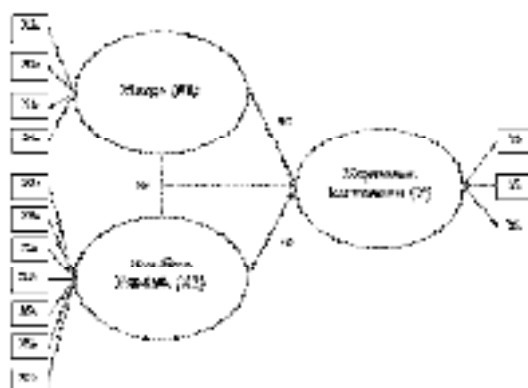
Harga sendiri menjadi suatu pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dimana harga yang terjangkau namun kualitas produk baik akan membuat konsumen merasa puas dengan produk tersebut. Kadang ada beberapa konsumen yang tidak memperdulikan harga produk. Harga produk yang mahal bagi sebagian orang tidak masalah asalkan produk tersebut dapat memberikan manfaat atau kepuasan bagi pembelinya. Kualitas produk juga menjadi sebuah faktor yang tidak boleh dilupakan dalam menciptakan suatu produk. kualitas produk harus terus terjaga

dan harus yang tahan lama agar konsumen tidak kecewa ketika membeli produk tersebut. Dengan demikian kepuasan konsumen harus terus ditingkatkan dan dijaga oleh para pebisnis agar tidak kehilangan para konsumennya. Hal ini dilakukan oleh salah satu bisnis kuliner di Sidoarjo yaitu bisnis kuliner seblak. Bisnis ini diberi nama Omah Seblak Krenyeng.

Seblak sendiri menjadi salah satu makanan kekinian yang digemari oleh para pecinta kuliner khususnya para muda-mudi. Omah Seblak Krenyeng sendiri menjual seblak yang mengedepankan cita rasa khususnya rasa pedas. Banyaknya kuliner seblak khususnya di Sidoarjo membuat Omah Seblak Krenyeng harus memutar otak untuk membuat varian menu seblak yang digemari masyarakat. Omah Seblak Krenyeng harus mampu menetapkan harga yang terjangkau dan harus terus meningkatkan kualitas produknya khususnya dalam hal rasa agar terus bisa bersaing dengan pebisnis kuliner yang sama.

KERANGKA KONSEPTUAL

Berikut dipaparkan kerangka konseptual:



Gambar 1.
Kerangka Konseptual

Dapat dilihat dalam kerangka konseptual diatas terdapat 3 variabel diantaranya harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Harga memiliki 4 indikator, kemudian kualitas produk memiliki 7 indikator serta kepuasan konsumen memiliki 3 indikator.

HIPOTESIS

- H1: Adanya pengaruh variabel harga dengan kepuasan konsumen pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo.
- H2: Adanya pengaruh variabel kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo.
- H3: Adanya pengaruh secara bersamaan variabel harga dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada Omah Seblak Krenyeng di Sidoarjo.

LANDASAN TEORI

Berikut akan dipaparkan teori yang mendukung dalam penelitian ini:

HARGA

Alma (2011:169) mengartikan harga sebagai suatu tolak ukur atau moneter yang ditukar sehingga konsumen berhak memiliki atas barang atau jasa tersebut serta akan menimbulkan suatu rasa puas akan kepemilikan produk tersebut. Harga juga bisa diartikan dengan sejumlah uang yang ditukarkan untuk kepemilikan produk dan akan menimbulkan suatu manfaat dari produk yang dibeli. (Kotler dan Keller, 2015:95). Adapun indicator harga dari Stanton (2010:24):

1. Harga yang terjangkau
Konsumen cenderung membeli produk dengan melihat terlebih dahulu harga produk yang akan dibeli. Harga terjangkau akan membuat konsumen cenderung akan cepat memutuskan pembelian. Akan tetapi harga terjangkau harus diiringi dengan kualitas produk yang baik agar konsumen tidak kecewa dan merasa puas.
2. Harga sesuai dengan kualitas produk
Kualitas produk menjadi hal yang vital. Hal ini dikarenakan kualitas yang baik akan menjadi cerminan dari produk tersebut. Kualitas terbaik dan tahan lama akan memberi kepuasan tersendiri bagi konsumen yang membeli produk. Konsumen yang puas akan kualitas yang diberikan produk akan cenderung membeli kembali produk tersebut dikemudian hari.
3. Persaingan harga
Persaingan atau daya saing harga pasti terjadi antara perusahaan sejenis. Perusahaan harus mampu menetapkan harga yang terbaik dan mampu dijangkau masyarakat agar produk yang ditawarkan mengalami peningkatan penjualan.
4. Harga harus sesuai dengan manfaat produk
Manfaat yang diberikan produk harus sesuai dengan harga yang diberikan. Hal ini akan membuat konsumen merasa percaya dan puas akan produk tersebut. Rasa puas konsumen akan menjadi hal yang penting dalam menaikkan penjualan.

KUALITAS PRODUK

Kotler (2010:70) kualitas produk artinya suatu ciri khas atau karakteristik produk sehingga membuat konsumen puas. Selain itu kualitas produk diartikan juga sebagai keahlian produk untuk memberi rasa puas dan manfaat bagi konsumen yang memilikinya. Orville, Larreche, dan Boyd (2005:422) indikator kualitas produk sendiri mencakup:

1. Performa
Kinerja produk akan menjadi hal yang dibandingkan oleh konsumen ketika membeli produk. Kinerja produk yang terbaik akan dipilih oleh konsumen.
2. Ketahanan
Sejauh mana produk akan bertahan menjadi pertimbangan konsumen ketika membeli produk. Produk yang terbukti tahan lama akan memberikan rasa puas bagi konsumennya.
3. Spesifikasi yang sesuai
Produk yang terbaik harus mampu memenuhi spesifikasi dari pelanggan. Dalam artian lain produk harus baik dan tidak ditemukan cacat sedikitpun.
4. Fitur
Fitur tambahan perlu ditambahkan agar menambah keunggulan produk dan menjadi pembeda dari produk lain.
5. Keandalan produk
Produk harus diperhatikan kualitasnya agar tidak mengalami kerusakan atau gagal pakai. Hal ini akan membuat konsumen kecewa apabila terjadi kerusakan saat baru membeli produk tersebut.
6. Estetik
Tampilan produk akan mempengaruhi panca indera konsumen sehingga ketika dilihat produk tersebut terlihat estetik.
7. Kesan kualitas
Informasi produk harus terus ditambahkan dengan jelas agar konsumen mengerti dan paham mengenai keunggulan dan spesifik produk sehingga konsumen memiliki kesan tersendiri ketika membeli produk tersebut.

KEPUASAN KONSUMEN

Kotler (2010) kepuasan konsumen diartikan sebagai sebuah rasa bahagia atau kecewa yang muncul akibat kinerja produk yang baik atau buruk. Selain itu juga kepuasan artinya perasaan atau emosi yang dirasakan ketika konsumen mengonsumsi produk yang dibeli (*Peter and Olson*, 2010). Kotler (2012:12) indikator kepuasan konsumen ialah:

1. Terciptanya promosi mulut kemulut
Ketika konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli. Konsumen akan memberi tahu kekonsumen lain atas produk tersebut.
2. Terciptanya citra merek
Loyalitas konsumen akan terbangun dengan citra merek yang kuat. Dengan merek yang bagus akan menjadi nilai tambah produk itu sendiri.
3. Terciptanya rasa puas ketika membeli
Rasa puas konsumen pada produk akan membuat konsumen akan membeli produk kembali suatu saat nanti bahkan konsumen akan setia menggunakan produk tersebut dalam jangka waktu lama.

METODE

Seluruh pengunjung atau konsumen yang melakukan pembelian di Omah Seblak Krenyeng Sidoarjo dijadikan populasi. Kemudian diambil sampel 112 responden dengan menggunakan rumus Roscoe (1975). *Incidental sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel. Kuisioner disebar kemudian hasil jawaban responden akan dianalisis dengan regresi linier berganda.

HASIL

Uji Validitas

Berikut akan disajikan uji validitas:

Table 1. Uji Validitas

(Variabel)	(R _{hitung})	(R _{tabel})	(Variabel)	(R _{hitung})	(R _{tabel})
Harga	.710	.1857	Kualitas Produk	.667	.1857
	.686			.709	
	.749			.762	
	.726			.674	
	.670			.572	
	.730			.750	
	.648			.658	
	.745			.730	
	.602		Kepuasan Konsumen	.760	
	.674			.896	
	.619			.803	
	.599			.700	
	.758			.728	
	.689			.687	

Dari hasil diatas $R_{hitung} > R_{tabel}$ sehingga semua pernyataan masing-masing variabel dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dibawah akan disajikan hasil uji reliabilitas:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

(V)	(Cronbach Alpha)
(X.1)	.855
(X.2)	.905
(Y)	.850

Nilai Cronbach_alpha > .60 maka dikatakan semua pernyataan reliabel.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas disajikan dibawah:

Tabel 3. Uji Normalitas

Asymp.sig(2_tailed)	.200 ^c
---------------------	-------------------

Nilai asymp.sig .200 > .05. sehingga semua variabel berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Berikut uji normalitas dipaparkan berikut:

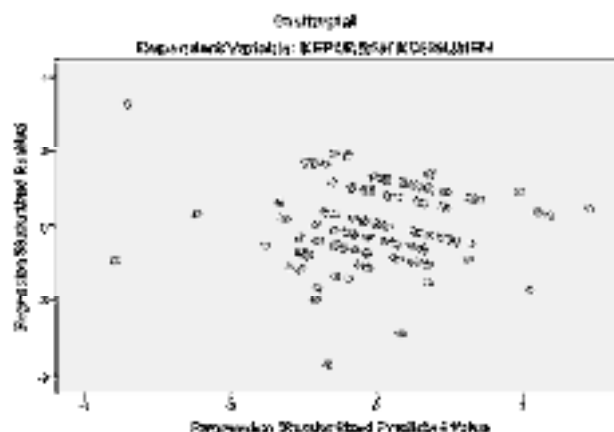
Tabel 3. Uji Multikolinieritas

(V)	(Tolerance)	(VIF)
(X.1)	.940	1.064
(X.2)	.940	1.064

Nilai tolerance > .10 dan nilai VIF < 10. Sehingga semua variabel tidak terjadi masalah multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Dibawah akan disajikan hasil uji heteroskedastisitas:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Terlihat titik-titik tersebar acak diatas angka 0 sumbu Y, hal ini dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Berikut uji regresi linier berganda dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 4.Uji Regresi Linier Berganda

(V)	(B)
(Constant)	10.254
(X.1)	.236
(X.2)	.140

Dari hasil diatas persamaan ($Y = 10.254 + 0.236x_1 + 0.140x_2 + e$)

Uji t

Berikut akan dipaparkan hasil uji-t:

Tabel 5.Uji-t

(V)	(T)	(Sig)
(X.1)	2.899	.005
(X.2)	2.477	.015

Kedua variabel yaitu (X1) dan (X2) memiliki pengaruh pada variabel (Y). Hal ini dikarenakan nilai sig.<.05.

Uji F

Berikut akan dipaparkan hasil uji F:

Tabel 5.Uji F

(F)	(Sig)
9.609	.000 ^b

Dari uji F memiliki nilai sig.000<.05 dikatakan variabel (X1) dan (X2) secara simultan memiliki pengaruh pada variabel (Y).

PEMBAHASAN

1. Variabel harga berpengaruh pada variabel kepuasan konsumen
Harga memiliki nilai sig.005<.05 sehingga berpengaruh pada variabel kepuasan konsumen. Harga yang terjangkau dan penetapan harga yang tepat akan membuat produk mampu dijangkau semua kalangan dan dapat bersaing dengan produk sejenis. Dengan harga yang terjangkau akan tetapi kualitas baik akan memberikan kepuasan konsumen.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh pada variabel kepuasan konsumen
Kualitas produk memiliki nilai sig.015<.05 sehingga berpengaruh pada variabel kepuasan konsumen. Kualitas yang baik akan memberikan rasa puas dan kesenangan konsumen karena kualitas produk yang baik pasti akan memberikan manfaat bagi konsumen yang membeli produk tersebut.
3. Variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh pada variabel kepuasan konsumen

Harga dan kualitas produk memiliki peranan penting dalam membuat kepuasan konsumen. Harga yang terjangkau namun kualitas yang sebanding membuat konsumen tidak kecewa pada produk yang dibeli.

SIMPULAN

Dari hasil sebelumnya dapat ditarik kesimpulan variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial pada variabel kepuasan konsumen. Serta variabel harga dan kualitas produk juga berpengaruh secara simultan dengan variabel kepuasan konsumen.

IMPLIKASI

Perusahaan atau Omah Seblak Krenyeng harus terus meningkatkan kualitas produk khususnya dalam hal cita rasa agar dapat bersaing dengan bisnis sejenis. Penetapan harga harus difikirkan secara baik agar seblak yang dijual masih terjangkau konsumen serta harus melihat harga pesaing sehingga tidak terlalu mahal dalam menetapkan harga jual seblak. Rasa puas konsumen harus dijaga agar tidak kehilangan pelanggan setia.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga menjadi kendala atau hambatan dalam proses pengambilan data apalagi dimasa pandemic seperti sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Argasha, D. V., & Slamet, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Asus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Surakarta. *Surakarta Management Journal*, 2(1), 40–49.
- Lite.(2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal AI – Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 357–372.
- Nafrial, R. S., dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada PT. Greentech Kawasaki Cakrawala Motorindo Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 10(3), 534–555.
- Nurhayati, Febrianto, A., & Rasyidi. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Sepeda Motor Honda Scoopy Di Kota Puruk Cahu. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 9(2), 54–64.
- Ofela, H. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–15.
- Samhah, H., & Suprihhadi, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 1–17.
- Yogi, D. R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Kinerja Perusahaan CV. Aman Di Sidoarjo. 1–17.

Pengaruh *Customer Value* dan *Marketing Public Relation* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp Ngagel

Erfina Ayu Danari¹, R. Bambang Dwi Waryanto², Nurdina³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Email : erfinaayud@gmail.com¹, nurdina@unipasby.ac.id³

Koresponden: bambangdwi275@gmail.com²

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the effect of customer value and public relations marketing on customer loyalty at PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel. In this study the sample used is the customer of PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel 91 respondents. The sampling technique used nonprobability sampling with incidental sampling technique methods. In this study, the data analysis techniques used were validity test, reliability test, classical assumption test, t test, and f test. The results showed that customer value and marketing public relations partially affect the customer loyalty of PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel, using the t-test with a significant value <0.05. Customer loyalty is one of the things that affects the progress of a bank, therefore banks need to increase customer loyalty through customer value and good marketing public relations..

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan guna mengetahui pengaruh customer value dan marketing public relation terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah nasabah PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel 91 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan metode teknik Insidental sampling. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan uji f. Pada penelitian diperoleh hasil, customer value dan marketing public relation secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel, menggunakan uji-t dengan nilai signifikan sebesar <0,05. Loyalitas nasabah merupakan salah satu hal yang berpengaruh untuk kemajuan suatu bank, oleh sebab itu pihak bank perlu meningkatkan loyalitas nasabah melalui customer value dan marketing public relation yang baik.

Kata kunci: *customer value, marketing public relation, loyalitas.*

PENDAHULUAN

Suatu perusahaan harus mempunyai nilai positif bagi konsumen. Pelayanan yang baik dan mempromosikan produk yang dibutuhkan konsumen adalah upaya meningkatkan nilai perusahaan. Nilai yang baik akan meningkatkan loyalitas konsumen. Maka perusahaan harus meningkatkan strategi dengan memahami faktor yang dapat meningkatkan kesetiaan nasabah. Sehingga perusahaan tidak hanya mampu mempertahankan nasabah yang ada bahkan terus menarik nasabah baru (Harry Santosa, 2017).

Customer value (nilai nasabah) merupakan persepsi nasabah terhadap produk dengan didasarkan pada apa yang diterima dan diberikan dari perbankan. Program unggulan PT. Bank Mandiri (persero) di antaranya adalah Mandiri Tabungan Rencana. Cara efektif menabung melalui Mandiri Tabungan Rencana yang penarikannya melalui dana otomatis (autodebet) dari rekening tabungan setiap bulan, sehingga tidak membenani dalam menabung. PT Bank Mandiri (Persero) Tbk memberikan jasa dan pelayanan seperti tabungan, giro, deposito, pinjaman, investasi dan lain-lain. Nilai akan tercipta ketika nasabah mendapatkan lebih dari apa yang diharapkan dari perusahaan, maka bank akan mampu menciptakan nilai positif dari nasabahnya (Kotler, 2007).

Saniy & Rochmaniah (2015) menyimpulkan *marketing public relations* adalah strategi pemasaran yang dilakukan dalam sebuah manajemen perusahaan untuk menciptakan citra positif

perusahaan kepada masyarakat. *Marketing public relations* tidak lepas dari kegiatan promosi melalui televisi, media cetak maupun mengadakan event. Strategi komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan internet marketing saat ini banyak digunakan sebagai media dalam pemasaran. Seperti kemudahan menabung melalui program mobile banking, telephone banking (mandiri online) untuk perorangan dan internet banking (Mandiri internet bisnis) untuk akses perusahaan agar mempermudah nasabah dalam transaksi dan memperoleh informasi. Melalui komunikasi ini pengaruh atas perilaku yang timbul dari setiap individu dapat terjadi sebuah loyalitas (Kriyantono, 2015)

Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang diminati. Griffin (2010) berpendapat bahwa nasabah dikatakan loyal apabila menunjukkan perilaku pembelian secara berulang. Semakin tinggi persepsi nilai yang didapat oleh nasabah, maka semakin besar terjadinya hubungan (transaksi) yang bersifat jangka panjang.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada nilai pelanggan yang menekankan pada kualitas pelayanan agar mendapat *value* yang baik, serta strategi perusahaan agar mendapatkan nasabah yang loyal.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti memilih judul ini karena ingin mengetahui bagaimana mendapatkan *customer value* (nilai nasabah) yang baik dan mengetahui *marketing public relations* sebagai strategi pemasaran yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Tbk Surabaya kcp Ngagel.

Rumusan Masalah

1. Apakah *Customer Value* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel?
2. Apakah *Marketing Public Relation* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel?
3. Apakah *Customer Value* dan *Marketing Public Relation* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *Customer Value* terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel.
2. Mengetahui pengaruh *Marketing Public Relation* terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel.
3. Mengetahui pengaruh *Customer value* dan *Marketing public relation* terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel.

Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil kebijakan dalam upaya membangun hubungan baik dengan nasabah dan dalam menentukan strategi pemasaran di masa yang akan datang sehingga diharapkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah.
2. Bagi Peneliti
Menambah wawasan tentang customer value, marketing public relation dan loyalitas
3. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Penelitian ini berguna sebagai tambahan literatur di bidang manajemen pemasaran.

Tinjauan Pustaka

Priansa (2017) menjelaskan manajemen pemasaran adalah upaya untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan, serta membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. Fachriza & Moeliono (2017) mendefinisikan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

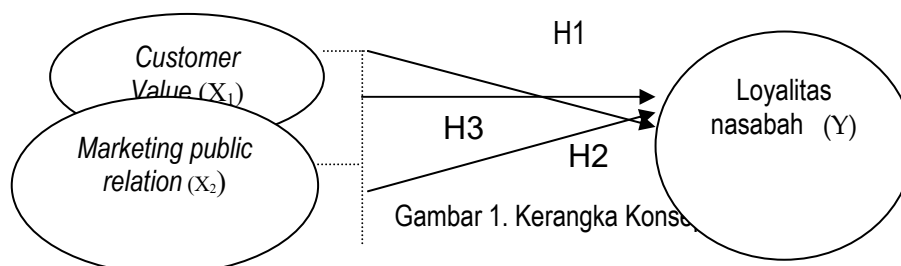
Kurniawan dan Shihab (2015) menyatakan bahwa nilai pelanggan merupakan penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk dengan didasarkan pada apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan. *Customer value* merupakan taksiran pelanggan secara keseluruhan terhadap manfaat suatu produk, Suhendra dan Yulianto (2017). Indikator *customer value* menurut Tjiptono (2014) yang kemudian dikembangkan sendiri oleh peneliti, sesuai dengan karakteristik penelitian. Adapun empat aspek utama dari dimensi nilai yaitu: (1) *emotional value*, (2) *social value*, (3) *quality/performance value*, (4) *Value worthy of price*.

Marketing public relation adalah sebuah perencanaan dan pengevaluasian program yang merangsang penjualan dan pelanggan. Hal tersebut dilakukan melalui pengkomunikasian informasi yang kredibel dan kesan-kesan yang dapat menghubungkan perusahaan, produk dengan kebutuhan serta perhatian pelanggan, Ruslan, (2014). Abdilah (2017) menjelaskan bahwa melalui kegiatan *marketing public relations* maka suatu perusahaan dapat memberikan konsumen pemahaman tentang produk mereka agar terciptanya citra merek yang baik dibenak konsumen.

Variable *Marketing Public Relations* memiliki beberapa indikator (Christria & Anggraeni, 2016), antara lain : (1) publikasi, (2) media identitas, (3) pelayanan aktivitas public (4) persponsoran.

Priansa (2017) mendefinisikan loyalitas pelanggan merupakan komitmen jangka panjang pelanggan, yang di implementasikan dalam bentuk perilaku dan sikap yang setia terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara melakukan pembelian atau transaksi secara berulang. Adapun indikator loyalitas pelanggan menurut Perera dan Aruppala (2015): (1) Merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain, (2) Fasilitas dan pelayanan yang memuaskan sehingga tidak akan terpengaruh dengan tawaran produk sejenis dari bank lain, (3) Adanya kepercayaan tinggi terhadap perusahaan sehingga memberikan apresiasi pada kinerja bank, (4) Tidak akan berpindah ke bank lain, (5) Melakukan pembelian atau transaksi secara berulang.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : *Customer Value* berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel
- H2 : *Marketing Public Relations* berpengaruh signifikan dan positif terhadap pada loyalitas nasabah Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel
- H3 : *Customer Value* dan *Marketing Public Relations* berpengaruh simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah PT. Bank Mandiri Surabaya Kcp Ngagel sebanyak 990 nasabah. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 91 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis teknik *isidental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak atau random dari populasi nasabah PT. Bank Mandiri (persero), Tbk Surabaya Kcp Ngagel secara acak. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, studi kepustakaan dengan mencari referensi yang berhubungan dalam penelitian melalui sumber-sumber yang jelas. Variabel yang diteliti meliputi *customer value* (X_1) dan *marketing public relation* (X_2) sehingga dapat diketahui pengaruh loyalitas nasabah (Y) yang merupakan variabel terikat. Dalam penelitian teknik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah diperoleh menggunakan regresi linier berganda dan untuk mempermudah analisis menggunakan bantuan program SPSS 23.0 (Statistic Program for Social Science).

HASIL

Analisis Data Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas untuk mengukur item pertanyaan yang digunakan pada kuesioner yang berkaitan dengan variabel *customer value* (X_1), *marketing public relation* (X_2), dan loyalitas nasabah (Y) yang digunakan pada penelitian dengan nilai r hitung $> 0,3$ jika total dari nilai r hitung $> 0,3$ maka data dikatakan valid. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa pernyataan pada seluruh pernyataan kuisisioner pada variabel *customer value*, *marketing public relation*, loyalitas nasabah dinyatakan valid, karena pengujian menunjukkan nilai r hitung $> 0,3$,

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dengan menggunakan teknik alpha cronbach, dikatakan instrumen memiliki nilai reliabel yang tinggi jika nilai alpha cronbach $> 0,70$. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai koefisien *reliabilitas* cronbach alpha pada variabel *customer value* sebesar 0,969, variabel *marketing public relation* sebesar 0,954, dan variabel loyalitas nasabah sebesar 0,968. Dari hasil tersebut menunjukkan nilai koefisien *reliabilitas* cronbach alpha lebih dari 0,7 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen atau kuesioner yang digunakan sangat reliabel, sehingga item pernyataan dalam kuisisioner ini dapat dan layak digunakan untuk pengambilan data penelitian dari responden.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *independent*, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dari hasil analisis menggunakan uji normalitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		91 ^c
Exponential parameter. ^{a,b}	Mean	3.9704242
Most Extreme	Absolute	0.081
	Positive	0.043

Differences	Negative	-0.081
Kolmogorov-Smirnov Z		0.593
Asymp. Sig. (2-tailed)		.874

Sumber :Lampiran Output SPSS

Dari table 3 diatas, diketahui nilai *asymp.sig* sebesar 0,874 ($0,874 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Dari hasil analisis menggunakan uji multikolonieritas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.644	3.560		1.585	.116		
1 Customer Value (X1)	.384	.110	.323	3.482	.001	.643	1.556
Marketing Public Relation (X2)	.670	.131	.476	5.132	.000	.643	1.556

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber :Lampiran Output SPSS Pengujian asumsi klasik

Dari tabel 4 di atas, diketahui nilai VIF untuk variabel customer value sebesar 1,556 ($1,556 < 10$) dan variable marketing public relation sebesar 1,556 ($1,556 < 10$). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsiklasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil pengujian menggunakan program SPSS Versi 23 yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.717 ^a	.514	.503	6.29730	1.626

a. Predictors: (Constant), Marketing Public Relation (X2), Customer Value (X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: data diolah

Pada tabel 5 diatas diketahui dari hasil pengujian diperoleh nilai DW (*Durbin-Watson*) sebesar 1,626. Dimana nilai DW berada diantara nilai 1,55 s/d 2,46. Yang berarti regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

4. Uji Heterokedastitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil Uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Tabel 6 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.947	2.265		2.626	0.01
	Customer Value (X1)	-0.131	0.07	-0.244	-1.873	0.064
	Marketing Public Relation (X2)	0.085	0.083	0.134	1.029	0.306

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: lampiran hasil spss

Berdasarkan table 6 di atas, diperoleh hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser, nilai signifikan > 0,05 maka model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui besar berpengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mempermudah perhitungan menggunakan software SPSS versi 23.0, sehingga diperoleh *output* sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.644	3.56		1.585	0.116
	Customer Value (X1)	0.384	0.11	0.323	3.482	0.001
	Marketing Public Relation (X2)	0.67	0.131	0.476	5.132	0

Sumber: Lampiran Output SPSS

Berdasarkan hasil analisis tersebut pada tabel 7 didapatkan persamaan garis regresi adalah berikut ini:

$$Y = 5,644 + 0,384 X_1 + 0,670 X_2 + e$$

Adapun persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan regresi tersebut didapat nilai konstanta sebesar 5,644 yang menunjukkan apabila variabel bebas sama dengan nol maka variabel terikat bernilai sebesar 5,644 satuan.
2. Koefisien variabel customer value (X_1) didapat nilai sebesar 0,384 dan memiliki nilai koefisien positif, hal tersebut menunjukkan bahwa berpengaruh sejalan antara variabel *customer value* (X_1) dengan loyalitas nasabah (Y), maka setiap peningkatan nilai variabel *customer value* (X_1) satu satuan, akan mengalami peningkatan nilai variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,384.
3. Koefisien variabel *marketing public relation* (X_2) didapat nilai sebesar 0,670 dan memiliki nilai koefisien positif, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sejalan antara variabel *marketing public relation* (X_2) dengan variabel loyalitas nasabah (Y), yang artinya setiap peningkatan nilai variabel *marketing public relation* (X_2) satu satuan, maka akan meningkatkan nilai variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,670.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Berikut hasil pengujian menggunakan uji-t terdapat hasil sebagai berikut

Tabel 8. Tabel Hasil Pengujian Uji-t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.644	3.56		1.585	0.116
	Customer Value (X1)	0.384	0.11	0.323	3.482	0.001

Marketing Public Relation (X2)	0.67	0.131	0.476	5.132	0.000
--------------------------------------	------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Lampiran Output SPSS, Uji -t

Berdasarkan dari hasil pengujian uji t pada tabel 8 di atas menunjukan bahwa nilai t-hitung pada variabel *customer value* sebesar 3,482 dengan nilai sig sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima, yang artinya *customer value* berpengaruh signifikan dan positif terhadap pada loyalitas nasabah Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel.

Berdasarkan dari hasil pengujian uji t pada tabel 8 diatas menunjukkan bahwa nilai t-hitung pada variabel *marketing public relation* sebesar 5,132 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima, yang artinya *marketing public relation* berpengaruh signifikan dan positif terhadap pada loyalitas nasabah Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel.

Uji F (Uji Smultan)

Tabel 9. Uji Statistik –F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3691.178	2	1845.589	46.54	.000 ^b
	Residual	3489.723	88	39.656		
	Total	7180.901	90			

a. Dependent Variable: LoyalitasNasabah (Y)

Sumber : Hasil Uji Spss, Uji-F

Berdasarkan dari hasil pengujian uji F pada tabel 9 di atas menunjukan bahwa F hitung sebesar 46,540 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima, yang artinya *customer value* dan *marketing public relation* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Surabaya kcp Ngagel.

Pembahasan hasil penelitian

1. Hipotesis 1

Hasil analisa *customer value* menyatakan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Pengaruh *customer value* bernilai positif yang artinya jika nilai *customer value* meningkat maka loyalitas nasabah juga akan meningkat, Misalnya memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Hubungan antara nilai pelanggan dan loyalitas dipengaruhi oleh produk maupun layanan. Semakin tinggi persepsi nilai yang didapat oleh nasabah, maka semakin besar terjadinya hubungan (transaksi) yang bersifat jangka panjang. Hasil tersebut searah dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Amir (2018) dengan judul Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan dan *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi kasus pada Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Kcp. Ciputat). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai Pelanggan, Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan dan *Relationship Marketing* berpengaruh parsial dan simultan secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

2. Hipotesis 2

Hasil analisa marketing public relation menyatakan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Pengaruh *marketing public relation* terhadap loyalitas nasabah bernilai positif yang artinya jika *marketing public relation* meningkat maka loyalitas nasabah juga akan meningkat. *Marketing public relations* tidak lepas dari kegiatan promosi melalui media online maupun mengadakan event guna menghadapi persaingan yang ketat. Kegiatan *marketing public relations* ini bertujuan untuk mencapai loyalitas nasabah. Hasil tersebut searah dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Santosa (2017) dengan judul "Pengaruh *Customer relationship marketing* dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah perbankan PT. BNI cabang Tembilahan di Kota Tembilahan". Dari hasil penelitian menyatakan bahwa *Customer relationship marketing* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

3. Hipotesis 3

Customer value dan *marketing public relation* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Pengaruh *customer value* dan *marketing public relation* bernilai positif yang artinya jika *customer value* dan *marketing public relation* secara simultan meningkat maka loyalitas nasabah akan meningkat.

SIMPULAN

1. *Customer value* mempunyai pengaruh parsial terhadap loyalitas nasabah. *Customer value* menjadi salah satu bagian yang sangat penting, karena dari kepuasan pelanggan dapat menjadi salah satu sarana promosi yang bisa didapatkan dari nasabah yang loyal. Dengan banyaknya nasabah yang puas, maka akan meningkatkan keuntungan bagi pihak bank, seperti review yang baik dari nasabah.
2. *Marketing public relation* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Karena *marketing public relation* meliputi beberapa program, seperti promosi melalui media online maupun mengadakan event guna menghadapi persaingan yang ketat, dengan tujuan untuk menjaga citra baik perusahaan serta produknya. Oleh karena itu *marketing public relation* sangat efektif untuk menopang fungsi dan peran marketing dalam perbankan.
3. *Customer value* dan *marketing public relation* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah. *Customer value* dan *Marketing public relation* digunakan untuk membentuk citra suatu perusahaan dan akan berdampak pada loyalitas seorang nasabah.

IMPLIKASI

Dengan adanya penelitian ini, maka dapat memberikan manfaat kepada perusahaan untuk mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan salah satu faktor yang penting untuk kemajuan sebuah bank, oleh karena itu untuk menciptakan loyalitas pada nasabah pihak bank perlu memperhatikan *customer value* dan *marketing public relation*, dengan meningkatkan *customer value* akan membuat nasabah menyarankan kepada pelanggan lain untuk membeli atau menggunakan produk yang telah mereka pakai atas implikasi pengalaman positif yang didapatkan sebelumnya. Atas dasar pengalaman positif tersebut, nasabah tentunya akan berpikir untuk melakukan transaksi kembali pada perusahaan, sehingga menimbulkan transaksi berulang yang dilandasi dari loyalitas.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu penelitian ini hanya menerapkan metode survei melalui kuesioner, peneliti tidak melakukan wawancara, sehingga

kesimpulan yang dikemukakan hanya berdasarkan pada data yang terkumpul melalui instrumen secara tertulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F. (2017). Efektivitas *Marketing Public Relation* dalam Membangun Citra Merek Perusahaan Jasa Telekomunikasi. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(1), 1-9.
- Amir, Nur Fauzi. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan dan *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi kasus pada Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Kcp. Ciputat). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Christria, J., & Anggraeni, D. (2016). Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap Citra Merek: Studi Pada Restoran Joe's Grill Swiss-Belhotel. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 7(1), 14-27.
- Donni Junni Priansa, (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Fachrizza, F. I. dan N. Moeliono. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild. *Jurnal Ecodemica* 1(2): 139-148.
- Faizin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Madaniyah*, 7 (2), 261-283.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (edisi kesembilan). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, S. (2014). Analisis Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan dan Loyalitas (Studi Kasus pada BMT Cengkareng). *Caraka Tani: Journal of Sustainable Agriculture*, 29(1), 1-16.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2015). *Public relations, issue & crisis management: pendekatan critical public relation, etnografi kritis & kualitatif*. Kencana, Edisi ke 2 Jakarta : Kencana.
- Kurniawan, I, Shihab. (2015). Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Syariah Mandiri Kcp Ciputat (*Doctoral dissertation*, universitas mercu buana).
- Lestari, DN (2014). Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Palu. *Katalogis*, 2 (1).
- Palilati, A. (2007). Pengaruh nilai pelanggan kepuasan terhadap loyalitas nasabah perbankan di Sulawesi Selatan. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 9(1), 73-81.
- Putriansyah, Y. N., & Priansa, D. J. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Koperasi Nusantara Bandung Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Ruslan, R. (2014). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi, PT. Raja Grafindo: Jakarta.
- Saniy, A. R., & Rochmaniah, A. (2016). Pengaruh *Strategi Customer Relationship* PT BANK PANIN Cabang SIDOARJO Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mikro PANIN. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 193-204.
- Santosa, H., & Karneli, O. (2017). *Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan (Studi PT. Bni Cabang Tembilahan di Kota Tembilahan)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa "Prinsip, Penerapan, dan Penelitian", Edisi 1. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptadi, Januar, 2013. Metode Jurnal Strategi Pemasaran. Surabaya : Universitas Kristen Petra

Human Capital sebagai Pemoderasi Hubungan antara Corporate Social Responsibility dengan Nilai Perusahaan

Fitria Siskha Prastiwi¹, Siti Istikhroh²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : fitriaskhap@gmail.com¹ ,

Koresponden: istikhoroh_siti@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of human capital as a moderator of the relationship between corporate social responsibility and firm value. The dependent variable used in this study is corporate social responsibility, while the independent variables used in this study are firm value, and human capital as a moderating variable. The population in this test are consumer goods companies in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2015 – 2019. The sample was selected using a purposive examination method with established standards. The sample selected in this study were 11 of 30 companies. The statistical tool used in this research is SPSS 20.0. The results of this study indicate that corporate social obligations have no significant effect on firm value while human capital cannot moderate the relationship between CSR and firm value.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Human Capital, Firm Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *human capital* sebagai pemoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, dan *human capital* sebagai variabel pemoderasi. Populasi dalam pengujian ini adalah perusahaan barang konsumsi di sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015 – 2019. Sampel tersebut dipilih dengan menggunakan metode pemeriksaan purposive dengan standar yang telah ditetapkan. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah 11 dari 30 perusahaan. Alat statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 20.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kewajiban sosial perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan sementara sumber daya manusia (*human capital*) tidak dapat memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility, Human Capital, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia menyebabkan persaingan di berbagai bidang. Kemajuan teknologi yang memicu timbulnya persaingan yang ketat dalam dunia bisnis, sehingga pelaku bisnis mulai memikirkan inovasi serta ide yang kreatif dalam menjalankan bisnisnya. Perusahaan mulai memikirkan agar usaha yang dibangun tetap bertahan bahkan tetap dapat bersaing dengan perusahaan – perusahaan lainnya. Menurut (Fariana 2014) agar perusahaan dapat bertahan maka perusahaan harus melakukan perubahan bisnis yang berdasarkan tenaga kerja menuju pada arah bisnis berdasarkan pengetahuan, sehingga ilmu pengetahuan sebagai tujuan utamanya.

Dalam jangka panjang, tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, karena peningkatan nilai perusahaan merupakan cerminan kinerja perusahaan yang baik. Jika perusahaan memiliki nilai perusahaan tinggi maka investor akan tertarik dan memberikan investasinya pada perusahaan. Untuk meningkatkan nilai perusahaan salah satu caranya yakni dengan tingginya harga saham. Harga saham yang tinggi membuat tingginya nilai perusahaan sehingga meningkatkan kepercayaan pasar kepada perusahaan di saat ini juga saat di masa mendatang.

Berbagai upaya dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya dari kegiatan itu muncul berbagai kerusakan pada lingkungan alam, hal ini mempengaruhi keberadaan manusia dan semua makhluk hidup di bumi. Untuk menanggulangi hal tersebut pemerintah mengeluarkan aturan yang harus

di patuhi oleh setiap perusahaan yakni ada pada UU no 40 tahun 2009 pasal 74. Penerapan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang baik dapat memperlancar komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholder* sehingga dapat melaksanakan tujuan serta visi misi perusahaan dengan baik Istikhoro & Suhardiyah (2016). Menurut Hamdani (2016:174) Kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan merupakan dorongan untuk melaksanakan kewajiban perusahaan kepada mitranya, khususnya kepada lingkungan lokal atau daerah sekitar wilayah kerja dan kegiatannya.

Pada akhir tahun 2010, ISO 26000 dirilis ISO ini berisi tentang *International Guidance for Social Responsibility*, perilsan ISO tersebut membuat banyak pihak tersadar bahwa kegiatan Tanggung jawab sosial bukan hanya menjadi kewajiban korporat, tetapi kegiatan ini juga menjadi tanggung jawab bersama termasuk perusahaan. ISO 26000 berisi “Tanggung jawab organisasi terkait dengan dampak, keputusan dan kegiatan di masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan sejalan dengan norma – norma perilaku internasional dan terintegrasi di seluruh organisasi serta dipraktikkan dalam hubungannya”. Untuk mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility* pada perusahaan, peneliti menggunakan pedoman GRI G4 yang diterbitkan tahun 2013 sebagai indikator pengungkapan CSR.

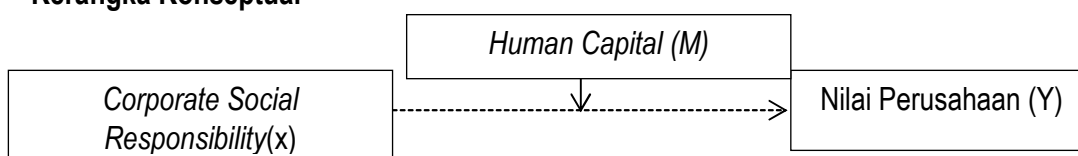
Keberhasilan kegiatan *corporate social responsibility* tidak akan berhasil tanpa adanya karyawan atau orang – orang yang melaksanakannya. Keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh karyawan sangat dibutuhkan perusahaan sebagai upaya pemenuhan terlaksananya tujuan perusahaan perlu adanya *human capital*. Menurut Gaol (2014:696) menyatakan bahwa “*human capital* adalah informasi, penguasaan, kapasitas, dan kemampuan yang menjadikan orang atau pekerja sebagai modal atau sumber daya organisasi”. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Lestari & Sapitri (2016) yang menyampaikan bahwa *human capital* merupakan cerminan suatu kemampuan kolektif agar mendapatkan pengaturan terbaik tergantung pada informasi yang dipindahkan oleh individu dalam perusahaan untuk menambah nilai perusahaan tersebut.

Human capital berhubungan dengan bakat, sikap hingga keahlian karyawan secara luas. Didalam *human capital* terdapat pengetahuan, sumber informasi, keahlian hingga keterampilan yang tentunya dimiliki oleh karyawan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai pada *human capital* dengan cara menambah pengetahuan pada karyawan dapat melalui cara pendidikan formal maupun informal yang diterapkan di dalam kegiatan – kegiatan mereka.

Hasil penelitian terdahulu terkait dengan pengaruh CSR dengan nilai perusahaan serta *human capital* memoderasi hubungan CSR dan nilai perusahaan diperoleh temuan yang berbeda – beda dan tidak konsisten. Dalam penelitian Karina & Setiadi (2020) menghasilkan bahwa CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Badarudin & Wuryani (2018) dalam penelitiannya bahwa CSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Hariyati (2021) menyatakan bahwa *Intellectual capital* tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Adanya ketidaksesuaian hasil penelitian tersebut, diperlukan pengamatan lebih lanjut untuk mengetahui kesesuaian hasil temuan apabila dilakukan penerapan pada kondisi yang berlainan.

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan menambahkan *human capital* sebagai variable moderasi pada perusahaan barang konsumsi sub makanan dan minuman pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2015 – 2019.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sejumlah 30 perusahaan yang merupakan populasi dari penelitian ini adalah pada perusahaan barang konsumsi sub makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dari populasi tersebut dilakukan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga hanya 11 perusahaan yang digunakan sebagai sampel. Periode pengamatan penelitian ini adalah tahun 2015 – 2019. Data penelitian merujuk pada data sekunder dengan teknik dokumentasi dari website resmi BEI berupa *annual report*. Variable yang digunakan antara lain *CSR*, *human capital* dan nilai perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni uji asumsi klasik, uji MRA, dan uji hipotesis (uji-f dan uji-t).

HASIL

Tabel 1. Hasil Uji Output SPSS One Sample K-S Test

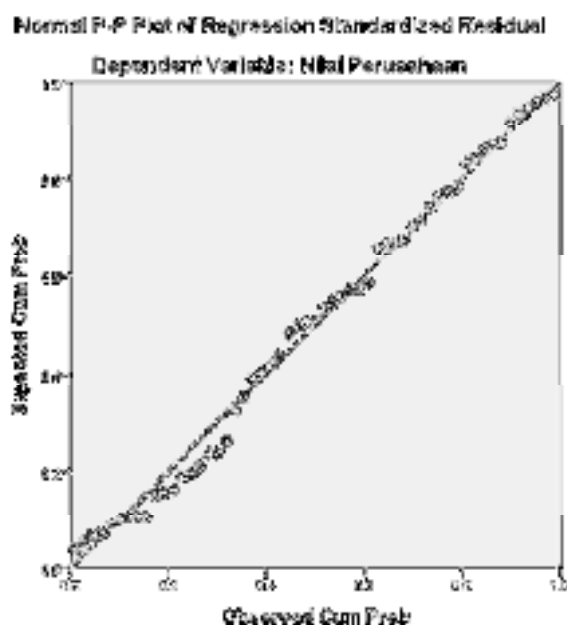
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0E+0
	Std. Deviation	.84280217
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		.855
Asymp. Sig. (2-tailed)		.917

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Output SPSS Versi 20 (data diolah)



Gambar 1. Grafik Normalitas

Sumber : Data Output SPSS Versi 20 (data diolah)

One Sample K – S Test menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 dan titik – titik mendekat pada garis normalitas, disimpulkan bahwa nilai residual dari variable CSR, HCE, dan Tobins Q memiliki distribusi normal.

Tabel 2. Uji Autokorelasi

Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.492 ^a	.242	.234	450911	0.892

a. Predictors: (Constant), Human Capital, Corporate Social Responsibility

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Output SPSS Versi 20 (data diolah)

Berdasarkan table 2 di atas nilai Durbin Watson sebesar 0,892, pembanding menggunakan nilai signifikansi sebesar 5%, jumlah sampel (T) = 55 (n), serta jumlah independen 2 (k=2), maka pada table *Durbin Watson* akan didapat nilai du sebesar 1,4903 sedangkan nilai dl sebesar 1,6406. Hasil dari pengambilan keputusan yakni $2,5097 > 0,892 < 1,6406$ sehingga mengindikasikan bahwa hasil terjadi autokorelasi pada data.

Untuk mengatasi data autokorelasi maka peneliti melakukan transformasi data dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.492 ^a	.242	.234	450911	1.683

a. Predictors: (Constant), Human Capital, Corporate Social Responsibility, Human Capital

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Output SPSS Versi 20 (data diolah)

Table 3 menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* mengalami peningkatan nilai menjadi 1,683. Hasil dari pengambilan keputusan $2,5097 > 1,683 > 1,6406$ sehingga hasilnya tidak terjadi autokorelasi pada data.

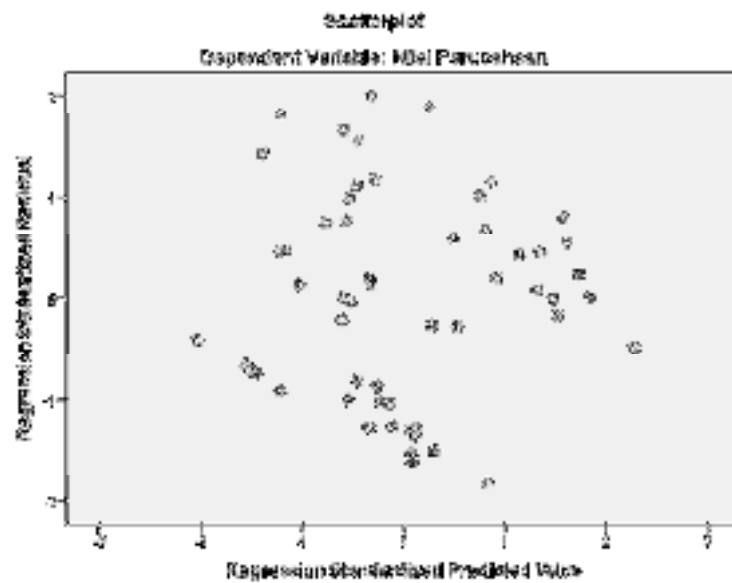
Tabel 4. Uji Multikolonieritas

Coefficients

Model		Collinearity	Statistics
		Tolerance	VIF
1	CSR	1.000	1.000
	HC	1.000	1.000

Sumber : Data Output SPSS Versi 20 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4 diatas terlihat bahwa nilai *tolerance* memiliki angka lebih dari 0,1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih dari 10. Sehingga cenderung dinyatakan bahwa model regresi tidak menemukan adanya hubungan antara variabel independen atau bebas multikolonieritas yang digunakan dalam pemeriksaan.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Data Output SPSS Versi 20 (data diolah)

Dilihat dari diagram *scatterplot* pada Gambar 2, cenderung terlihat bahwa fokus menyebar di atas dan di bawah nol pada poros Y, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada model regresi

Tabel 5. Hasil *Moderated Regression Analysis*
Coefficients

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(constant)	1.039	.410		2.537
	Corporate Social Responsibility	1.581	2.526	.121	.626
	Human capital	.551	.251	.535	2.567
	CSR . HCE	-.312	1.452	-.055	-.215

Sumber : data output SPSS versi 20

Pada table 5 dapat diperoleh rumus persamaan regresi sebagai berikut :
Tobins Q = 1,039 + 1,581 CSR + 0,551 HCE – 0,312 CSR * HCE

Persamaan regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut :

- Nilai Konstanta sebesar 1,039 menyatakan bahwa jika variable independen yaitu CSR , human capital dan perkalian antara CSR dengan *Human capital* dianggap konstant, maka nilai perusahaan yakni sebesar 103,9%.
- Nilai koefisiensi regresi CSR sebesar 1,581 bernilai positif yang berarti pada saat ini nilai CSR naik, maka nilai perusahaan juga mengalami kenaikan. Setiap penambahan CSR sebesar 100% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 158,1% dengan asumsi variable yang lain konstan.
- Koefisien regresi *human capital* sebesar 0,551 bernilai positif artinya saat *human capital* naik, maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan. Setiap penambahan *human capital* 100% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 55,1 % dengan asumsi variable yang lain konstan.
- Koefisien regresi CSR *human capital* sebesar -0.312 bernilai negative artinya pada saat interaksi CSR dengan *human capital* naik, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Setiap penambahan interaksi CSR *human capital* sebesar 100% akan mengurangi nilai perusahaan sebesar -31,2% dengan asumsi variable yang lain konstan.

Table 6. Hasil perhitungan Uji-t

Variable		T hitung	Sig.	Keterangan
Persamaan 1	CSR	0,662	0,51	Tidak berpengaruh
Persamaan 2	CSR	0,626	0,53	Tidak berpengaruh
	HCE	2,567	0,01	Tidak berpengaruh
	CSR*HCE	-0,215	0,83	Tidak berpengaruh

Sumber : data output SPSS versi 20

Berikut merupakan penjelasan hasil table 6 :

H1 yang diajukan yakni "*corporate social responsibility* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumsi sub makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 -2019". Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar 0,662 dan sig. 0,511 sehingga CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Amanah (2018)

H2 yang diajukan yakni "*human capital* memoderasi *corporate social responsibility* terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 -2019". Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t hitung sebesar -0,215 dengan taraf signifikansi sebesar 0,831 sehingga variable interaksi tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang berarti *human capital* tidak dapat memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Sehingga dapat dalam penelitian ini H2 tidak terbukti dan variable moderasi termasuk jenis predictor moderasi, dimana peran variable moderasi hanya sebagai variable predictor (independen). Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Anggraini & Hariyati (2021).

Tabel 7. Hasil pengujian hipotesis simultan (uji – f)

F hitung	Sig.	Keterangan
5.897	0.002	Baik

Sumber : Data output SPSS versi 20

Berdasarkan table 7 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa F hitung sebesar 5,897 dan nilai signivikansi sebesar $0,002 < 0,05$ maka model regresi antara *human capital* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dinyatakan baik.

SIMPULAN

Simpulan penelitian "*Human capital* sebagai pemoderasi antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan" adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan *Corporate Social Responsibility* memiliki t-hitung sebesar 0,662 dengan signifikansi sebesar $0,511 > 0,05$ hal ini menunjukkan variable Independen (CSR) mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variable dependennya (PBV).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable CSR *HCE memiliki t-hitung sebesar -0,215 dengan signifikansi sebesar $0,831 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR.HCE bukan merupakan variable *moderating*. *Human capital* bukan merupakan variable pemoderasi antara CSR terhadap nilai perusahaan

IMPLIKASI

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi implikasi kebijakan kepada pihak manajemen perusahaan, investor maupun calon investor dan juga pemerintah. Bagi perusahaan, perusahaan perlu merumuskan strategi dalam pelaksanaan *corporate social responsibility* sesuai dengan karakteristik perusahaan dan lingkungan bisnis yang dihadapi oleh perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variable. Penelitian selanjutnya dapat melakukan pengamatan dengan menambah variable lain agar dapat mengetahui apa saja yang memiliki pengaruh pada nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Lailatul. 2018. "PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY." *Jurnal ilmu dan Riset Akuntansi* 7: 1–18.
- Anggraini, Eline, and Hariyati. 2021. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Intellectual Capital Sebagai Variabel Moderasi." *AKUNTANSI, BISNIS DAN EKONOMI* 1: 219–35.
- BADARUDIN, AFIS, and ENI WURYANI. 2018. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Akuntansi AKUNESA* 6(2): 1–26.
- Fariana, Rina. 2014. "PENGARUH VALUE ADDED CAPITAL EMPLOYED (VACA), VALUE ADDED HUMAN CAPITAL (VAHU) DAN STRUCTURAL CAPITAL VALUE ADDED (STVA) TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN JASA KEUANGAN YANG GO PUBLIC DI INDONESIA Oleh : Rina Fariana Email : Fareey_na@yahoo.Com (." *Majalah Ekonomi XVIII*(2): 79–108.
- Gaol, Jimmy L. 2014. *A to Z HUMAN CAPITAL*. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana.
- Istikhoroh, Siti, and Martha Suhardiyah. 2016. "Peran Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Pengaruh Return on Equity Terhadap Nilai Perusahaan." 21(1411): 275–85.
- Karina, Desita, and Iwan Setiadi. 2020. "PEMODERASI CSR INFLUENCE ON CORPORATE VALUE WITH GCG AS MODERATORS." *JRAMB* 6(1): 37–49.
- Lestari, Nanik, Rosi Candra Sapitri, Jurusan Manajemen Bisnis, and Politeknik Negeri Batam. 2016. "Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan." 4(1): 28–33.

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden, Pendanaan Terhadap Keputusan Investasi (Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2016-2019)

Nur Azizatul aliyah¹ Martha Suhardiyah²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia

Email: nazizatulaliyah@gmail.com¹

Koresponden: martha@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Studi ini bermaksud untuk menganalisa adanya pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan deviden, pendanaan pada keputusan investasi. Prosedur riset yang dipakai merupakan metode kuantitatif. Studi ini mengambil populasi 30 perusahaan makanan dan minuman yang ada pada bursa Efek Indonesia dari tahun 2016-2019. Proses pengambilan sample menggunakan metode purposive sampling. Berdasarkan pada kriteria dalam penetapan sample diperoleh 15 perusahaan makanan dan minuman. Teknik dari analisa data yang digunakan adalah Uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas serta uji heteroskedestisitas), uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji F dan uji T. Hasil dalam penelitian ini yakni Ukuran perusahaan memiliki angka signifikansi, bisa ditarik kesimpulan jika ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada keputusan investasi. Kebijakan deviden mempunyai poin signifikansi, bisa disimpulkan jika kebijakan deviden berpengaruh kepada keputusan investasi. Pendanaan memiliki poin signifikansi, bisa ditarik kesimpulan kalau pendanaan tidak mempengaruhi kepada keputusan investasi. Keterkaitan studi ini merupakan Perusahaan diharap mencermati berbagai faktor penunjang ukuran perusahaan, kebijakan deviden, dan keputusan pendanaan buat bisa bertahan ataupun meningkatnya keputusan investasi

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, Kebijakan Deviden, Pendanaan dan Keputusan Investasi

ABSTRACT

This study intends to analyze the influence of firm size, dividend policy, funding on investment decisions. The study procedure used is a quantitative method. This study takes a population of 30 food and beverage companies listed on the Indonesian Stock Exchange from 2016-2019. The sampling process uses the purposive sampling method. Based on the criteria in determining the sample obtained 15 food and beverage companies. The data analysis technique used is the classical assumption test (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test), multiple linear regression test, coefficient of determination test, F test and T test. The result of this research is that the size of the company has a significance value of, it can be concluded that the size of the company has no effect on investment decisions. The dividend policy has a significance, it can be concluded that dividend policy affects investment decisions. Funding has a significance, it can be concluded that funding does not affect investment decisions. The relevance of this study is that the company is expected to pay attention to various factors supporting company size, dividend policy, and funding decisions in order to survive or increase investment decisions.

Keywords: Company Size, Dividend Policy, Funding and Investment Decision

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi yang dilakukan perusahaan pada situasi perekonomian global ini dilakukan tanpa batas negara, sehingga menimbulkan kondisi persaingan yang begitu ketat. Pada sektor barang konsumsi (consumer good), perusahaan yang bergerak pada bidang ini mengolah barang baku menjadi produk jadi yang siap dipasarkan. Sub sektor dari perusahaan itu terdiri perusahaan makanan dan minuman. Kemudian berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, perusahaan yang bergerak pada sub sektor tersebut memiliki persentase rugi yang kecil karena makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan sehari-hari (Puspita, 2012). Pasar modal terus berkembang, relevansi informasi dalam pengambilan keputusan para investor semakin meningkat. Mudahnaya informasi yang didapatkan serta kelengkapan ataupun keakuratan dan ketepatan waktu merupakan syarat utama yang diperlukan oleh investor agar dapat berinvestasi dipasar modal dengan perasaan yang aman dan informasi tersebut merupakan titik awal untuk mengambil keputusan investasi. Total aktiva perusahaan menentukan ukuran perusahaan tersebut, selain itu kondisi pasar juga memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan secara internal dan juga berdasarkan tanggapan para investor (pemilik dana). Maka keputusan investasi akan mempengaruhi kinerja dari suatu perusahaan (Syaiful, 2016:214).

Perusahaan tentunya mengharapkan pertumbuhan yang baik secara konstan untuk kelangsungan hidupnya dan juga para pemegang saham pada perusahaan tersebut dapat diberikan kesejahteraan seperti yang diharapkan, kesejahteraan yang diharapkan para investor adalah dengan pengembalian berbentuk dividen maupun capital gain, sehingga kebijakan dividen merupakan hal yang penting guna memenuhi harapan tersebut tanpa menghambat pertumbuhan perusahaan disisi lain. Menurut Agus (2014:281) menyatakan jika kebijakan mengenai dividen dapat dioptimalkan maka dividen saat ini maupun pertumbuhannya nanti dan juga harga saham perusahaan yang dimaksimalkan dapat memaksimalkan nilainya serta kemakmuran pemegang saham.

Pendanaan termasuk salah satu variabel yang bisa menjadi solusi pada perusahaan yang tentunya akan mempengaruhi keputusan investasi. Sudana (2011:6) menyimpulkan, "investasi yang dibeli nantinya memiliki kaitan dengan keputusan pendanaan terhadap proses pemilihan sumber dana alternatif yang ada, sehingga didapatkan kombinasi pembelanjaan yang efektif". Sumber pendanaan alternatif yang didapatkan perusahaan terdiri dari dua sumber utama, seperti yang disampaikan oleh Keown et al. (2011:39) "Hutang (kewajiban-kewajiban) dan ekuitas merupakan dua sumber utama pada pembiayaan".

Rahmianti, et al (2015) dalam penelitiannya mendapatkan kesimpulan bahwa kebijakan dari pada dividen dapat memengaruhi negatif dan signifikannya keputusan investasi sedangkan kesempatan investasi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Bachri, et al (2017) meneliti mengenai pengaruhnya free cash flow, laba bersih dan ukuran perusahaan terhadap keputusan investasi, yang menyimpulkan bahwa ketiga pengaruh tersebut tidak mempengaruhi keputusan investasi secara signifikan.

METODE

Studi ini tercantum dalam studi dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada studi ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam tahun 2016- 2019. Ada 15 sampel industri yang terdaftar di BEI sepanjang tahun 2016- 2019. Dalam riset ini, pangkal informasi yang didapat bersumber dari situs BEI (www.idx.go.id), situs Bank Indonesia(www.bi.go.id), yang telah diolah oleh peneliti dan buku-buku yang berhubungan dengan tajuk studi ini. Teknik analisa data yang dipakai merupakan analisis linear berganda, uji asumsi klasik, uji f uji t, serta uji determinasi.

HASIL Uji Deskriptif

Tabel 1.1
Uji Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LN_Aset	60	5.95	11.48	8.1570	1.40666
Kebijakan_deviden	60	0.00	15.00	0.5695	1.92349
KEPR	60	1.17	1.66	1.0940	.08172
PEPR	60	491.00	491.00	491.0000	.0000000
Keputusan_pendanaan	60	61.99	410.00	25.7164	56.87949

Beralasan pada bagan di atas menampilkan bila N atau besaran informasi masing- masing elastis yang asi beberapa 60, dari 60 informasi ilustrasi keputusan pemodalana(Y), angka minimal sebesar- 61. 99, angka maksimal senilai 410. 00, dari rentang waktu 2016- 2019 diamati angka mean senilai 25. 7164, dan angka standar deviasi senilai 56. 87949 yang dimaksud angka mean lebih besar pada angka standar alhasil penyimpangan informasi yang terjalin kecil hingga penyebaran nilainya menyeluruh. Informasi Ukuran Perusahaan(X1) dari 60 angka minimal sebesar 5. 95, angka maksimal senilai 11. 48, dari rentang waktu 2016- 2019 diketahui angka mean senilai 8. 1570, dan angka standar deviasi senilai 1. 40666 yang maksudnya angka mean lebih besar dari angka standar alhasil penyimpangan informasi yang terjalin kecil hingga penyebaran nilainya menyeluruh. Informasi Kebijakan Deviden(X2) dari 60 informasi angka minimal senilai 0. 00, angka maksimal senilai 15, dari rentang waktu 2016- 2019 diketahui angka mean senilai 0. 5695, dan angka standar deviasi senilai 1. 923 yang maksudnya angka mean lebih kecil dari angka standar alhasil penyimpangan informasi yang terjalin besar hingga edaran nilainya tidak menyeluruh. Informasi Keputusan Pendanaan(X3) dari 60 informasi angka minimal sebesar- 61. 99, angka maksimal senilai 410. 00, dari rentang waktu 2016- 2019 diketahui angka mean senilai 25. 7164, dan angka standar deviasi senilai 56. 879yang maksudnya angka mean lebih kecil dari angka standar alhasil penyimpangan informasi yang terjalin besar hingga penyebaran nilainya tidak menyeluruh.

1. Uji Asumsi Klasik
a. Uji Normalitas

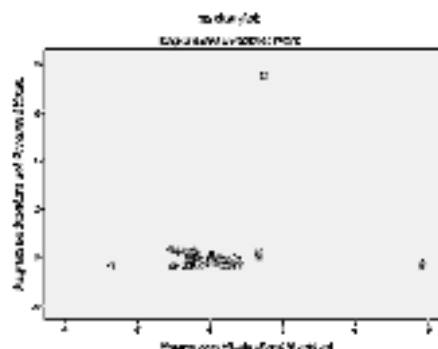
Tabel 1.2
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unrestricted Model
N		67
Normal Q-Q Plot	Normal	.254
	Std. Deviation	28.8549363
	Statistic	.180
Binned Edgeworth Coefficients	Positive	.185
	Negative	-.184
Kolmogorov-Smirnov Z		1.306
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066

Berdasar tabel diatas pengujian *Kolmogorov Smirnov* tersebut memperlihatkan besaran angka *Kolmogorov Smirnov* senilai 1.306 serta tingkatan signifikansi senilai 0.066 lebih besar pada 0,05, maka bisa ditarik kesimpulan jika model regresi memberikan pemenuhan asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedasitas

Tabel 1.3 Uji
Heteroskedasitas



Beralasan pada lukisan 4. 5 hasil percobaan heterokedastisitas diatas menampilkan bila bentuk regresi tidak memiliki terdapatnya pertanda heterokedastisitas. Bisa diamati dari titik- titik yang memencar dengan cara random diatas serta di bawah nilai 0 dari sumbu Y serta tak

membuat pola tertentu, alhasil bisa ditarik kesimpulan kalau bentuk regresi ini tidak ada pertanda heterokedastisitas

c. Uji Multikoloniretas

Tabel 1.4
Uji Multikoloniretas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.123	22.738		.737	.461		
LEI_jarak	.348	2.540	.024	.381	.705	.948	1.055
Multijenis_Dewasa	22.238	9.871	.887	14.378	.000	.957	1.045
DEK	-.279	5.281	-.052	-.532	.597	.958	1.042

a. Dependent Variable: PER

Berdasarkan diatas percobaan multikolonieritas diatas bisa dikenal kalau dampingi variabel bebas tak terjalin multikolonieritas, karena hasil kalkulasi angka tolerance pada masing-masing variabel bebas tidak terdapat yang meunjukkan hasil kurang dari 0, 10 serta hasil perhitungan angka variance inflation factor(VIF) pula membuktikan hasil masing- masing variabel bebas tak terdapat yang lebih dari 10. Bisa ditarik kesimpulan kalau tak ada multikolonieritas dari antar variabel bebas pada bentuk regresi tersebut.

2. Analisis Liner Berganda

Tabel 1.5
Uji Analisis Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.123	22.738		.737	.461
LEI_jarak	.348	2.540	.024	.381	.705
Multijenis_Dewasa	22.238	9.871	.887	14.378	.000
DEK	-.279	5.281	-.052	-.532	.597

a. Dependent Variable: PER

Bersumber pada pertemuan regresi linier berganda diatas dikenal kalau angka konstanta sebesar 3. 121, maksudnya apabila variabel bebas dimensi industri, kebijaksanaan deviden serta pendanaan dianggap konsisten hingga bisa diprediksi ketetapan pemodalan sebesar 3. 121satuan. Variabel ukuran perusahaan (X_1) pada bentuk regres linier berganda diatas angka koefisien senilai 0. 968, maksudnya bila angka variabel piutang bertambah sebesar 1 dasar serta yang lain konsisten, hingga bisa diprediksi angka variable keputusan pemodalan naik sebesar 0. 968satuan. Variabel Tingkat sebanding prosedur deviden(X_2) pada bentuk regresi linier berganda diatas angka koefisien sebesar 26. 228, maksudnya bila angka variabel Tingkat kebijakan devidenmeningkat sebesar 1 satuan serta yang lain konsisten, hingga bisa diprediksi angka variabel ketetapan investasinaik sebesar26. 228satuan. Variabel Tingkat sebanding pendanaan (X_3) dari model regresi linier berganda tersebut angka koefisien senilai -0.219, berarti jika angka variabel Tingkat pendanaanmeningkat sebesar 1 satuan dan lainnya konstan, maka bisa diprediksi angka variabel keputusan investasiturun senilai - 0.219satuan.

3. Uji T

Tabel 1.0
Uji T

Koeffisien					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.121	22.738		.857
	Uk. Perus.	.968	7.340	.044	.705
	Keputusan Dividen	26.228	1.722	.967	.000
	PEND.	-.219	3.884	-.053	.547

a. Dependent Variable: PER

- Ukuran perusahaan punya angka signifikansi senilai $0.705 < 0.05$, dapat disimpulkan jika ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada keputusan investasi
- Kebijakan deviden mempunyai angka signifikansi senilai $0.000 < 0.05$, bisa ditarik kesimpulan bahwa kebijakan deviden berpengaruh pada keputusan investasi
- Pendanaan punya angka signifikansi senilai $0.967 < 0.05$, bisa disimpulkan jika pendanaan tak berpengaruh pada keputusan investasi

4. Uji F

Tabel 1.7

Uji F

ANOVA:

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	12484.491	3	4161.497	68.491	.000
Total	18281.334	12			

Bersumber pada tabel diatas membuktikan kalau angka signifikansi lebih kecil dari 0. 05(0. 00<0. 05) serta angka F jumlah sebesar 68. 491, angka F bagan sebesar 0. 2830 hingga bisa dikenal kalau angka F jumlah lebih besar dari angka F tabel(F hitung 68. 491 F tabel 0. 2830), alhasil bisa ditarik kesimpulan kalau tiap- tiap variabel independen dengan cara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen atau piutang dan setara kas berpengaruh terhadap likuiditas

5. Uji Determinan

Tabel 1.8

Uji F

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786	.786	.774	22.57941

Berdasar dari tabel 4.8 hasil uji koefisien determinasi (R) diatas memperlihatkan angka (R) senilai 0.786. Hal ini memperlihatkan jika variabel dependen keputusan investasi bisa dijelaskan oleh variabel independen ukuran perusahaan, kebijakan deviden dan pendanaan sebesar 78.6%, sedangkan senilai 21.4% pengaruhnya oleh berbagai variabel lainnya diluar dari studi ini.

KESIMPULAN

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Investasi

Di dalam hasil statistik telah menunjukkan sebuah hasil bahwa ukuran dari sebuah perusahaan memiliki nilai yang berdasarkan signifikansi mencapai sebesar $0.705 < 0.05$, dari hasil penelitian yang sudah saya lakukan dapat diambil kesimpulannya terhadap ukuran dari sebuah perusahaan tidak sangat berpengaruh terhadap keputusan dari investasi. Ini sama hal-nya pada penelitian yang telah ditelaah terhadap Syaiful (2017), hal ini sama dikarenakan ukuran dari sebuah perusahaan yang memiliki nilai signifikansi tidak akan berpengaruh dengan keputusan dari investasi. Pada sebuah perusahaan-perusahaan sangat besar diketahui memiliki sebuah investor yang lebih besar juga tentunya. Dengan adanya perihal tersebut tentu mendapatkan tekanan yang relevan guna untuk menyajikan pada saat pelaporan keuangan yang kredibel, sama hal-nya pada perusahaan-perusahaan kecil yang tentunya memiliki sebuah investor yang lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan yang besar, dan pada perusahaan kecil tentunya lebih sedikit pula pada saat menyajikan pelaporan keuangan yang kredibel.

2. Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan H2 yang menunjukkan bahwa kebijakan deviden yang memiliki nilai dari signifikansi mencapai $0.000 < 0.05$, pada hal ini kita dapat menyimpulkan bahwa dengan adanya kebijakan dari deviden ini diketahui mempengaruhi dengan adanya keputusan dari investasi. Rahmiati (2015) yang membenarkan dengan adanya kebijakan deviden yang sangat mempengaruhi signifikan dari keputusan pada investasi. Jika perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba secara besar pada saat membagikan deviden. Antara lain, kemampuan dari suatu perusahaan dalam menghasilkan laba tentu akan lebih meningkat.

3. Pengaruh Pendanaan Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan H3 yang menunjukkan bahwa pendanaan yang memiliki nilai signifikansi mencapai $0.967 < 0.05$, dengan ini kita menyimpulkan bahwa pendanaan sangat tidak berpengaruh dengan keputusan investasi. Pada penelitian ini disebabkan oleh sebuah perusahaan yang memiliki dana tetapi hal tersebut tidak digunakan sebagaimana baiknya untuk pengeluaran investasi melainkan dengan membiayai operasional pada perusahaan. Penelitian tersebut diketahui tidak memiliki konsistensi sama hal-nya yang telah dilakukan penemuannya oleh Sukimi (2012) dan Yuliani (2014) dimana hasil penemuan tersebut terdapat temuan yang relevan dengan keputusan akan dibuat dari investasi.

4. Pengaruh Ukuran perusahaan , kebijakan deviden , dan pendanaan terhadap keputusan investasi

Berdasarkan dengan adanya tabel yang telah ditunjukkan diatas yang disimpulkan dengan keterkaitannya pada nilai dari signifikansi justru lebih kecil yaitu 0.05 ($0.00 < 0.05$) pada nilai F dapat dihitung dan memiliki nilai sebesar 68.491, pada nilai F dengan tabel diatas memiliki nilai mencapai 0.2830 dan hal ini dapat disimpulkan bahwa pada nilai F memiliki nilai hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai F pada tabel ($F \text{ hitung } 68.491 > F \text{ tabel } 0.2830$), dengan perihal ini dapat

disimpulkan pula bahwa masing-masing dari variabel independen memiliki kesamaan yang berpengaruh terhadap variabel independen atau piutang dan setara kas berpengaruh terhadap likuiditas.

IMPLIKASI

1. Bagi seorang Investor sangat diharapkan untuk melihat kebijakan dividen yang telah diambil dan tentunya telah ditetapkan dari perusahaan tersebut yang merupakan salah satu hal yang diperhatikan pada saat melakukan investasi pada perusahaan yang di target-kan. Pada hasil penelitian telah diperoleh dan dibuktikan dengan kebijakan-kebijakan dividen yang telah didapat dari perusahaan yang bernotabene positif signifikan dari nilai sebuah perusahaan. Dengan sebuah hasil yang telah didapatkan dapat dibuktikan bahwa kebijakan dividen dari sebuah perusahaan yang telah diambil memiliki pengaruh yang positif secara sangat signifikan dengan nilai dari perusahaan tersebut.
2. Dengan adanya ketelitian guna untuk kesuksesan dan kehidupan dari suatu perusahaan, sangat diharapkan perusahaan tersebut melihat seberapa pentingnya pengaruh-pengaruh ukuran dari perusahaan tersebut, serta kebijakan-kebijakan dividen dan keputusan dari pendanaan dalam rangka untuk meningkatkan keputusan pada investasi. Terkait hal tersebut ada kala perusahaan tentu diharapkan memperhatikan dalam segi faktor-faktor yang mendukung untuk ukuran perusahaan, serta kebijakan dividen dan keputusan pada saat pendanaan guna untuk mempertahankan perusahaan tersebut ataupun meningkatkan keputusan keputusan pada investasi.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Studi ini hanya memakai variabel dependen keputusan investasi serta variabel independennya adalah ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan pendanaan
2. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman yang terdaftar pada BEI Periode 2016-2019 sebanyak 15 industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono. 2014. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE
- Bahri, Syaiful. 2016. Pengantar Akuntansi. Yogyakarta: Andi
- Keown, Arthur J dan John D Martin et al. 2011. Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan. Terjemahan oleh Marcus Prihminto Widodo. Jilid 1. Edisi Kesepuluh. Jakarta: PT. Indeks
- Pupita, Vera. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Indonesia). Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung
- Rahmiati dan Putri Nurul Huda. 2015. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kesempatan Investasi Dan Profitabilitas Terhadap Keputusan Investasi. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis Volume 4, Nomor 2
- Sudana, I Made. 2011. Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori dan Praktik. Jakarta: Penerbit Erlangg

Syaiful Bahri, 2017. Pengaruh Free Cash Flow, Laba Bersih Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Investasi. Vol. 2 No. 1, e-ISSN 2528-2581

PENGELOLAAN KEUANGAN DESA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEMBANGUNAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA TANJUNG KEDAMEAN GRESIK

Asmaul Kusna¹, Yuni Sukandani²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Email : asmaul.kusna23@gmail.com¹
Koresponden : yunis@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Pada riset ini pendekatan yang dipakai ialah secara kualitatif deskriptif, adapun tujuan untuk menganalisa pengelolaan keuangan dana desa dalam upaya meningkatkan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat di Desa Tanjung Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. Diperoleh hasil pengelolaan keuangan dana desa dilakukan telah sesuai dengan peraturan pemerintah. Pemerintah telah sepakat menetapkan prioritas pemakaian dana desa untuk dipakai sesuai dengan peraturan Menteri Desa No.16 Tahun 2018. Penggunaan serta pemanfaatan dana desa yang dipakai untuk program serta dalam menjalankan aktivitas disektor pemberdayaan masyarakat serta pembangunan. Hasil lain yang didapatkan ialah pemerintah dapat memakai riset ini sebagai acuan pada proses pengambilan keputusan serta pertimbangan terkait kebijakan yang ditetapkan.

Kata kunci : Pengelolaan keuangan, pembangunan & kesejahteraan masyarakat.

ABSTRACT

In the approach that is accessed qualitatively descriptive, the objective is to analyze the management of village funds in an effort to improve development and community welfare in Tanjung Village, Kedamean District, Gresik Regency. The results obtained were that village fund financial management was carried out in accordance with government regulations. The government has agreed to state the priority for the use of village funds to be used in accordance with Village Ministerial Regulation No. 16 of 2018. The use and utilization of village funds used for programs and in carrying out activities in the sector of community empowerment and development. Another result obtained is that the government can use this research as a reference in the decision-making process as well as the consideration of established policy considerations.

Keywords : Financial management, development & community welfare.

PENDAHULUAN

Dalam situasi yang terjadi saat ini, tumpuan dibanyak sektor bergantung pada pemanfaatan teknologi yang telah tersedia agar dapat menyelesaikan banyak pekerjaan dengan efektif serta efisien, tentu saja hal ini menjadi keuntungan bagi semua sektor yang sedang menjalankan strategi usaha agar dapat berkembang lebih cepat. Kemampuan yang dimiliki oleh teknologi dalam membantu semua aktivitas manusia tentu saja harus dibarengi dengan SDM yang mempunyai kualitas keterampilan serta ilmu pengetahuan dalam mengoperasikan teknologi agar dapat dipergunakan sesuai dengan fungsinya, sehingga keseimbangan yang terjadi antara teknologi serta SDM mampu saling menguntungkan.

Keberhasilan dalam memenangkan persaingan yang terjadi saat ini mempunyai kunci kuat yakni adanya kerjasama yang baik antara organisasi serta teknologi yang tersedia untuk dikombinasikan agar dapat menghasilkan suatu keterampilan yang dapat diterima di semua sektor, ketika SDM mampu memiliki keterampilan yang mumpuni, maka hal selanjutnya yang perlu dilakukan ialah dengan cara untuk mengembangkan keterampilan tersebut menjadi keuntungan yang dapat dimanfaatkan dalam memperoleh jenjang karir yang baik dikemudian hari.

Suatu organisasi atau instansi harus memiliki program serta visi yang dijadikan sebagai strategi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, pentingnya pengelolaan organisasi dengan menerapkan konsep profesionalisme agar segala komponen yang ada di organisasi mampu dijalankan sesuai tugasnya masing-masing. Terdapat banyak kepentingan yang ada di organisasi yang ujungnya ialah dapat menjalankan program yang telah ditetapkan, kepentingan ini tentu saja harus sesuai dengan kepentingan bersama yakni mensejahterakan masyarakat serta melakukan pengembangan potensi yang ada di setiap orang untuk ditingkatkan.

Dalam menjalankan program yang telah ditetapkan serta disepakati bersama, tentu saja membutuhkan sumber pendanaan yang besar agar kesempatan untuk berhasil menjalankan program tersebut kemungkinan lebih besar dapat tercapai, saat ini segala sesuatu yang telah direncanakan harus di dukung dengan strategi yang baik serta dana yang cukup, tentu saja jika semua komponen bisa berjalan dengan baik, maka tujuan yang telah ditetapkan serta disepakati bersama akan memiliki potensi berhasil lebih besar. Setiap instansi pemerintah pasti telah melakukan perencanaan yang dijadikan sebagai modal dasar dalam menjalankan strategi untuk mensejahterakan masyarakat.

Pemerintah memegang kendali secara penuh terkait pemanfaatan serta pengelolaan dana yang digunakan untuk menjalankan berbagai rencana yang telah ditetapkan, dalam pemanfaatan dana telah dilakukan audit oleh lembaga terkait agar dana yang dikeluarkan dapat dikelola dengan baik sebagaimana mestinya, untuk menghindari dari penyalagunaan serta penyelewengan dana, diperlukan adanya pengawasan dari berbagai pihak terutama masyarakat itu sendiri. Masyarakat sebagai warga negara yang memiliki wewenang untuk melakukan fungsi pengawasan tentu saja sangat membantu dalam mengawal proses berjalannya program serta pengelolaan dana yang telah dikeluarkan oleh pemerintah pusat.

Pemerintah pusat telah memberikan dana ke seluruh daerah yang ada untuk dipergunakan sebagai sumber keuangan dalam menjalankan berbagai rencana yang telah disusun yang mempunyai tujuan utama yakni mensejahterakan masyarakat, dana yang telah diberikan oleh pemerintah pusat selanjutnya akan diterima oleh kepala daerah masing-masing yang mempunyai wewenang untuk memanfaatkan dana tersebut dalam proses pembangunan di daerah masing-masing. Pemerintah pusat berharap dari dana yang telah disalurkan dapat membantu kepala daerah untuk mengoptimalkan potensi yang ada agar dapat terealisasi dengan baik sesuai rencana awal yang telah disusun, pentingnya akan sumber dana untuk daerah-daerah dapat membantu mempercepat pemulihan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat.

Pemerintah pusat berharap pengelolaan keuangan yang telah disalurkan dapat dimanfaatkan dengan baik serta dapat dipertanggungjawabkan, pentingnya ketersediaan informasi publik terkait pengelolaan dana dapat memberikan rasa percaya kepada masyarakat, dalam memegang prinsip akuntabilitas yang baik yakni dengan cara mempublikasikan seluruh hasil kerja serta rencana yang akan dilakukan, hal ini tentu saja dapat mendorong semangat setiap kepala daerah untuk memimpin program agar berjalan dengan baik, hal lain yang sangat membantu dari adanya sumber keuangan ialah dapat menyelamatkan situasi ekonomi pada daerah tertentu yang dianggap rentan terjadi krisis.

Saat ini pemerintah telah memprioritaskan untuk melakukan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang hidup di wilayah tertentu yang dianggap rentan terjadi krisis ekonomi, dengan adanya program yang telah ditetapkan pemerintah yakni mendistribusikan sumber keuangan untuk dioptimalkan oleh kepala daerah masing-masing agar digunakan dalam program pembangunan nasional yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat serta membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang masih menganggur, saat ini kita dapat melihat bahwa

krisis ekonomi telah banyak berdampak pada kesejahteraan masyarakat yang semakin menurun akibat terjadinya pandemi serta semakin sedikitnya lapangan pekerjaan yang tersedia.

Krisis ekonomi yang terjadi saat ini telah mengganggu aktivitas manusia di banyak sektor, akibatnya kerugian material yang semakin bertambah setiap waktunya sangat memperburuk keadaan, hal ini tentu saja akan membuat masyarakat semakin frustrasi akan situasi yang tidak segera membaik. Krisis ekonomi sangat nyata dirasakan oleh masyarakat yang hidup di pedesaan, adapun kita sudah mengetahui fakta di lapangan bahwa masyarakat yang hidup di pedesaan sangat rentan terjadi krisis ekonomi yang akan memperbanyak angka kemiskinan, pemerintah telah memprioritaskan untuk mengembalikan kestabilan ekonomi melalui berbagai cara agar dampak pandemi bagi masyarakat yang hidup di pedesaan dapat dikendalikan dengan baik.

Sudah semestinya desa menjadi prioritas utama pemerintah untuk diperhatikan lebih banyak, pembangunan infrastruktur serta fasilitas harus diutamakan agar masyarakat dapat memanfaatkannya untuk aktivitas sehari-hari. Pentingnya upaya pemanfaatan dana telah dilakukan audit oleh lembaga terkait serta memegang prinsip kehati-hatian agar dana tersebut dapat produktif serta agar dana yang dikeluarkan dapat dikelola dengan baik sebagaimana mestinya, untuk menghindari dari penyalagunaan serta penyelewengan dana, diperlukan adanya pengawasan dari berbagai pihak terutama masyarakat itu sendiri. Masyarakat sebagai warga negara yang memiliki wewenang untuk melakukan fungsi pengawasan tentu saja sangat membantu dalam mengawal proses berjalannya program serta pengelolaan dana yang telah dikeluarkan oleh pemerintah pusat.

Adapun dana yang telah diberikan serta dipercayakan oleh pemerintah pusat yang selanjutnya akan diterima oleh kepala daerah masing-masing yang mempunyai wewenang untuk memanfaatkan dana tersebut dalam proses pembangunan di daerah masing-masing serta mempunyai tujuan utama yakni mensejahterakan masyarakat dengan tersedianya berbagai fasilitas. Pemerintah pusat berharap dari dana yang telah disalurkan dapat membantu kepala daerah untuk mengoptimalkan potensi yang ada agar dapat terealisasi dengan baik sesuai rencana awal yang telah disusun, pentingnya akan sumber dana untuk daerah-daerah dapat membantu mempercepat pemulihan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat.

Dengan adanya undang-undang untuk mengatur desa, maka desa akan memiliki kekuasaan yang lebih besar dalam penyelenggaraan pemerintah desa, karena penyelenggaraan pemerintah desa dibiayai sepenuhnya oleh masyarakat, dan bukan oleh beberapa orang, karena dalam proses pelaksanaan desa akan ada kontak langsung dengan masyarakat serta peran desa juga akan memberikan pelayanan, sehingga diharapkan dapat memberikan saran dan prasarana yang handal dan memadai dalam pengelolaan keuangan desa supaya penerapannya lebih konsisten dalam jangka waktu yang panjang.

Pengoptimalan dana desa tentu saja sangat membantu pemerintah pusat dalam upayanya untuk membentuk masyarakat yang sejahtera serta kompeten sehingga dapat menciptakan potensi untuk bersaing di dunia kerja, kita lebih tahu bahwa potensi yang ada di desa ialah terkait pertanian serta pengelolaan sumber daya alam yang masih dilakukan secara tradisional, kurangnya perhatian pada sektor pertanian tentu saja sangat menyulitkan untuk mengembangkan agraria yang moderen serta mampu menghasilkan potensi pertanian yang berkualitas, sehingga sangat penting dukungan langsung dari pemerintah pusat untuk memberikan bantuan langsung berupa pendanaan serta pelatihan kepada para petani agar bisa meningkatkan potensinya.

Pentingnya upaya dalam pemanfaatan dana telah dilakukan perhitungan yang teliti, perhitungan yang dilakukan dengan memegang prinsip kehati-hatian agar dana tersebut dapat produktif serta agar dana yang dikeluarkan dapat dikelola dengan baik sebagaimana mestinya,

untuk menghindari dari penyalagunaan serta penyelewengan dana, diperlukan adanya pengawasan dari berbagai pihak terutama masyarakat itu sendiri. Masyarakat sebagai warga negara yang memiliki wewenang untuk melakukan fungsi pengawasan tentu saja sangat membantu dalam mengawal proses berjalannya program serta pengelolaan dana yang telah dikeluarkan oleh pemerintah pusat.

Desa Tanjung merupakan desa yang terletak di Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik yang terbagi menjadi 4 Dusun yaitu Dusun Tanjung Krajan, Dusun Tempel, Dusun Dukuhan, Dusun Sawen. Desa Tanjung mempunyai sektor unggulan seperti sektor pertanian, perkebunan, dan peternakan. Sehingga keuangan desa untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan sumber daya alam yang berada di Desa Tanjung agar bisa meningkatkan pembangunan desa dan untuk menanggulangi kemiskinan yang menjadikan desa sejahtera dan mandiri serta mengurangi pengangguran yang akan menyebabkan kemiskinan meningkat. Didesa Tanjung Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik jumlah keluarga miskin mengalami naik turun pada tahun 2017 sebanyak 280 kartu keluarga, ditahun 2018 sebanyak 240 kartu keluarga, ditahun 2019 sebanyak 150 kartu keluarga, dan ditahun 2020 sebanyak 170 kartu keluarga dari jumlah kartu keluarga sebanyak 1.038. hal ini disebabkan oleh kurangnya partisipasi aktif dalam masyarakat dan lemahnya organisasi yang mendukung kegiatan kemasyarakatan.

METODE

Riset ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif, adapun tempat yang digunakan ialah Desa Tanjung Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik, subyeknya ialah kepala desa, sekretaris, bendahara, BPD, dan masyarakat desa.

HASIL

Didapatkan hasil dari penelusuran terkait pengelolaan keuangan desa yang bisa dipakai untuk upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan juga dapat digunakan untuk meningkatkan pembangunan Desa Tanjung Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik, Diperoleh hasil pengelolaan keuangan dana desa dilakukan telah sesuai dengan peraturan pemerintah. Pemerintah telah sepakat menetapkan prioritas pemakaian dana desa untuk dipakai sesuai dengan peraturan Menteri Desa No.16 Tahun 2018. Penggunaan serta pemanfaatan dana desa yang dipakai untuk program serta dalam menjalankan aktivitas disektor pemberdayaan masyarakat serta pembangunan. Hasil lain yang didapatkan ialah pemerintah dapat memakai riset ini sebagai acuan pada proses pengambilan keputusan serta pertimbangan terkait kebijakan yang ditetapkan.

Dalam proses pengelolaan keuangan desa khususnya dana desa aspek perencanaan, Pentingnya upaya pemanfaatan dana telah dilakukan audit oleh lembaga terkait serta memegang prinsip kehati-hatian agar dana tersebut dapat produktif serta agar dana yang dikeluarkan dapat dikelola dengan baik sebagaimana mestinya, untuk menghindari dari penyalagunaan serta penyelewengan dana, diperlukan adanya pengawasan dari berbagai pihak terutama masyarakat itu sendiri. Masyarakat sebagai warga negara yang memiliki wewenang untuk melakukan fungsi pengawasan tentu saja sangat membantu dalam mengawal proses berjalannya program serta pengelolaan dana yang telah dikeluarkan Proses perencanaan terkait penggunaan dana desa yang akan digunakan dalam tahun berjalan yang dibuat dalam bentuk laporan yang akan diserahkan kepada Bupati untuk dilakukan verifikasi dan pengesahan guna proses pencairan dana desa bisa segera diberikan kepada pemerintah desa. Dalam aspek pelaksanaan penggunaan keuangan desa khususnya dana desa nampak dilaksanakan dengan baik yang sesuai dengan tujuan pemberian dan penggunaan dari dana desa yang diberikan oleh

pemerintah. meskipun masih terdapat suatu prosedur yang belum dijalankan, dalam anggaran pendapatan serta realisasi penggunaan dari Dana Desa beserta pendapat desa lainnya digunakan dalam bidang pembangunan sebesar 70% dan 30% untuk bidang pemberdayaan masyarakat.

Dalam menjalankan program yang telah ditetapkan serta disepakati bersama, tentu saja membutuhkan sumber pendanaan yang besar agar kesempatan untuk berhasil menjalankan program tersebut kemungkinan lebih besar dapat tercapai, saat ini segala sesuatu yang telah direncanakan harus di dukung dengan strategi yang baik serta dana yang cukup, tentu saja jika semua komponen bisa berjalan dengan baik, maka tujuan yang telah ditetapkan serta disepakati bersama akan memiliki potensi berhasil lebih besar. Setiap instansi pemerintah pasti telah melakukan perencanaan yang dijadikan sebagai modal dasar dalam menjalankan strategi untuk mensejahterakan masyarakat.

Sumber pendanaan yang berasal dari anggaran pemerintah tentu saja diyakini bisa membantu meringankan beban yang tengah dikerjakan oleh pemerintah daerah. Pemerintah memegang kendali secara penuh terkait pemanfaatan serta pengelolaan dana yang digunakan untuk menjalankan berbagai rencana yang telah ditetapkan, dalam pemanfaatan dana telah dilakukan audit oleh lembaga terkait agar dana yang dikeluarkan dapat dikelola dengan baik sebagaimana mestinya, untuk menghindari dari penyalagunaan serta penyelewengan dana, diperlukan adanya pengawasan dari berbagai pihak terutama masyarakat itu sendiri. Masyarakat sebagai warga negara yang memiliki wewenang untuk melakukan fungsi pengawasan tentu saja sangat membantu dalam mengawal proses berjalannya program serta pengelolaan dana yang telah dikeluarkan oleh pemerintah pusat.

Pelaporan dana desa mempunyai tiga tahap, yang pertama laporan peraturan desa mengenai APBDDesa dari Kepala desa kepada Bupati melalui camat. Tahap kedua, laporan realisasi penyerapan dan output dana desa tahun sebelumnya dari Kepala desa kepada Bupati melalui Camat. Terakhir tahap ketiga, laporan realisasi penyerapan dan capaian output dana desa dari Kepala desa kepada Bupati melalui Camat. Semua laporan tersebut sudah dibuat dan dilaksanakan dengan baik oleh pemerintah Desa Tanjung. Hasil penelitian ini berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh (Ishad, 2018) tahapan pelaporan ADD masih terdapat keterlambatan dalam pelaporan kepada pihak pemerintah kota.

Aspek pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pemerintah Desa Tanjung secara administrasi telah dilakukan dengan baik dan sudah sesuai dengan prosedur Pemendagri No.20 Tahun 2018, yang dilakukan dengan membuat laporan dengan cara memberikan informasi melalui papan informasi yang bersumber pendapatan desa dan penggunaan dana yang sudah direalisasikan. Prinsip pengelolaan anggaran dana desa sudah di lakukan dengan efektif dan sesuai peraturan yang berlaku.

SIMPULAN

1. Perencanaan pengelolaan dana desa yang dilaksanakan di Desa Tanjung Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik, telah dilaksanakan dengan benar dan sesuai dengan prosedur, dan dari pihak pemerintah sudah menjalankan proses perencanaan dengan baik dan tepat sesuai aturan yang berlaku proses perencanaan dimulai dari pembuatan peraturan tentang penggunaan APBDDesa tahun berjalan dan mengadakan proses musyawarah untuk rencana pembangunan desa.
2. Pelaksanaan pengelolaan dana desa yang dilakukan oleh pemerintah Desa Tanjung telah dilaksanakan dengan baik dimana dalam pelaksanaan penggunaan dana desa dijalankan sesuai porsi pembagiannya yaitu untuk bidang pembangunan serta bidang pemberdayaan.

3. Penatausahaan pengelolaan dana desa telah dilakukan Bendahara desa telah melaksanakannya dengan baik. Bendahara Desa Tanjung melakukan prosedur terkait penatausahaan mulai dari penerimaan, pengeluaran, pertanggungjawaban dan proses penatausahaan sudah bendahara kerjakan dengan menggunakan buku-buku pembantu sehingga menghasilkan laporan yang baik dan dapat dipertanggungjawabkan.
4. Pelaporan pengelolaan dana desa yang dilakukan oleh Pemerintah desa secara umum sudah dilakukan dengan baik.
5. Pertanggungjawaban pengelolaan dana desa sudah direalisasikan dengan baik pihak pemerintah Desa Tanjung secara administrasi telah dilaksanakan dengan benar dan sesuai dengan prosedur Pemendagri No. 20 tahun 2018, pertanggungjawaban dilakukan dengan membuat sebuah laporan dengan cara memberikan informasi lewat papan informasi yang bersumber pendapatan desa dan penggunaan dana yang telah direalisasikan. , saat ini segala sesuatu yang telah direncanakan harus di dukung dengan strategi yang baik serta dana yang cukup, tentu saja jika semua komponen bisa berjalan dengan baik, maka tujuan yang telah ditetapkan serta disepakati bersama akan memiliki potensi berhasil lebih besar.

IMPLIKASI

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dalam mengelola dana desa guna meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan. Sebab, dana desa dapat digunakan untuk perencanaan pembangunan ekonomi, pembangunan, pemberdayaan masyarakat, dan meningkatkan taraf hidup manusia untuk mengurangi kemiskinan. Diharapkan dalam pengelolaan dana desa pemerintah desa tanjung harus senantiasa mentaati dan menegakkan peraturan perundang-undangan dengan tetap memperhatikan pedoman yang telah ditetapkan agar dapat mengelola anggaran dana desa secara tepat dan harus lebih banyak berkoordinasi dengan lembaga - lembaga masyarakat.

Pemerintah memegang kendali secara penuh terkait pemanfaatan serta pengelolaan dana yang digunakan untuk menjalankan berbagai rencana yang telah ditetapkan, dalam pemanfaatan dana telah dilakukan audit oleh lembaga terkait agar dana yang dikeluarkan dapat dikelola dengan baik sebagaimana mestinya, untuk menghindari dari penyalagunaan serta penyelewengan dana, diperlukan adanya pengawasan dari berbagai pihak terutama masyarakat itu sendiri. Masyarakat sebagai warga negara yang memiliki wewenang untuk melakukan fungsi pengawasan tentu saja sangat membantu dalam mengawal proses berjalannya program serta pengelolaan dana yang telah dikeluarkan oleh pemerintah pusat.

Dalam menjalankan program yang telah ditetapkan serta disepakati bersama, tentu saja membutuhkan sumber pendanaan yang besar agar kesempatan untuk berhasil menjalankan program tersebut kemungkinan lebih besar dapat tercapai, saat ini segala sesuatu yang telah direncanakan harus di dukung dengan strategi yang baik serta dana yang cukup, tentu saja jika semua komponen bisa berjalan dengan baik, maka tujuan yang telah ditetapkan serta disepakati bersama akan memiliki potensi berhasil lebih besar. Setiap instansi pemerintah pasti telah melakukan perencanaan yang dijadikan sebagai modal dasar dalam menjalankan strategi untuk mensejahterakan masyarakat.

KETERBATASAN PENELITIAN

Terdapat batasan yang terjadi selama proses penelitian berlangsung yakni lokasi penelitian hanya dapat dilakukan disatu desa, dan objek penelitian hanya satu desa yaitu dana desa, selain itu para peneliti tidak terlibat langsung dalam pengelolaan dana desa, sehingga peneliti sebatas memahami dalam pengelolaan dana desa. Diharapkan semakin banyak peneliti untuk melakukan perbandingan antar desa yang berbeda, dan berharap untuk dapat menambah

objek penelitian menjadi dua objek atau lebih, seperti ADD dan Pendapatan Asli Desa (PADes), karena peneliti lain berharap dapat berpartisipasi langsung dalam pengelolaan dana desa agar mereka lebih mudah memperoleh informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Faizatul U. 2018. Analisis Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Alokasi Dana Desa. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Islam, I. C. 2018. Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa (ADD) di Desa Sidowungu Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Letik, A. (2019). Pengelolaan Dana Desa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Fatukoto Kecamatan Mollo Utara Kabupaten Timor Tengah Selatan Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal ilmiah wahana Bhakti Praja*. 9(1):3152
- Peraturan Mentri Desa Nomor 16 Tahun 2018. Tentang Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Republik Indonesia Tentang Penetapan Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019.
- Peraturan Mentri Dalam Negri Nomor 20 Tahun 2018. Tentang Pengelolaan Keuangan Desa.
- Peraturan Mentri Desa Nomer 6 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Mentri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Nomor 11 Tahun 2019 Tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2020.
- Permatasai, E., Sopanah., & Khajanah, H. (2018). Pengelolaan Alokasi Dana Desa dalam Upaya Meningkatkan Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Conference on innovation and application of science and technology*. 186-194
- Permendagri No.2 Tahun 2018., Permendagri PDTT No.16 Tahun 2018. (2019). *Keuangan Desa dan Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019*. Cibubur: Bee Media Pustaka
- Sofiyanto, M., Ronny, M. M., & M. Agus, S. (2017). Pengelolaan Dana Desa Dalam Upaya Meningkatkan Pembangunan Di Desa Banyuates Kecamatan Banyuates Kabupaten Sampang. *Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*. 6 (4)
- Shuha, K. (2018) Analisis Pengelolaan Dana Desa (Studi Kasus pada Desa-desa Selingkungan Kecamatan Lubuk Alung Kabupaten Padang Pariaman) . *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negri Palembang*.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009. Tentang Kesejahteraan Sosial.
- Yatim, Nur, Q. (2018) Analisis Pengelolaan Dana Desa Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Pandan Blole Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Yohanes, Victoria, A., & Abd. R. (2018). Efektivitas Penggunaan Alokasi Dana Desa (ADD) dalam Pelaksanaan Pembangunan Desa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 7(2) : 71-76

Pengaruh CR dan DER Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar di BEI

Hilda Anggita Sari Purwanto¹, Subakir², Fauziyah³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Email : hildaanggita99@gmail.com¹, basta.fauziyah@gmail.com³

Koresponden : subakir@unipa.sby.ac.id²

ABSTRAK

Pemeriksaan ini diharapkan dapat mengetahui pengaruh *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap Profitabilitas (ROA) pada industri rokok yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2020 secara individu atau bersamaan. Informasi yang digunakan diperoleh melalui informasi moneter dari situs resmi BEI (www.idx.id) pada laporan anggaran industri tahun 2015-2020. Faktor-faktor yang dicoba pada pengujian ini adalah *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER). Sedangkan faktor terikat yang digunakan adalah Profitabilitas (ROA). Memanfaatkan metode analisis statistik yaitu uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien detriminasi, dan uji hipotesis yaitu uji-F dan uji-t. Pada faktor CR (X1) yang diperoleh (uji-t) tidak berpengaruh terhadap ROA (Y), DER (X2) juga tidak berpengaruh terhadap ROA (Y). Sedangkan (uji-F) diperoleh CR (X1) dan DER (X2) tidak memiliki dampak yang bersamaan terhadap ROA (Y).

Kata kunci : *Current Ratio* (CR), *Debt to Equity Ratio* (DER), Profitabilitas (ROA)

ABSTRACT

This examination is expected to determine the effect of Current Ratio (CR) and Debt to Equity Ratio (DER) on Profitability (ROA) in the cigarette industry listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2015-2020 individually or simultaneously. The information used was obtained through monetary information from the IDX official website (www.idx.id) in the 2015-2020 industry budget report. The factors tested in this study are Current Ratio (CR) and Debt to Equity Ratio (DER). While the dependent factor used is Profitability (ROA). Utilizing statistical analysis methods, namely classical assumption test, multiple linear regression analysis test, coefficient of determination test, and hypothesis testing, namely F-test and t-test. The CR factor (X1) obtained (t-test) has no effect on ROA (Y), DER (X2) also has no effect on ROA (Y). Meanwhile (F-test) obtained CR (X1) and DER (X2) do not have the same impact on ROA (Y).

Keywords : *Current Ratio* (CR), *Debt to Equity Ratio* (DER), Profitability (ROA)

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan industri di era global ini semakin pesat. Salah satunya yaitu industri tembakau. Perusahaan dituntut untuk memunculkan produk-produk yang relatif terjangkau dengan kualitas yang bagus. Beberapa industri rokok yang tercatat di BEI yaitu HM Sampoerna Tbk, Bentoel International Investama Tbk, Indonesian Tobacco Tbk, Gudang Garam Tbk, dan Wismilak Inti Makmur Tbk. Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan tempat untuk mengakses informasi perusahaan seperti laporan keuangan dan saham. Industri tercatat akan memberika informasi yang akurat bagi publik tentang

keuangannya. Data pada laporan fiskal harus disajikan secara teratur dengan mengikuti standar yang berlaku agar mudah dimengeti. Laporan fiskal yang diperlihatkan industri sangat penting bagi manajemen dan pemilik industri (Kasmir, 2019).

Instrumen estimasi yang digunakan dalam memastikan keuntungan adalah *Return Of Asset* (ROA). ROA adalah proporsi yang dipakai untuk mengukur kapasitas untuk menghasilkan manfaat dari suatu industri. Salah satu unsur yang mempengaruhi profitabilitas adalah kewajiban. Ada beberapa cara berbeda untuk mengukur tingkat kewajiban suatu industri, menggunakan *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER).

CR ialah proporsi yang dipakai industri mengukur kapasitasnya dalam melunasi kewajiban jangka pendek atau hutang saat ini ketika akan dibayar sepenuhnya (Kasmir, 2019).

DER adalah proporsi yang digunakan oleh industri untuk memperluas kewajiban dengan kewajiban, dengan membandingkan keseluruhan kewajiban dan keseluruhan modalnya. Proporsi ini guna untuk memahami ukuran aset yang diberikan oleh peminjam dana dengan pemilik industri (Kasmir, 2019).

TELAAH PUSTAKA

Landasan Teori

Penguji ini menggunakan teori sinyal (*Signalling Theory*). Teori sinyal dipakai untuk memahami suatu kegiatan administrasi dalam menyampaikan data kepada penyandang dana yang dengan demikian dapat mengubah cara pandang penyandang dana dalam melihat keadaan industri (Suganda, 2018).

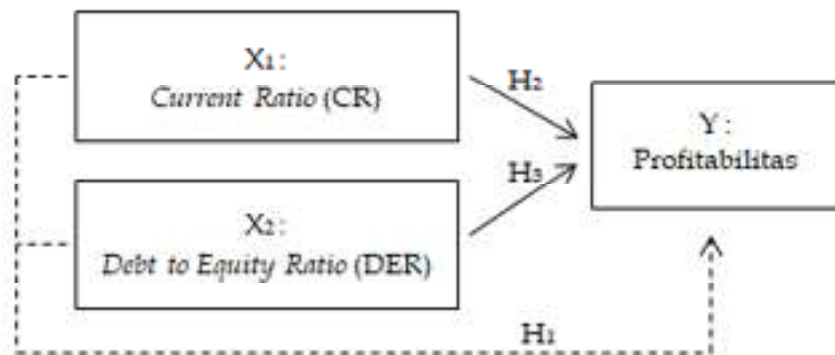
Rasio keuangan adalah latihan untuk mengkaji angka-angka pada informasi anggaran dengan cara memisahkan satu dan angka lainnya (Kasmir, 2019).

CR adalah proporsi yang dipakai untuk mengukur kemampuan industri dalam melunasi kewajiban sesaatnya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada (Sujarweni, 2017).

DER atau proporsi kewajiban terhadap modal adalah proporsi yang dipakai untuk mengukur sejauh mana banyaknya kewajiban terhadap modal (Hery, 2016).

ROA adalah proporsi yang digunakan oleh industri untuk mengukur kapasitas model yang dimasukkan ke dalam sumber daya oleh dan sumber daya yang besar untuk menciptakan keuntungan secara keseluruhan (Sujarweni, 2017).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1 : CR dan DER berdampak secara simultan terhadap Profitabilitas pada Industri Rokok yang tercatat di BEI.

H2 : CR berdampak terhadap Profitabilitas pada Industri Rokok yang tercatat di BEI.

H3 : DER berdampak terhadap Profitabilitas pada Industri Rokok yang tercatat di BEI.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Peneliti menggunakan teknik pemeriksaan kuantitatif. Teknik pemeriksaan kuantitatif adalah strategi eksplorasi yang mengandalkan pola berpikir positivisme, dipakai untuk memeriksa suatu kelompok atau tes tertentu, banyak informasi dengan memakai instrumen penelitian, penyelidikan informasi bersifat kuantitatif atau terukur, sepenuhnya bertujuan menguji spekulasi yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2018).

Penelitian dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda, menggunakan informasi tambahan yang diperoleh dari prosedur dokumentasi informasi. Konsekuensi dari informasi yang didapat akan diselidiki dan dipersiapkan untuk mendapatkan tujuan akhir. Pemeriksaan ini menggunakan dua faktor bebas dan satu faktor terikat dengan item tersebut, yaitu industri rokok tertentu yang tercatat di BEI.

Populasi dan Sampel

Dengan populasi lima industri rokok yang tercatat di BEI, yang akhirnya didapat tiga industri rokok yang tercatat di BEI sebagai sampel. Informasi yang dipakai pada penelitian ini adalah laporan fiskal dari tiga industri rokok yang tercatat di BEI.

Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel memakai teknik *purposive sampling*, dimana analis mengambil sebagian sampel secara acak dengan beberapa kriteria-kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. *Purposive sampling* adalah prosedur pengujian dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018).

Jenis dan Sumber Data

Informasi yang dipakai merupakan informasi data kuantitatif. Informasi kuantitatif menurut Sugiyono (2018) adalah informasi berupa angka, atau informasi subjektif yang diberi skor (*scoring*). Dengan memanfaatkan informasi tambahan, khususnya informasi yang tidak disampaikan secara langsung kepada pengumpul informasi, biasanya berupa laporan atau melalui orang lain (Sugiyono, 2018). Informasi yang dipakai didapatkan dari situs resmi BEI (www.idx.id).

Teknik Pengumpulan Data

Menggunakan teknik dokumentasi, dengan menggabungkan informasi berupa laporan keuangan per semester pada industri rokok tercatat di BEI tahun 2015-2020. Dokumentasi adalah catatan peristiwa seperti gambar, foto, sketsa, dan sebagainya (Sugiyono, 2018).

Definisi Operasional Variabel

1. CR (X1)

Berikut indikator CR menurut Kasim (2019) yaitu :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

2. DER (X2)

Berikut indikator DER menurut Hery (2017) yaitu :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

3. Profitabilitas (Y)

Berikut merupakan indikator Profitabilitas menurut Sujarweni (2017) yaitu :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggambarkan tentang serangkaian latihan memproses data yang didapatkan agar menjadi sebuah informasi. Prosedur pemeriksaan informasi diidentifikasi dengan perkiraan untuk menjawab perincian yang sulit dan menguji teori yang diajukan (Sugiyono, 2018). Teknik analisis data yang dipakai oleh analisis yaitu : Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

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

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,08410926
Most Extreme Differences	Absolute	,105
	Positive	,105
	Negative	-,083
Kolmogorov-Smirnov Z		,628
Asymp. Sig. (2-tailed)		,825

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Reaksi dari uji normalitas faktor CR (X1), DER (X2) dan Profitabilitas (Y) dapat dilihat di Asymp. Sig. (2-tailed) senilai 0,825 ($0,825 > 0,05$). Hingga hasil cenderung dianggap informasi yang disebarluaskan secara teratur atau data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolenieritas

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolenieritas
Coefficients^a**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	CR	,277
	DER	,277

a. Dependent Variable: ROA

Hasil uji multikolenieritas didapatkan nilai VIF pada dua faktor bebas yaitu CR (X1) senilai 3,613 dan DER (X2) senilai 3,613. Sedangkan nilai tolerance yang didapat yaitu CR (X1) senilai 0,277 dan DER (X2) senilai 0,277. Maka $VIF < 10$ dan tolerance $> 0,1$, sehingga cenderung beralasan tidak ada terjadinya multikolenieritas pada ketiga faktor tersebut.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.149 ^a	.022	-.037	.08662	.962

a. Predictors: (Constant), DER, CR
b. Dependent Variable: ROA

Hasil dari uji autokorelasi didapatkan nilai DW sebesar 0,962 pada tabel, dengan k=2 dan N=36 maka diketahui Du senilai 1,587 dan DL senilai 1,354. Sehingga $0 < Dw < DL$ yakni $0 < 0,962 < 1,354$. Maka kesimpulannya ialah tidak adanya autokorelasi pada model regresi tersebut.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
CR	.000	1	34	.996
DER	2.871	1	34	.099

Reaksi pada uji heteroskedastisitas terlihat dari korelasi homogenitas antara CR (X1) dengan Sig. senilai 0,996 dan korelasi homogenitas antara DER (X2) dengan Sig. senilai 0,099. Sehingga cenderung disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas dengan alasan bahwa nilai korelasi homogen lebih tinggi dari 0,05.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	.030	.128
	CR	.015	.019
	DER	.071	.150

a. Dependent Variable: ROA

Pada uji analisis regresi linier berganda langsung didapatkan output pada a senilai 0,030, pada b1 senilai 0,015, dan pada b2 senilai 0,071. Dari nilai ini, cenderung ditunjukkan bahwa dapat terindikasi adanya bentuk persamaan seperti berikut :

$$Y = 0,030 + 0,015X_1 + 0,071X_2$$

Dimana nilai a dan b pada persamaan diatas dapat dipahami seperti dibawah ini :

- $a = 0,030$ artinya : jika faktor CR (X1) dan DER (X2) senilai 0, maka ROA pada industri rokok tercatat di BEI tahun 2015-2020 sebesar 0,030.
- $b_1 = 0,015$ artinya : jika faktor CR (X1) mengalami peningkatan satu satuan, maka ROA pada industri rokok tercatat di BEI tahun 2015-2020 akan naik tingkat sebesar 0,015.
- $b_2 = 0,071$ artinya : jika faktor DER (X2) mengalami peningkatan satu satuan, maka ROA pada industri rokok tercatat di BEI tahun 2015-2020 akan naik tingkat sebesar 0,071.

Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,149 ^a	,022	-,037	,08662

a. Predictors: (Constant), DER, CR
b. Dependent Variable: ROA

Pada koefisien determinasi mendapatkan hasil output yang memperlihatkan jika Adjusted R Square senilai -0,37 (-3,7%). Hal tersebut memperlihatkan jika faktor bebas CR (X1) dan DER (X2) memberikan dampak yang sangat kecil atau bisa dikatakan tidak berpengaruh terhadap ROA (Y) pada industri rokok tercatat di BEI tahun 2015-2020.

Uji Hipotesis

1. Uji F

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis (Uji F)

ANOVA ^a				
Model		df	F	Sig.
1	Regression	2	,376	,690 ^b
	Residual	33		
	Total	35		

a. Dependent Variable: ROA
b. Predictors: (Constant), DER, CR

Dapat dilihat F_{hitung} senilai 0,376 dengan signifikansi 0,690. Dengan $\alpha = 0,05$, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 33$, maka nilai F_{tabel} dapat diketahui senilai 3,28. Dikarenakan nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($0,376 < 3,28$) dengan signifikansi senilai $0,690 > 0,05$, dianggap bahwa H_1 diabaikan, yang berarti CR (X1) dan DER (X2) tidak berdampak simultan pada ROA (Y) pada industri rokok tercatat di BEI tahun 2015-2020.

2. Uji t

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a				
	Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)		,236	,815
	CR	,257	,784	,438
	DER	,155	,473	,639

a. Dependent Variable: ROA

Hasil uji hipotesis dari uji t dapat dilihat berikut ini :

- 1) Pada hasil perhitungan diketahui bahwa t_{hitung} senilai 0,784 dengan t_{tabel} senilai 1,692, sehingga nilai t_{hitung} lebih rendah dari pada t_{tabel} ($0,784 < 1,692$). Nilai signifikansi uji t senilai 0,438 lebih tinggi dari 0,05 ($0,438 > 0,05$). Maka H_a ditolak, berarti faktor CR (X1) tidak berdampak secara individu terhadap ROA (Y) pada industri rokok tercatat di BEI tahun 2015-2020.
- 2) Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa t_{hitung} senilai 0,473 dengan t_{tabel} senilai 1,692, sehingga nilai t_{hitung} lebih rendah dari pada t_{tabel} ($0,473 < 1,692$). Nilai signifikansi uji t senilai 0,639 lebih tinggi dari 0,05 ($0,639 > 0,05$). Maka H_a ditolak, berarti faktor DER (X2) tidak berdampak secara individu terhadap ROA (Y) pada industri rokok tercatat di BEI tahun 2015-2020.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Current Ratio* Terhadap *Return On Asset*

CR menunjukkan hasil bahwa tidak berdampak pada ROA. Nilai CR yang rendah menunjukkan bahwa industri rokok memiliki profitabilitas (ROA) yang rendah juga. Rendahnya nilai CR pada perusahaan, maka perusahaan memiliki ketersediaan aktiva lancar yang kurang baik.

Hasil analisis ini sejalan pada analisis yang dipimpin oleh Supardi et al., (2018) dan penelitian yang dipimpin oleh Saputro (2019), yang mengungkapkan jika CR tidak berdampak signifikan pada profitabilitas (ROA).

Pengaruh *Debt to Equity Ratio* Terhadap *Return On Asset*

DER juga menunjukkan hasil bahwa tidak berdampak pada ROA. Nilai DER yang tinggi memperlihatkan bahwa kinerja industri tidak cukup baik. Karena DER yang tinggi memperlihatkan bahwa kewajiban industri lebih menonjol daripada keseluruhan sumber daya industri.

Hasil analisis ini sejalan dengan analisis yang dipimpin oleh Ariani & Bati (2018), dan Kasmad & Faiza (2018), yang mengungkapkan jika DER tidak berdampak pada profitabilitas (ROA).

Pengaruh *Current Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* Terhadap *Return On Asset*

CR dengan DER merupakan proporsi fiskal yang sangat penting pada laporan fiskal perusahaan. Dengan pengujian hipotesis pertama (H1) dengan menggunakan pengujian hipotesis uji F, mendapat hasil yang tidak berdampak signifikan.

Hasil analisis ini sejalan dengan analisis yang dipimpin oleh Wartono (2018) yang mengungkapkan jika faktor CR dan DER tidak berdampak signifikan pada Profitabilitas (ROA).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil dari pengujian dengan analisis yang sudah selesai, kesimpulan yang menyertainya dapat ditarik berikut ini :

1. CR dan DER menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut tidak semuanya berpengaruh pada profitabilitas (ROA) industri rokok yang tercatat di BEI tahun 2015-2020. CR dan DER merupakan proporsi yang dapat mempengaruhi laporan fiskal. Hal ini terlihat dari aktiva atau modal yang dimiliki oleh industri harus diawasi dengan sebaik-baiknya. Karena industri dengan kewajiban tinggi akan memiliki bahaya yang tinggi bagi industri.
2. Faktor CR menunjukkan hasil bahwa faktor tersebut tidak berpengaruh pada profitabilitas (ROA) industri rokok yang tercatat di BEI tahun 2015-2020. Rendahnya proporsi CR menunjukkan bahwa industri tersebut memiliki ketersediaan aktiva lancar yang kurang baik untuk mengurus kewajiban industri saat ini. Semakin rendah nilai CR saat ini, semakin rendah juga kapasitas industri dalam mengatasi kewajiban saat ini secara tepat.
3. Faktor DER juga menunjukkan bahwa faktor ini tidak berpengaruh pada profitabilitas (ROA) industri rokok yang tercatat di BEI tahun 2015-2020. Dalam hal suatu industri menunjukkan pemanfaatan kewajiban yang tinggi untuk pembiayaan industri, itu sama sekali tidak berbahaya bagi industri ketika industri dapat membayar kewajiban pada saat jatuh tempo. Semakin tinggi nilai DER, maka kinerja industri kurang cukup baik, karena DER yang tinggi menyiratkan jika industri mempunyai kewajiban yang lebih besar daripada semua sumber daya perusahaan.

Saran

Ada juga saran yang dapat disampaikan dari hasil analisis ini yaitu :

1. Bagi industri rokok yang tercatat di BEI diharuskan dapat mengelola CR dan DER industri dengan baik, untuk menarik para penanam modal untuk menempatkan modalnya di industri. Upaya industri dalam meningkatkan profitabilitas juga tidak hanya menyorot pada CR dan DER. Meskipun CR dan DER tidak berdampak terhadap profitabilitas, diharapkan industri tetap memperhatikan kedua proporsi tersebut. Karena CR dan DER penting untuk rasio keuangan fiskal yang bisa menjadi referensi untuk para penanam modal sebelum mereka menanamkan modalnya.
2. Bagi analis lain yang tertarik melakukan penelitian sejenis, mereka diharuskan untuk memperluas sampel. Peneliti juga diharapkan menguji dengan variabel lain yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan serta mendapatkan hasil penelitian yang maksimal.

IMPLIKASI

1. CR dalam penelitian ini tidak mempengaruhi profitabilitas (ROA), dengan tingkat CR yang rendah maka perusahaan akan mempunyai aset lancar yang tidak cukup baik untuk memenuhi hutang saat ini.
2. DER dalam penelitian ini tidak mempengaruhi profitabilitas (ROA), dengan tingginya nilai DER maka akan menimbulkan resiko pada industri saat jatuh tempo karena banyaknya hutang yang dimiliki.
3. CR dan DER tidak mempengaruhi profitabilitas (ROA), hal ini menunjukkan bahwa aktiva atau modal perusahaan harus dikelola sebaik mungkin, karena perusahaan dengan hutang yang tinggi itu tidak baik bagi perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Analisis ini hanya memakai dua faktor bebas yaitu CR dan DER, dengan faktor terikat yaitu Profitabilitas (ROA). Industri yang diteliti hanya industri rokok yang tercatat di BEI dalam enam tahun di periode 2015-2020 yang memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D., & Bati. (2018). pengaruh CR, DER dan DAR terhadap ROA pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di BEI. *P-ISSN*. <http://economac.ppj.unp.ac.id/index.php/economac/article/view/93/52>
- Hery. (2016). *Financial Ratio for Business*. PT. Grasindo.
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan* (Cetakan Ke). Grasindo.
- Kasmad, K., & Faiza, H. (2018). PERUBAHAN RETURN ON ASSET YANG DIAKIBATKAN ADANYA PERUBAHAN PADA MODAL KERJA DAN DEBT TO EQUITY RATIO PADA PT. SEPATU BATA, Tbk. *Inovasi*, 5(1), 65. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v5i1.y2018.p65-78>
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Rev). Rajawali Pers.
- Saputro, F. B. (2019). Pengaruh Working Capital, Struktur Modal dan Current Ratio terhadap Profitabilitas. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(3), 177. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i3.2931>
- Suganda, T. R. (2018). *Even Study Teori dan Pembahasan Reaksi Pasar Modal Indonesia*. CV. Seribu Bintang.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2017). *Analisis Laporan Keuangan Teori, Aplikasi dan Hasil Penelitian*. Pustaka Baru Pers.
- Supardi, H., Suratno, H., & Suyanto. (2018). Pengaruh Current Ratio, Debt To Asset Ratio, Total Asset Turnover Dan Inflasi Terhadap Return on Asset. *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 2(2), 16–27. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v2i2.541>

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi Bagi Investor Perusahaan Industri Sub Sektor Pertambangan Batu Bara yang Terdaftar di BEI

Anita Nur Rachmawati¹, Subakir², Yuli Kurnia Firdausia³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Email : anitarachmawati10@gmail.com¹, virdajulie9@gmail.com³

Koresponden : subakir@unipa.ac.id²

ABSTRAK

Riset ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap harga saham melalui GCG (*good corporate governance*) sebagai variabel moderasi pada perusahaan sub sektor pertambangan batubara yang telah terdaftar di BEI. Profitabilitas di proxikan oleh variabel EPS (*earning per share*) dan NPM (*net profit margin*). Sedangkan GCG diproxikan oleh kepemilikan institusi. Riset ini menggunakan sampel sebanyak 11 perusahaan batubara periode 2017-2019. Pendekatan riset memakai kuantitatif descriptive. Metode purposive sampling digunakan dalam pengambilan sampel riset. Riset ini menggunakan teknik analisis data yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, MRA (*moderated regression analysis*), uji koefisiensi determinasi, dan uji hipotesis. Dijelaskan serta disimpulkan dari pengujian hipotesis menyatakan bahwasanya EPS dan NPM tidak memiliki pengaruh secara persial terhadap harga saham. Sedangkan variabel GCG sebagai variabel moderasi antara EPS dan NPM tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap harga saham.

Kata kunci: Kinerja Keuangan, Profitabilitas, Harga Saham, *Good Corporate Governance*

PENDAHULUAN

Indonesia termasuk negara yang mempunyai potensi ekonomi terbesar di Asia - Tenggara. Hingga kala ini, perekonomian di Indonesia teruslah berkembang. Perkembangan dan pertumbuhan suatu ekonomi dalam Negara dapat diukur dengan mengetahui perkembangan berbagai tipe industri pada Negara tersebut. Industri yang *Go public* membuat investor semakin tertarik dengan besar kecilnya pergerakan saham yang terjadi. Saham termasuk dari beberapa alat investasi yang dapat diperhitungkan di pasar modal.

Di pasar modal sendiri, harga saham yang diperdagangkan setiap waktu selalu berubah. Oleh sebab itu, dalam melakukan penilaian terhadap harga saham suatu perusahaan, pengaruh kinerja perusahaan sangat penting. Bagi para investor, pengetahuan mengenai informasi dalam kinerja suatu perusahaan dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi para investor apakah akan mencari pilihan lain yang lebih baik atau tetap dengan mempertahankan investasi mereka di perusahaan industri tersebut. Untuk meningkatkan kinerja keuangan dalam suatu perusahaan penerapan GCG pada suatu perusahaan industri sangatlah memiliki peran penting.

Terdapatnya penerapan dalam pelaksanaan GCG diharapkan oleh perusahaan industri dalam meningkatkan pengawasan pada manajemen perusahaan dan menghindari aksi yang tidak sejalan dengan kepentingan perusahaan industri. Dengan menerapkan GCG, kesinambungan dalam suatu perusahaan akan terjamin sehingga kepercayaan investor dalam melakukan investasi di pasar modal akan meningkat dan kinerja perusahaan akan maksimal. Para investor dan kreditor asing sangat penting dalam menggunakan prinsip dari *corporate governance* yang dijadikan sebagai salah satu dari sekian aspek dalam pengambilan keputusan untuk melakukan kegiatan investasi suatu perusahaan industri (Ulum, 2018). GCG yang digunakan dalam riset ini diproxikan oleh kepemilikan institusi. Kepemilikan institusi sendiri sangat penting dalam kegiatan perusahaan yang memiliki guna untuk menimalisir adanya konflik antara manajerial dan para pemegang saham (Putri, 2020).

Disetiap perusahaan industri pasti memiliki kinerja perusahaan yang diukur dengan menggunakan metode rasio keuangan. Ada beberapa indikator rasio yang digunakan salah satunya yaitu rasio profitabilitas.

Rasio profitabilitas umumnya dipakai untuk menunjukkan keahlian perusahaan industri supaya menciptakan keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan. EPS dan NPM dapat mewakili rasio lain dalam menentukan nilai profitabilitas suatu perusahaan. EPS ialah rasio profitabilitas yang dapat memperhitungkan tingkatan keahlian per lembar saham dalam menciptakan laba untuk perusahaan industri selama satu periode (Khairinnisa, 2019).

EPS ini sangat diperhatikan oleh manajemen suatu perusahaan sebab, meningkatnya EPS memberikan petunjuk bahwasanya perusahaan tersebut sukses dalam meningkatkan taraf kemakmuran investor dalam menciptakan sebuah laba. NPM atau disebut margin laba bersih ialah rasio profitabilitas yang dapat dipakai dalam memperhitungkan nilai dari presentase laba bersih yang diperoleh setelah dikurangi dari pajak sebuah pendapatan dari hasil penjualan (Octaviani, 2019).

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- 1 Apakah EPS berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan industri sub sektor pertambangan batubara yang terdaftar di BEI ?
- 2 Apakah NPM berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan industri sub sektor pertambangan batubara yang terdaftar di BEI ?
- 3 Apakah EPS dan NPM berpengaruh secara simultan terhadap harga saham pada perusahaan industri sub sektor pertambangan batubara yang terdaftar di BEI ?
- 4 Apakah GCG memoderasi hubungan EPS terhadap harga saham pada perusahaan industri sub sektor pertambangan batubara yang terdaftar di BEI ?
- 5 Apakah GCG memoderasi hubungan NPM terhadap harga saham pada perusahaan industri sub sektor pertambangan batubara yang terdaftar di BEI ?

METODE

Riset ini tercantum ke dalam riset kuantitatif. Populasi dalam riset ialah laporan keuangan dari perusahaan industri sub sektor pertambangan batubara yang telah tercatat melalui BEI periode 2017-2019. Sampel dalam riset ada 11 perusahaan. Tekniknya dalam pengambilan sampel yang dilakukan peneliti ialah memakai purposive sampling. Bersumber pada kriteria – kriteria yang ditetapkan riset ini sebagai berikut :

No	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
1	Laporan keuangan tahunan lengkap di BEI secara berturut-turut periode 2017-2019	25
2	Perusahaan yang berada di wilayah Jakarta Selatan	11

Sumber : <https://www.idx.co.id> (data diolah)

Tabel 1. Kriteria pemilihan sampel

Riset ini memerlukan data sekunder melalui website akun resmi yang ada di BEI (www.idx.co.id) dan jurnal. Variabel bebas dalam riset ini ialah profitabilitas yang diproxikan oleh EPS dan NPM. Variabel terikat dalam riset ialah harga saham. Variabel moderasi dalam riset ialah GCG yang diproxikan oleh kepemilikan institusi. Analisis datanya yang digunakan yaitu uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedetisitas), analisis regresi linier berganda, moderated regressions analisis, uji koefisiensi determinasi, uji hipotesis (uji T dan uji F). Analisis regresi linier berganda dipakai untuk hubungan / ikatan antara variabel bebas dan varibel terikat yang didapatkan dari sebuah laporan keuangan suatu perusahaan industri sub sektor pertambangan batubara periode 2017-2019. Model dari persamaan regresi pada riset ialah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots (1)$$

Dari persamaan diatas, pengolahan berasal dari data yang menggunakan SPSS dilakukan sebanyak 2 kali :

- 1 Pengolahan datanya menggunakan analisis regresi sederhana untuk bagian dari persamaan regresi 1
- 2 Pengolahan datanya menggunakan analisis regresi berganda untuk bagian dari persamaan regresi 2

Informasi:

Y = Harga saham
 $\beta(1 - 2)$ = Koefisien dari arah regresi
 X1 = EPS
 X2 = NPM
 Z = GCG
 e = tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

MRA merupakan suatu teknik khusus persamaan linier berganda dimana persamaannya mengandung unsur interaksi yang digunakan untuk menguji apakah GCG mampu memoderasi hubungannya antara variabel kinerja keuangan dengan harga saham (Ghazali, 2018).

$$Y = \alpha_1 + \beta_3 X_1 + \beta_4 X_1 + \beta_5 (X_1 Z) + e \dots (2)$$

$$Y = \alpha_2 + \beta_6 X_2 + \beta_7 X_2 + \beta_8 (X_2 Z) + e \dots (3)$$

$\beta(3 - 8)$ = Koefisien arah regresi

$X_1 Z, X_2 Z$ = Interaksi variable bebas dengan variable moderasi

HASIL

1 Uji Asumsi Klasik

A Uji Multikolinieritas

1 Uji Multikolinieritas Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Zscore_EPS	1.000	1.000
Zscore_NPM	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Zscore_Harga Saham

Tabel 2. Hasil Percobaan dari Multikolinieritas untuk Persamaan Regresi Linier Berganda

Dijelaskan taraf VIF kedua variabel mengungkapkan taraf VIF < 10. Dijelaskan serta disimpulkan bahwasanya di dalam sebuah model regresi yang ada menghasilkan tidak akan timbul multikolinieritas antar variabel independen.

2 Uji Multikolinieritas Persamaan MRA dari Variabel EPS

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Zscore_EPS	.653	1.531
Zscore_GCG	.975	1.026
Moderat_I	.682	1.470

a. Dependent Variable: Zscore_Harga Saham

Tabel 3. Hasil Percobaan Multikolinieritas untuk Persamaan MRA Variabel EPS

Ketiga variabel EPS, GCG dan moderat I, memiliki angka tolerance > 10 dan taraf VIF < 10, dijelaskan serta disimpulkan bahwasanya dalam sebuah model

suatu regresi yang ada tidak akan berlangsung multikolinieritas antar variable independen.

3 Uji Multikolinieritas untuk Persamaan MRA dari Variabel NPM

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Zscore: NPM	,927	1,078
	Zscore: GCG	,922	1,085
	Moderat II	,994	1,006

a. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Tabel 4. Hasil Percobaan Multikolinieritas untuk Persamaan MRA Variabel NPM

Ketiga variabel NPM, GCG dan moderat II, memiliki taraf tolerance > 10 dan taraf VIF < 10, dijelaskan serta disimpulkan bahwasanya dalam sebuah model regresi yang ada tidak akan terjalin multikolinieritas antar variable independen.

B Uji Autokorelasi

1 Uji Autokorelasi dari Persamaan Regresi Linier Berganda

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,118 ^a	,014	,000	1,0753960	,827

a. Predictors: (Constant), Zscore: NPM, Zscore: LPS

b. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Tabel 5. Hasil percobaan dari Autokorelasi Persamaan Regresi Linier Berganda

Dijelaskan dalam pengujian variabel EPS, NPM dan harga saham diketahui taraf dari Durbin-Watson sebesar 0,827. Taraf tersebut $-2 \leq 0,827 \leq +2$. Maka berdasarkan ketentuannya tidak akan terjalin hubungan autokorelasi dalam sebuah model regresi.

2 Uji Autokorelasi Persamaan MRA dari Variabel EPS

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,382 ^a	,143	,022	,9891386	1,025

a. Predictors: (Constant), Moderat I, Zscore: GCG, Zscore: EPS

b. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Tabel 6. Hasil Percobaan uji Autokorelasi Persamaan MRA dari Variabel EPS

Dijelaskan dari pengujian variabel EPS, GCG, moderat I dan harga saham mengungkapkan taraf dari Durbin-Watson sebesar 1,025. Taraf tersebut bernilai $-2 \leq 0,827 \leq +2$. Maka berdasarkan ketentuannya tidak akan terjalin hubungan autokorelasi dalam sebuah model regresi.

3 Uji Autokorelasi Persamaan MRA dari Variabel NPM

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,356 ^a	,127	,036	,95161816	,866

a. Predictors: (Constant), Moderat II, Zscore: NPM, Zscore: GCG

b. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Tabel 7. Hasil uji Autokorelasi untuk Persamaan MRA Variabel NPM

Hasil pengujian dari variabel NPM, GCG, moderat II dan harga saham mengungkapkan taraf dari Durbin-Watson sebesar 0,966. Taraf tersebut bernilai $-2 \leq 0,827 \leq +2$. Maka berdasarkan ketentuannya tidak akan terjalin hubungan autokorelasi dalam sebuah model regresi.

C Uji Heteroskedetitas

1 Uji Heteroskedetitas Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a	
Model	Sig.
(Constant)	,000
1 Zscore: EPS	,111
Zscore: NPM	,718

a. Dependent Variable: abresid, Harga Saham

Tabel 8. Hasil Percobaan Heteroskedetitas Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil nilai sig dari kedua variabel menunjukkan sig > 0,05, dijelaskan serta disimpulkan bahwasanya dalam model sebuah regresi yang ada menghasilkan tidak akan terjalin hubungan heteroskedetitas antar variabel independen.

2 Uji Heteroskedetitas Persamaan MRA dari Variabel EPS

Coefficients ^a	
Model	Sig.
(Constant)	,000
1 Zscore: EPS	,225
Zscore: GCG	,238
Moderat II	,267

a. Dependent Variable: abresid, Harga Saham

Tabel 9. Hasil Percobaan Heteroskedetitas untuk Persamaan MRA Variabel EPS

Dijelaskan hasil nilai sig dari ketiga variabel menunjukkan sig > 0,05, dijelaskan serta disimpulkan bahwasanya dalam model sebuah regresi yang ada menghasilkan tidak akan terjalin hubungan heteroskedetitas antar variabel independen.

3 Uji Heteroskedetitas Persamaan MRA dari Variabel EPS

Coefficients ^a	
Model	Sig.
(Constant)	,000
1 Zscore: NPM	,945
Zscore: GCG	,379
Moderat II	,675

a. Dependent variable: abresid, Harga Saham

Tabel 10. Hasil Percobaan Heteroskedetitas Persamaan MRA dari Variabel NPM

Hasil nilai sig dari ketiga variabel menunjukkan sig > 0,05, dijelaskan serta disimpulkan bahwasanya dalam model sebuah regresi yang ada menghasilkan tidak akan terjalin hubungan heteroskedetitas antar variabel independen.

2 Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1,563E-016	,178	,000	,100
	Zscore EPS	-,118	,181	-,181	,652
	Zscore NPM	,004	,181	,004	,022

a. Dependent Variable: Zscore Harga Saham

Tabel 11. Hasil Percobaan Analisis Regresi Linier Berganda

Dihasilkannya dari pengungkapan variabel EPS, NPM dan harga saham tersebut bahwasanya ada tidaknya pengaruh variabel EPS (X1) dan NPM (X2) terhadap harga saham (Y). Persamaan regresi yang diperoleh adalah :

Constant (a) = -1,563E-016, EPS (b1) = -0,118, NPM (b2) = 0,004

$Y = -1,563E-016 - 0,118 X_1 + 0,004 X_2 + e$

a. Nilai a = -1,563E-016

Nilai dari konstanta menunjukkan bahwa variabel EPS dan NPM nilai rata-rata harga saham suatu perusahaan industri sub sektor pertambangan batubara di BEI periode 2017-2019 tidak ada perubahan pada seluruh variabel EPS dan NPM. Dijelaskan serta disimpulkannya variabel tersebut dianggap melakukan penyimpangan dari konstanta sebesar -1,563E-016.

b. Nilai B1 = - 0,118

Nilai dari koefisien X1 sebesar -0,118 menunjukkan bahwa variabel EPS (X1) dianggap konstan. Maka dari itu, setiap terdapat penambahan 1 satuan unit EPS akan menurunkan nilai rata-rata harga saham sebesar 0,118. Sebaliknya, setiap terdapat penurunan 1 satuan unit EPS akan meningkatkan nilai rata-rata harga saham sebesar 0,118.

c. Nilai B2 = 0,004

Nilai dari koefisien X2 sebesar 0,004 menunjukkan bahwa variabel NPM (X2) dianggap konstan. Maka dari itu, setiap terdapat penambahan 1 satuan unit NPM akan meningkatkan nilai rata-rata harga saham sebesar 0,004. Sebaliknya, setiap terdapat penurunan 1 satuan unit NPM akan menurunkan nilai rata-rata harga saham sebesar 0,004.

3 MRA (Moderated Regression Analysis)

a. Uji MRA (moderated regression analysis) Variabel EPS

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	.000	.171		.981
	Zscore EPS	-.143	.216	-.143	.659
	Zscore LCU	.315	.177	.315	.179
	Modera=1	.022	.216	.022	.901

a. Dependent Variable: Zscore Harga Saham

Tabel 12. Hasil Percobaan Moderated Regression Analysis Variabel EPS

Hasil dari percobaan tersebut telah menghasilkan model persamaan regresi yaitu :

$$Y = 0,002 - 0,143 X_1 + 0,315 Z - 0,022 X_1Z \text{ atau}$$

$$\text{Harga saham} = 0,002 - 0,143 (\text{EPS}) - 0,315 (\text{GCG}) - 0,022 (\text{EPS} \times \text{GCG})$$

Dari persamaan tersebut telah mendapatkan hasil dari variabel EPS sebesar taraf sig 0,515 dan variabel GCG taraf sig 0,086. Tarafnya lebih besar dari 5% (sig.>0,05). Dijelaskan serta disimpulkan bahwasanya variabel EPS dan GCG tidak berpengaruh terhadap harga saham. Dari ketiga variabel tersebut (EPS, GCG dan moderat I) dinyatakan bahwa variabel GCG tidak memoderasi hubungan antara variabel EPS terhadap harga saham. Variabel GCG bukan termasuk ke dalam variabel moderating.

b. MRA (moderated regression analysis) Variabel NPM

Model	Coefficients ^a			F	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,000	,175		,251	,611
Zscore: NPM	,057	,100	,057	,351	,651
Zscore: GCG	,336	,101	,336	1,857	,071
Moderat I:	,192	,105	,177	1,018	,317

a. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Tabel 13. Hasil Uji Moderated Regression Analysis Variabel EPS

Hasil dari percobaan tersebut telah menghasilkan model persamaan regresi yaitu :

$$Y = 0,050 - 0,087 X_2 + 0,336 Z - 0,192 X_2 \times Z \text{ atau}$$

$$\text{Harga saham} = 0,050 - 0,087 (\text{NPM}) - 0,336 (\text{GCG}) - 0,192 (\text{NPM} \times \text{GCG})$$

Dari persamaan tersebut mendapatkan sebuah hasil dari variabel NPM sebesar taraf sig 0,634 dan variabel GCG taraf sig 0,074. Tarafnya lebih besar dari 5% (sig.>0,05). Dijelaskan serta disimpulkan bahwasanya variabel NPM dan GCG tidak berpengaruh terhadap harga saham. Dari ketiga variabel tersebut (EPS, GCG dan moderat II) dinyatakan bahwa variabel GCG tidak memoderasi hubungan antara variabel EPS terhadap harga saham. Variabel GCG bukan termasuk ke dalam variabel moderating.

4 Uji Hipotesis

A Uji t

Model	Coefficients ^a			F	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,563E-016	,179		,000	1,000
Zscore: EPS	-,118	,181	-,118	,632	,519
Zscore: NPM	,004	,181	,004	,002	,912

a. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham

Tabel 17. Hasil Uji t

Dijelaskan hasil uji persial diatas diperoleh t hitung EPS senilai -0,652 dan taraf signifikansi dari variabel EPS sebesar 0,519. Selanjutnya, diperoleh t hitung NPM senilai 0,022 dengan taraf signifikansi sebesar 0,982. Kedua taraf signifikansi mengungkapkan ($\text{sig} > 0,05$), dijelaskan serta disimpulkan bahwasanya secara persial variabel EPS dan NPM tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel harga saham.

B Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,448	2	,224	,213	,809 ^b
Total	31,552	30	1,052		
Total	32,000	32			

a. Dependent Variable: Zscore: Harga Saham
b. Predictors: (Constant), Zscore: NPM, Zscore: EPS

Tabel 18. Hasil Uji F

Dijelaskan hasil dari uji F atau disebut uji serentak memperoleh taraf f hitung 0,213 dan taraf signifikansi bernilai 0,809. Taraf signifikansi tersebut lebih besar yaitu ($\text{sig} > 0,05$), dijelaskan serta disimpulkan bahwasanya variabel EPS dan NPM tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap harga saham.

SIMPULAN

Dijelaskan sesuai dengan hasil data melalui SPSS bahwasanya variabel EPS dan NPM telah terbukti tidak berpengaruh terhadap harga saham pada industri perusahaan sub sektor pertambangan batubara yang telah tercatat dari BEI periode 2017-2019.

Dijelaskan serta disimpulkan GCG bukan termasuk variabel moderasi yang diproxikan oleh kepemilikan nstitusi antara variabel EPS dan NPM terhadap harga saham.

IMPLIKASI

Sesuai hasil riset yang telah dilakukan dan didapatkan tidak adanya pengaruh antar variabel riset yang disebabkan karena ada variabel lain yang tidak dipakai dalam riset ini yang memiliki pengaruh mendominasi hubungan antara EPS dan NPM. Dengan demikian, riset berikutnya dapat menambahkan atau memerlukan variabel lain yang dapat memperkuat hubungan antara EPS dan NPM terhadap harga saham dan untuk investor, sebaiknya lebih mempertimbangkan lagi mengenai pengungkapan GCG yang dilakukan perusahaan ketika akan berinvestasi.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dijelaskan beberapa keterbatasan penelitian penulis ketika menyelesaikan riset dengan waktu yang sangat terbatas:

1. Riset ini hanya menggunakan GCG sebagai variabel moderasi. GCG diproxikan oleh kepemilikan institusi, sedangkan masih banyak indikator lain yang mampu memoderasi hubungan antara EPS dan NPM terhadap harga saham
2. Riset ini menggunakan profitabilitas yang diproxikan oleh EPS dan NPM

DAFTAR PUSTAKA

- Devilia. (2019). *Pengaruh rasio profitabilitas, rasio pasar, kebijakan dividen terhadap harga saham dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015 2018)* Devilia. 2(35), 62–84.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. In *International Journal of Physiology*.
- Hutauruk, M. R. (2017). Model Pembelajaran Praktikum Akuntansi Keuangan Berbasis Aplikasi Program Zahir Accounting Versi 6. *Model Pembelajaran Praktikum Akuntansi Keuangan Berbasis Aplikasi Program Zahir Accounting Versi 6*.
- Inapriila, adex silvia. (2020). Pengaruh Earning per share (EPS), Price Earning Ratio (PER) DAN Price To Book Value Terhadap Return Saham Pada Indeks IDX30 Tahun 2016-2018. *Skripsi*.
- Khairinnisa, R. (2019). Pengaruh Curent Ratio (CR), Debt To Equity Ratio (DER), Total Assets Turnover (TATO), Return On Equity (ROE) DAN Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham Pada Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013-2017. *Doctoral Dissertation, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Widyatama*, 1–13.
- Octaviani. (2019). PENGARUH NETvPROFITv MARGIN (NPM) DAN RETURNvONvASSETS (ROA) TERHADAP HARGA SAHAM. *Jurusan, Mahasiswa Fakultas, Akuntansi Universitas, Ekonomi PGRI Adi Buana Surabaya*, 1(1), 855–862. jurnalakuntansi.unipasby
- Pratiwi, M. D. D., Rupa, I. W., & Manuaba, I. M. P. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sector Infrastructur, Utilitie & Transportation Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Riset Akuntansi Warmadewa*, 2. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/jraw/article/view/1855>
- Putri, I. Y. N. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan , Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*.
- Sugiyono. (2017). Metode KuantitatiSugiyono. (2017). Metode Kuantitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (pp. 13–19).f. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Ulum, B. (2018). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Dan Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 - 2014. *GEMA Ekonomi, Vol. 06, N*, 125–137. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3477671#.XeDN7Ro7bTw.mendeley>

Implementasi SAK ETAP dalam Penyusunan Laporan Keuangan Pada CV Andyrahman Architect

Viki Ariyanti¹, Taudlikhul Afkar², Rina Fariana³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Email : aiviya.isnani06@gmail.com¹, fareeyna@gmail.com³

Koresponden : afkar@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk mengulas sejauh mana implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) dalam menyusun laporan keuangan pada CV Andyrahman Architect. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan analisis studi kasus. Wawancara, observasi, dan dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas, dan uji konfirmasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Implementasi SAK ETAP dalam neraca di perusahaan CV Andyrahman Architect sebagian besar sudah sesuai dengan SAK ETAP, hanya beberapa akun yang masih belum sesuai yaitu akun piutang dan aset tetap. Implementasi SAK ETAP dalam laporan laba rugi di perusahaan CV Andyrahman Architect sebagian sudah sesuai, namun pada akun pendapatan masih belum sesuai. Mengimplementasikan SAK ETAP dalam pembuatan laporan keuangan merupakan hal yang dapat membantu dalam proses pertanggung jawaban. Jika perusahaan ingin melibatkan pihak eksternal maka perusahaan harus membuat pertanggung jawaban laporan keuangan mengikuti ketentuan Standar Akuntansi Keuangan.

Kata Kunci : UKM, Laporan Keuangan, SAK ETAP

ABSTRACT

This study aims to analyze the extent to which the implementation of Financial Accounting Standards for Entities Without Public Accountability (SAK ETAP) in compiling financial reports at CV Andyrahman Architect. The method used in this research is descriptive qualitative research with a case study approach. Interviews, observations, and documentation are data collection techniques used in this study. Meanwhile, the tests used in this research are credibility test, transferability test, dependability test, and confirmability test. The results of this study reveal that the implementation of SAK ETAP in the balance sheet at the company CV Andyrahman Architect is mostly in accordance with SAK ETAP, only a few accounts are still not appropriate, namely accounts receivable and fixed assets. The implementation of SAK ETAP in the income statement at CV Andyrahman Architect is partly appropriate, but in the revenue account it is still not appropriate. Implementing SAK ETAP in the preparation of financial reports is something that can help in the accountability process. If the company wants to involve external parties, the company must make financial statement accountability in accordance with Financial Accounting Standards..

Keywords: SMEs, Financial Statements, SAK ETAP

PENDAHULUAN

Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) telah merumuskan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) pada tahun 2009. Perihal ini bertujuan untuk mengatasi masalah yang dihadapi UMKM maka perlu adanya standar akuntansi yang lebih mudah dari SAK umum berbasis IFRS. Standar ini mulai berlaku per 1 Januari 2011 (Ikatan Akuntan Indonesia, 2016).

Usaha Mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ialah sebuah aktivitas ekonomi yang memberikan andil cukup besar untuk memacu pertumbuhan ekonomi di Indonesia terutama dalam hal pendapatan negara dan kemampuannya menyerap tenaga kerja (Hani, 2017). Keadaan ini dapat dilihat dari pertumbuhan UMKM di Indonesia yang terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah tahun 2018, UMKM mempunyai pangsa sekitar 99,99% atau 64,2 juta dari total pelaku usaha di Indonesia. Sementara usaha besar hanya mempunyai pangsa sebesar 0,01% atau 5.550 pelaku usaha. UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97% atau 117 juta pekerja. Sedangkan usaha besar hanya menyerap tenaga kerja sebanyak 3% atau 3,6 juta pekerja (www.depkop.go.id). Dari data tersebut, tampak jelas bahwa UMKM memiliki peranan penting bagi perekonomian di Indonesia. Namun, dilihat dari segi yang lain pelaku usaha UMKM dalam menjalankan usahanya juga masih sering dihadapkan berbagai kendala.

Kendala yang sering dialami oleh sebagian UMKM adalah lemahnya pengetahuan tentang pencatatan sistem akuntansi yang baik dalam menyajikan laporan keuangan guna pengendalian usaha (Sembiring & Elisabeth, 2018). Pelaku UKM yang tidak mempunyai akuntabilitas publik dan tidak terdaftar di pasar modal tidak diwajibkan untuk menyusun laporan keuangannya (Ikatan Akuntan Indonesia, 2016). Akibatnya, pelaku usaha UMKM sering mengabaikan pencatatan akuntansi. Hal ini dikarenakan pelaku usaha UMKM beranggapan proses pencatatan akuntansi sangat rumit dan dirasa hanya akan menambah beban (Armitage et al., 2016). Padahal laporan keuangan yang baik sangat penting untuk kelangsungan usaha. Hadirnya SAK ETAP diharapkan agar tidak dirasa sulit bagi para pelaku usaha UMKM membuat laporan keuangan yang sederhana sehingga bisa memperoleh pendanaan yang luas, laporan keuangan yang dapat diperiksa dan mendapat opini audit (Ikatan Akuntan Indonesia, 2016). Pada kenyataan di lapangan, walaupun sudah ada pedoman SAK ETAP, pelaku UMKM masih banyak yang belum menerapkan SAK ETAP. Hal ini berdasarkan pada riset yang pernah yang dilakukan oleh Basyarullah (2018) dalam penelitiannya menunjukkan salah satu UMKM di Surabaya masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP, penelitian yang dilakukan Frilisia & Wirajaya (2018) pada PT Aira Nusantara Indah masih sebagian menerapkan SAK ETAP, dan penelitian Yulianto,dkk (2020) yang dilakukan pada PT Indo Tools Sejahtera juga masih belum menerapkan SAK ETAP.

Salah satu UMKM di Sidoarjo adalah perusahaan CV Andyrahman Architect yang bergerak dibidang jasa yaitu jasa konsultan arsitek dan manajemen, desain interior, dan pemborong / kontraktor pada umumnya. Perusahaan ini beralamat di Grand Royal Regency G3/11, Wage, Taman, Sidoarjo. Pengembangan usaha pada CV Andyrahman Architect dilakukan dengan cara memberikan edukasi pada masyarakat tentang dunia arsitektur seperti program “Padepokan Tcap Toekang” yang setiap bulannya membuat kegiatan workshop atau bedah buku secara gratis. Selain itu pemilik dari perusahaan tersebut sering menerbitkan buku edukasi, seperti buku omah boto, spirit_47, ngekos, dan lain-lain, yang di dalam kepenulisannya juga bekerja sama dengan perusahaan arsitek lain. Hal

ini membuat CV Andyrahman semakin dikenal banyak orang yang mengakibatkan permintaan jasa semakin meningkat.

Persaingan bisnis yang semakin ketat maka menghasilkan laporan keuangan yang lebih transparan sangat dibutuhkan karena laporan keuangan mempersiapkan informasi-informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja perusahaan, dan laporan arus kas suatu perusahaan yang bermanfaat untuk pemakai dalam menentukan keputusan ekonomi (Ikatan Akuntan Indonesia, 2016), dan menuntut pelaku usaha untuk berasosiasi dengan pihak eksternal perusahaan. Terutama dalam memenuhi kebutuhan pendanaan perusahaan yang akan berkenaan dengan pihak bank/ lembaga moneter lainnya. Pelaku usaha umumnya akan dimintai laporan keuangan oleh pihak tersebut untuk mengukur kelayakan kredit (Rawun & Tumilaar, 2019).

Perusahaan CV Andyrahman Architect termasuk ke dalam salah satu perusahaan tanpa akuntabilitas publik maka pembuatan laporan keuangan yang tepat adalah mengacu pada SAK ETAP. Pada observasi awal yang dilakukan peneliti ditemukan bahwa perusahaan tersebut sudah mempunyai akuntan yang menangani keuangan perusahaan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat merefleksikan perlakuan akuntansi pada perusahaan dan menilai sejauh mana SAK ETAP diterapkan pada CV Andyrahman Architect. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu membagikan informasi yang bermanfaat untuk CV. Andyrahman Architect sebagai masukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan terutama dalam bidang keuangan.

Melihat dari latar belakang permasalahan, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) dalam penyusunan laporan keuangan pada CV Andyrahman Architect. Hal ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) dalam penyusunan laporan keuangan pada CV Andyrahman Architect.

Acuan dari penelitian ini juga tidak terlepas dari peneliti terdahulu agar penelitian ini mempunyai sumber yang kuat dari penelitian sebelumnya, yakni penelitian yang dilakukan oleh Frilisia & Wirajaya (2018) pada perusahaan PT. Aira Nusantara Indah. Hasil penelitiannya adalah PT Aira Nusantara masih sebagian menjalankan SAK ETAP dalam laporan keuangannya. Pencatatan yang dilakukan oleh PT Aira Nusantara diantaranya dengan mengerjakan jurnal khusus yang memuat catatan kas masuk dan kas keluar, catatan penjualan, daftar piutang dan kartu persediaan barang dagangan, itu pun masih belum berjalan efektif dan efisien.

Acuan berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Basyarullah (2018) pada Klinik Musik Surabaya. Hasil penelitiannya adalah Laporan keuangan yang dikerjakan oleh Klinik Musik masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP. Beberapa masalah yang membuat laporan keuangan belum sesuai yaitu SDM, pekerjaan terforsir untuk konsumen, perbedaan rekening, dan dokumen pelengkap untuk memantau aktivitas usaha agar laporan keuangan bisa dibuat lebih mudah.

Penelitian yang dilakukan oleh Indawatika (2017) pada Koperasi Intako. Hasil penelitiannya adalah akun yang ada dalam laporan keuangan hampir sesuai dengan SAK ETAP, tetapi masih ada akun yang belum sesuai. .

Grand Theory penelitian ini adalah *Entity Theory* (Teori Entitas). Teori ini dikemukakan oleh Paton (1940), yang menjadi fokus dalam teori ini adalah perusahaan harus menjadi sesuatu yang tersendiri dan berbeda dari pihak pemilik dan unit usaha. Unit usaha yang harus menyajikan

informasi, bukan pemilik. Penyajian laporan keuangan dan kerangka dasar penyusunan yang mencatumkan laporan keuangan konvensional merupakan esensi dari teori entitas.

Laporan keuangan bagi Warren, dkk (2017) merupakan laporan yang disiapkan bagi pengguna laporan akuntansi untuk menyediakan informasi, setelah transaksi melalui proses pencatatan dan peringkasan.

SAK ETAP adalah standar akuntansi yang diperuntukkan perusahaan kecil dan menengah, dimaksudkan agar digunakan perusahaan yang tidak memiliki pertanggung jawaban keuangan secara publik. Pengambilan keputusan ekonomi tidak terlepas dari keterlibatan informasi yang disajikan dalam posisi keuangan, kinerja keuangan, dan laporan arus kas suatu perusahaan, hal ini merupakan misi dari laporan keuangan itu sendiri agar menjadi laporan yang bermanfaat juga diperuntukkan siapapun pihak yang tidak bisa diberikan laporan keuangan secara khusus namun membutuhkan beberapa informasi tertentu dari laporan keuangan. (Ikatan Akuntan Indonesia, 2016)

METODE

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini. Subjek pada penelitian ini adalah pemilik CV Andyrahman Architect yaitu Bapak Andy Rahman, bagian keuangan CV Andyrahman Architect yaitu Ibu Rokhayati, dan bagian sekretaris/HRD yaitu Ibu Sofi. Objek pada penelitian ini adalah implementasi SAK ETAP di CV Andyrahman Architect.

Teknik observasi partisipatif, wawancara tidak terstruktur, dan dokumentasi merupakan teknik pengambilan data dalam penelitian ini. Sedangkan Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas, dan uji confirmabilitas. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis studi kasus. Analisis studi kasus merupakan analisis untuk menyelidiki suatu kejadian atau serangkaian kejadian terkait dengan tujuan khusus untuk mendeskripsikan dan menjelaskan suatu fenomena (Berg & Lune, 2016).

HASIL

A. Pengakuan Akun – Akun Pada Neraca di CV Andyrahman Architect

1. Kas

SAK ETAP menjelaskan bahwa kas dan setara kas dalam penyajiannya di neraca harus memiliki jumlah yang sama dengan rekonsiliasi jumlah yang terdapat pada laporan arus kas.

Januari – Februari 2021, pencatatan kas CV Andyrahman Architect masih belum terdapat neraca dan masih dicatat dalam catatan arus kas yang sederhana. Hal ini juga disampaikan oleh informan Bu Sofi,

“....memang sebelumnya saya lihat laporannya itu hanya sekedar nota itu tidak dipedulikan seperti dibuang-buang. Karena saya melihat ini bukan akuntansi yang sebenarnya, kalau seandainya ada pengeluaran atau pemasukan barang bukti itu harus ada. Karena jika, seandainya perusahaan ini sudah besar, kalau memang masih menerapkan seperti ini, ini yang akan menjadi, apa ya, menjadi seperti perusahaan yang tidak memiliki manajemen keuangan yang baik.”

Maka pengakuan pada bulan ini belum sesuai. Maret 2021, Pencatatan kas perusahaan CV Andyrahman Architect telah dilaporkan dalam neraca. Pengakuan telah sesuai dengan SAK ETAP.

2. Piutang

Pada observasi peneliti, CV Andyrahman Architect telah melakukan pencatatan piutang dalam buku manual. Namun jumlah piutang pada bulan Januari – Maret 2021 tidak dicantumkan dalam neraca. Hal ini tidak sesuai dengan ketentuan SAK ETAP yang mewajibkan aset diakui didalam neraca.

3. Aset Tetap

Kriteria SAK ETAP diakui dalam neraca pada aset tetap, apabila terdapat pos yang mengalir dari atau ke dalam entitas dan dapat diukur dengan andal dari segi biaya juga memiliki manfaat ekonomi maka perusahaan harus mengakui aset tetap dari biaya perolehan yang didapat.

Pengakuan tanah dan bangunan dengan memisahkan pencatatan aset, walaupun perolehan tanah dan bangunan secara bersamaan.

Pengakuan aset tetap di CV Andyrahman Architect pada bulan Januari – Februari 2021, tidak ditemukan adanya pengakuan aset tetap didalam neraca. Hanya diakui didalam rincian daftar aset tetap. Penyusutan dalam rincian daftar aset tetap sudah terhenti pada tahun 2013. Maret 2021, didalam observasi dan dokumentasi peneliti menemukan bahwa gedung kantor dicatat dalam neraca namun tidak ada pemisahan antara gedung kantor dengan tanah yang dimiliki. Pengakuan aset tetap masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP.

4. Kewajiban

Pengakuan kewajiban dalam SAK ETAP dalam neraca apabila terdapat tujuan menyelesaikan kewajiban saat ini yang didapat karena adanya penggunaan sumber daya yang mempunyai keuntungan ekonomi dan jumlah yang harus diselesaikan bisa diperkirakan dengan andal.

Pengakuan kewajiban pada bulan Januari – Februari, CV Andyrahman Architect tidak mengakui hutang ke dalam neraca. Artinya pengakuan kewajiban pada bulan ini masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP. Maret 2021, CV Andyrahman Architect telah melakukan pencatatan semua hutang ke dalam neraca. Pengakuan kewajiban telah sesuai dengan SAK ETAP.

5. Ekuitas

Pengakuan modal berdasarkan SAK ETAP yang dapat dinyatakan dalam neraca yaitu modal dasar, modal yang ditempatkan dan modal yang disetor.

Januari – Februari 2021, berdasarkan data dokumentasi dan data observasi, tidak ada pengakuan modal kedalam neraca, namun sudah tercatat dalam dokumen akta perusahaan, seperti yang dituturkan oleh Bu Rokhayati dalam wawancara,

“Sudah ada, 75% itu pimpinan saya dan 25% komanditernya sudah ada sendiri”

hanya saja belum tercatat dalam neraca, maka pengakuan modal perusahaan CV Andyrahman Architect pada bulan Januari – Februari 2021 masih belum sesuai dengan SAK ETAP.

Maret 2021, berdasarkan data dokumentasi, CV Andyrahman Architect sudah memasukkan modal ke dalam neraca. Maka pengakuan modal di perusahaan CV Andyrahman Architect pada bulan Maret 2021 sudah sesuai dengan SAK ETAP.

B. Pengukuran Akun – Akun Pada Neraca di CV Andyrahman Architect

1. Kas

SAK ETAP paragraf 2.31 menjelaskan bahwa dasar pengukuran umum adalah biaya historis dan nilai wajar. Pengukuran kas bulan Januari – Februari 2021 masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP meskipun dilihat dari pernyataan kalimat SAK ETAP telah sesuai, namun karena tidak ada neraca maka pengukuran kas masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP.

Maret 2021, Perusahaan sudah terdapat laporan neraca. pengukuran kas dalam perusahaan CV Andyrahman Architect sudah memenuhi standar SAK ETAP yang menetapkan bahwa jumlah yang diterima / dibayarkan sesuai nilai wajar.

2. Piutang

CV Andyrahman Architect telah mencatat piutang ke dalam catatan piutang. Namun masih belum mencatat ke dalam laporan keuangan. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian antara pengukuran didalam SAK ETAP dengan laporan keuangan CV Andyrahman Architect.

3. Aset Tetap

Pengukuran aset tetap dalam perusahaan CV Andyrahman Architect menetapkan dengan harga beli. Hal ini didasarkan pada wawancara dengan Bu Rokhayati, beliau menyampaikan

“Untuk laporan inventaris itu sudah ada sejak saya disini jadi saya tinggal menambahkan atau memperbaharui inventaris kantor yang terbaru. Jadi ada komputer baru kita tinggal merevisi itu tanggal dan tahun pembelian dan tinggal menambahkan saja”

Peneliti telah melakukan observasi dan melihat hasil dokumentasi bahwa aset tetap telah tercatat dalam daftar rincian aset tetap. Namun, tidak tercatat dalam neraca. Maka pengukuran aset tetap masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP karena tidak tercantum dalam neraca.

4. Kewajiban

Pengukuran kewajiban yang dilakukan oleh CV Andyrahman architect berdasarkan observasi dan dokumentasi adalah dengan sejumlah uang tunai yang diterima atau sebesar nilai suatu aset yang bukan uang tunai. Bu Rokhayati juga menjelaskan dalam wawancara,

“...Sebelum membeli kan pasti mereka memberi sejumlah besarnya nominalnya harga. Ketentuannya ya harga yang diberikan itu. Utangnya ya itu tadi. Pembelian harga computer 20 juta ya utangnya 20 juta...”

Apabila terjadi kewajiban sebagai penukarnya maka SAK ETAP mengharuskan mencatat kewajiban sebesar kas atau setara kas yang diperoleh atau sebesar nilai wajar dari aset non-kas yang diperoleh.

Januari – Februari 2021, perusahaan hanya mencatat pada catatan hutang namun tidak mencatatnya ke dalam neraca. Maka pengukuran yang dilakukan perusahaan CV Andyrahman Architect masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP.

Maret 2021, laporan neraca sudah dibuat oleh perusahaan, sudah terdapat akun kewajiban didalamnya. Melihat ketentuan SAK ETAP, pengukuran yang dilakukan oleh CV Andyrahman Architect sudah sesuai dengan pedoman SAK ETAP.

5. Ekuitas

SAK ETAP menjelaskan bahwa ekuitas adalah hak sisa atas aset entitas setelah dikurangi semua kewajiban. Bulan Januari – Februari 2021 perusahaan belum mencatat modal ke dalam laporan keuangan. Namun sudah tercatat di akta perusahaan sehingga pengukuran modal belum sesuai dengan SAK ETAP.

Maret 2021, perusahaan CV Andyrahman Architect telah membuat neraca dan mengukur modal dengan cara yang sesuai dengan ketentuan SAK ETAP.

Peneliti menemukan perbedaan dalam wawancara berikutnya yang menyatakan,

“Untuk modal itu, ini kan CV jadi modal itu. Sekarang gak ada campuran sama komanditernya. Jadi murni pemilik perusahaan”

SAK ETAP menjelaskan antara modal persero aktif dan persero komanditer harus dipisahkan dari modal suatu persekutuan CV. CV Andyrahman Architect hanya mempunyai 1 pemilik modal sebagai persero aktif yaitu direktur perusahaan, Bapak Andy.

C. Penyajian Neraca di CV Andyrahman Architect

SAK ETAP menjelaskan bahwa laporan keuangan menyajikan dengan wajar posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas suatu entitas. Penyajian wajar harus dilakukan secara jujur atas pengaruh transaksi, peristiwa dan keadaan lain yang sesuai dengan definisi dan kriteria pengakuan aset, kewajiban, penghasilan dan beban.

Januari – Februari 2021, berdasarkan hasil analisis pada pengungkapan akun-akun dalam neraca, penyajian CV Andyrahman Architect masih belum memenuhi kriteria SAK ETAP.

Maret 2021, perusahaan perlahan sudah berusaha mulai menerapkan SAK ETAP. Pada bulan ini, perusahaan sudah membuat neraca, namun masih ada pengungkapan yang belum mengikuti kriteria SAK ETAP, yaitu piutang dan aset tetap. Aset tetap yang tertera pada neraca merupakan dari pembelian kursi baru. Aset tetap lainnya masih belum tercantum. Sehingga, penyajian neraca pada CV Andyrahman Architect masih belum memenuhi kriteria SAK ETAP.

D. Pengakuan Akun – Akun Laba Rugi di CV Andyrahman Architect

1. Pendapatan

Ketentuan diakuinya akun pendapatan berdasarkan SAK ETAP, apabila terdapat peningkatan manfaat ekonomi di masa depan yang dapat meningkatkan aset atau pengurangan

kewajiban telah terjadi dan bisa diukur secara andal maka pendapatan diakui dalam laporan laba rugi

Januari – Februari 2021, CV Andyrahman Architect masih belum mencatat pendapatan pada laporan laba rugi. Data dokumentasi yang didapat oleh peneliti, perusahaan pada bulan Januari – Februari 2021 hanya mencatat pada catatan arus kas sederhana. Maka dengan hal ini, pengakuan pendapatan pada bulan Januari – Februari 2021 pada CV Andyrahman Architect masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP.

Maret 2021, berdasarkan data dokumentasi yang diperoleh oleh peneliti perusahaan sudah mulai mengerjakan laporan laba rugi. Pendapatan sudah terdapat pada laporan laba rugi. Pengakuan pendapatan pada bulan Maret 2021 sudah mengikuti ketentuan SAK ETAP.

2. Beban

SAK ETAP mensyaratkan bahwa apabila pengurangan manfaat ekonomi masa depan yang berhubungan dengan pengurangan aset atau kenaikan kewajiban telah terjadi dan bisa diukur secara andal maka beban diakui dalam laporan laba rugi.

Januari – Februari 2021, CV Andyrahman Architect belum membuat laporan laba rugi. Hal ini didasarkan dari data dokumentasi yang peneliti peroleh. Pengakuan pendapatan pada bulan tersebut masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP.

Maret 2021, CV Andyrahman Architect telah membuat laporan laba rugi. Akun beban telah dimasukkan kedalam laporan laba rugi. Pengakuan pendapatan pada bulan Maret 2021 telah sesuai dengan ketentuan SAK ETAP.

E. Pengukuran Akun – Akun Laba Rugi di CV Andyrahman Architect

1. Pendapatan

Januari – Maret 2021, Pengukuran pendapatan yang dilakukan CV Andyrahman Architect adalah dengan cara mengukur berdasarkan Surat Perintah Kerja yang telah disepakati oleh *client* dengan perusahaan. Hal ini disampaikan oleh Bu Rokhayati dalam wawancara,

“Iya, biasanya klien itu transfer bukti transfernya itu pasti dishare ke wakil direktur atau pimpinan, pimpinan dishare ke bagian tim officier. Tim officier sendiri itu terdiri dari saya, wakil direktur, dan pimpinan. Jadi fair gitu jadi tidak ada pendapatan yang tidak disampaikan jadi sesuai dengan SPK yang sudah ditanda tangani dengan klien”

Ketentuan pengukuran dalam SAK ETAP menjelaskan pengukuran pendapatan berdasarkan pembayaran yang diterima atau masih harus diterima. Tidak boleh memasukkan jumlah potongan pembelian, harus memasukkan sejumlah nilai bruto. Tidak boleh mencampurkan dengan jumlah yang menjadi bagian pihak ketiga, seperti pajak penjualan pajak atas barang dan jasa, dan pajak pertambahan nilai.

CV Andyrahman Architect tidak memisahkan antara jumlah pendapatan bruto dengan nilai yang menjadi bagian pihak ketiga, yaitu pajak penjualan. Bu Rokhayati mengatakan bahwa nilai pendapatan berdasarkan nilai surat perintah kerja yang telah disepakati dan setiap proyek yang dikerjakan selalu dikenakan PPN. Bu Rokhayati menyampaikan dalam wawancara,

“...PPN itu ada kalau misalkan kita ada proyek yang memang dia harus ada PPNnya...”

Pengukuran pendapatan CV Andyrahman Architect masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP, karena pendapatan dalam SAK ETAP diukur dengan cara tidak mencampur adukkan antara pendapatan bruto dengan pajak penjualan.

2. Beban

Januari – Februari 2021, CV Andyrahman Architect mengukur beban dengan kesesuaian antara besaran nominal kas yang dikeluarkan untuk beban. Bu Rokhayati menyampaikan dalam wawancara,

“Saat ada pengeluaran dan bukti transfernya harus disampaikan ke pimpinan”

Pernyataan Bu Rokhayati menjelaskan bahwa beban diukur sesuai dengan bukti transaksi yang ada.

Dasar pengukuran umum menurut SAK ETAP adalah biaya historis dan nilai yang wajar. Biaya historis adalah semua uang atau setara uang yang dibayarkan atau nilai yang wajar dari pembayaran yang dilakukan.

Pengukuran yang dilakukan oleh CV Andyrahman Architect, jika dilihat dari kalimat SAK ETAP sesuai, namun jika dilihat dari laporan keuangan yang masih hanya dicatat sebatas masuk keluar uang maka pengukuran bulan Januari – Februari 2021 masih belum sesuai.

Maret 2021, perusahaan sudah mulai membuat laporan laba rugi. Pengukuran beban pada perusahaan CV Andyrahman architect pada bulan ini telah mengikuti ketentuan dengan SAK ETAP yang dimana biaya diukur sesuai dengan jumlah kas yang dibayarkan.

F. Penyajian Laba Rugi di CV Andyrahman Architect

Januari – Februari 2021, CV Andyrahman Architect tidak membuat laporan laba rugi. Hanya mencatat transaksi sebatas keluar masuk uang. Hal ini juga disampaikan Bu Sofi dalam wawancara,

“...Jadi saya waktu datang kesini meminta ke Pak Andy untuk membantu beliau menyusun SOP keuangan. Karena yang saya lihat masih amburadul ya. Saya susun sesuai dengan ilmu yang pernah saya dapatkan ketika dibangku kuliah dulu, bagaimana menyusun laporan keuangan yang harus ada neraca, yang harus laba rugi, jurnal umum dan kas-kasnya”

wawancara dengan Bu Sofi menjelaskan bahwa sebelumnya pencatatan laporan laba rugi masih belum tertata rapi.

Penyajian laporan laba rugi dalam SAK ETAP mensyaratkan entitas untuk menyajikan laporan laba rugi untuk suatu periode yang merupakan kinerja keuangannya selama periode tersebut.

Penyajian laporan laba rugi bulan Januari – Februari 2021 di perusahaan CV Andyrahman Architect masih belum mengikuti ketentuan SAK ETAP karena perusahaan belum menyajikan laporan laba rugi.

Maret 2021, CV Andyrahman Architect melakukan perbaikan sistem keuangan. Laporan laba rugi sudah mulai dibuat oleh bagian keuangan. Penyajian dalam laporan laba rugi telah mengikuti ketentuan SAK ETAP.

KESIMPULAN

Implementasi SAK ETAP dalam neraca di perusahaan CV Andyrahman Architect sebagian besar sudah sesuai dengan SAK ETAP, hanya beberapa akun yang masih belum sesuai yaitu akun piutang dan aset tetap. Implementasi SAK ETAP dalam laporan laba rugi di perusahaan CV Andyrahman Architect sebagian sudah sesuai, namun pada akun pendapatan masih belum sesuai.

IMPLIKASI

Implikasi dari penerapan SAK ETAP dengan perusahaan CV Andyrahman Architect, perusahaan harus memisahkan pertanggung jawaban antara pemilik dengan unit usaha. Mengimplementasikan SAK ETAP dalam pembuatan laporan keuangan merupakan hal yang dapat membantu dalam proses pertanggung jawaban. Jika perusahaan ingin mendapatkan bantuan kredit / tambahan modal dari investor maka perusahaan harus membuat pertanggung jawaban laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu peneliti hanya meneliti laporan neraca dan laba rugi. Sementara itu, dalam SAK ETAP masih ada laporan keuangan yang lain, yaitu laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Armitage, H. M., Webb, A., & Glynn, J. (2016). The Use of Management Accounting Techniques by Small and Medium-Sized Enterprises: A Field Study of Canadian and Australian Practice. *Accounting Perspectives*. <https://doi.org/10.1111/1911-3838.12089>
- Basyarullah, R. (2018). *Implementasi Penyajian Laporan Keuangan Pada Klinik Musik Surabaya Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*. digilib.uinsby.ac.id
- Berg, B. L., & Lune, H. (2016). *Methods for the Social Sciences*. In Pearson.
- Frilisia, F., & Wirajaya, I. G. A. (2018). Penerapan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) Pada PT. Aira Nusantara Indah. *E-Jurnal Akuntansi*. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i01.p30>
- Hani, S. (2017). Persepsi Pelaku UKM Terhadap Penyelenggaraan Laporan Keuangan. *JAKPI - Jurnal Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/5cdy4>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*. Ikatan Akuntan Indonesia.
- Indawatika, F. (2017). Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK ETAP Koperasi Intako Dan Respon Pihak Eksternal. *Journal of Accounting Science*, 1(1). <https://doi.org/10.21070/jas.v1i1.788>
- Rawun, Y., & Tumilaar, O. N. (2019). Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM Dalam

- Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM (Suatu Studi UMKM Pesisir Di Kecamatan Malalayang Manado). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*.
<https://doi.org/10.35143/jakb.v12i1.2472>
- Sembiring, Y., & Elisabeth, D. M. (2018). Penerapan Sistem Akuntansi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Manajemen Vol. 4, No. 2* (89-101).
- Warren, C. S., Reeve, J. M., Duchac, J. E., Wahyuni, E. T., & Yusuf, A. A. (2017). Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia (Edisi 4). In *Salemba Empat*.
- Yulianto, O., Mardiana, & Indrawati, A. (2020). *Analisis Penerapan SAK ETAP Pada Penyajian Laporan Keuangan Pt . Indo Tools Sejahtera*.

ANALISIS PROGRAM *STAR SELLER* SHOPEE DALAM PERTUMBUHAN PENJUALAN SERTA STRATEGI PERUSAHAAN YANG DITERAPKAN (Studi Pada Toko *Online* Shopee Dodollan Store Surabaya Tahun 2018 - 2021)

Fridatul Muzamzamah¹, Aji Prasetyo²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
Email : faridha433@gmail.com¹
Koresponden : ajiprasetyo@unipa.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menemukan bukti empiris perbandingan pertumbuhan penjualan pada toko *online* Dodollan Store Surabaya sebelum dan sesudah mendapatkan predikat *Star Seller* Shopee serta untuk mengetahui strategi perusahaan yang diterapkan toko *online* Dodollan Store Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, dan observasi.

Hasil penelitian ini memberikan bukti jika setelah bergabung di Program *Star Seller* Shopee, volume dan omzet penjualan toko *online* Dodollan Store Surabaya mengalami peningkatan. Meski begitu peningkatan ini juga tak lepas dari strategi perusahaan yang digunakan, seperti :

Kata kunci : *E-Commerce, marketplace, shopee, program Star Seller Shopee, pertumbuhan penjualan dan strategi perusahaan.*

ABSTRACT

This study aims to analyze and find empirical evidence of the comparison of sales growth at the online store Dodollan Store Surabaya before and after getting the title of Star Seller Shopee and to find out the company strategy applied by the online store Dodollan Store Surabaya. This type of research used a qualitative approach with data analysis techniques used descriptive qualitative analysis. While the data collection techniques used are interviews, documentation, and observation.

The results of this study provide evidence that after joining the Shopee Star Seller Program, the sales volume and turnover of the Dodollan Store Surabaya online store have increased. Even so, this increase cannot be separated from the company's strategies used, such as:

Keywords: *E-Commerce, marketplace, shopee, Shopee Star Seller program, sales growth and company strategy.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, banyak memberikan kontribusi kemudahan yang dapat mengubah kultur kehidupan. Adanya internet, membuat manusia dapat melakukan berbagai aktivitas tanpa adanya batas jarak dan waktu. Termasuk kegiatan transaksi jual beli yang bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun. Melalui internet penjual dapat memasarkan produknya dengan menjangkau pasar lebih luas, dan sebaliknya pembeli dapat memenuhi kebutuhannya dengan mudah dan lebih efisien. Namun, banyaknya kasus penipuan yang terjadi dapat menimbulkan kekhawatiran bagi kedua belah pihak.

Marketplace adalah salah satu media pemasaran suatu produk secara elektronik, dimana banyak penjual dan pembeli dipertemukan untuk melakukan kegiatan transaksi (Apriadi, 2017). Salah satu marketplace yang banyak digunakan di Indonesia adalah Shopee, situs belanja online dibawah naungan perusahaan unicorn SEA. Saat ini Shopee telah menempati posisi pertama di Indonesia penggunaan aplikasi paling aktif bulanan (Monthly Active Users), unduhan dan total waktu yang dihabiskan dalam aplikasi Android untuk kategori transaksi belanja pada kuartal 3 berdasarkan data *App Annie*.

Tingginya data penggunaan tersebut, dapat menjadikan Shopee sebagai peluang sarana bisnis yang cukup bisa diandalkan untuk memasarkan produk perusahaan. Maka dari itu, untuk menjaga kualitas penjual, Shopee mengelompokkan penjual yang bergabung didalamnya dalam beberapa kategori tertentu seperti *Non-Star*, *Star seller*, *Star+*, dan *Shopee Mall* berdasarkan penjual yang aktif dan memiliki pelayanan yang diberikan untuk pelanggan.

Toko *online* Dodollan Store Surabaya merupakan salah satu penjual yang telah tergabung pada Program Star Seller Shopee dengan fokus dibidang *fashion*. Pencapaian ini didapat karena Toko *online* Dodollan Store memiliki performa kinerja operasional yang baik dalam memberikan pengalaman belanja yang baik kepada pembeli dan telah memenuhi persyaratan atau kriteria tertentu. Dalam memaksimalkan program Star Seller, Shopee juga memfasilitasi toko yang telah terdaftar di program ini dengan memberikan bonus biaya iklan sebanyak 3% setiap *top up* saldo iklan, mendapat prioritas akses ke program dan fitur baru Shopee seperti *Flash Sale* Toko Saya, *Shopee LIVE*, dan fitur baru lainnya. Meski dengan hal ini penjual Star memiliki peluang besar untuk menarik lebih banyak calon konsumen dan peningkatan penjualan, namun apakah pertumbuhan penjualan akan sebanding dengan kebijakan dalam segi biaya admin, pajak, dan peraturan yang lebih disiplin dibanding dengan penjual *Non-Star*.

Berdasarkan hasil pemaparan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membuat suatu karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“ANALISIS PROGRAM STAR SELLER SHOPEE DALAM PERTUMBUHAN PENJUALAN SERTA STRATEGI PERUSAHAAN YANG DITERAPKAN (Studi Pada Toko Online Shopee Dodollan Store Surabaya Tahun 2018 - 2021)”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian kali ini adalah :

1. Bagaimanakah pertumbuhan penjualan sebelum dan sesudah bergabung Program *Star Seller* Shopee?
2. Bagaimana strategi perusahaan yang diterapkan toko *online* Dodollan Store Surabaya?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian kali ini mengarah pada :

1. Menganalisis dan menemukan bukti empiris perbandingan pertumbuhan penjualan pada toko *online* Dodollan Store Surabaya sebelum dan sesudah mendapatkan predikat *Star Seller* Shopee.
2. Mengetahui strategi perusahaan yang diterapkan toko *online* Dodollan Store Surabaya.

TELAAH PUSTAKA

Teori Legitimasi (teori dasar)

Meskipun pemasaran di dunia internet khususnya Shopee sudah semakin banyak yang menggunakannya, namun setiap perusahaan memiliki strategi sendiri yang dapat digunakan untuk kemajuan perusahaan, termasuk pertumbuhan penjualannya. Hal ini disebabkan karena Hal ini disebabkan karena begitu banyak perbedaan konsumen di Indonesia mulai dari cara berbelanja, mengapresiasi suatu produk, ketertarikan untuk membeli produk, keadaan ekonomi, perbedaan budaya dan perkembangan teknologi menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan. Sehingga diperlukan pemeriksaan suatu tindakan perbaikan yang kemungkinan

besar dapat terjadi dalam suatu perusahaan yang mengacu pada “legitimacy gap”, yaitu, adanya suatu perbedaan dari ekspektasi atau harapan “publik yang relevan” yang berkaitan dengan bagaimana sebuah organisasi harus bertindak, dan tindakan apa yang harus dilakukan oleh suatu organisasi.(Chariri dan Ghozali, 2007),

Legitimacy Gap dapat terjadi karena tiga alasan :

- a. Terdapat perubahan kinerja dalam perusahaan, namun harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah
- b. Tidak terjadi perubahan kinerja pada suatu perusahaan, namun adanya harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan telah berubah.
- c. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda, bisa saja memiliki arah yang sama namun waktunya yang berbeda.

Teori ini menjadi relevan dengan penelitian ini sebab adanya perbaikan tindakan yang dilakukan akan memberi dampak baik bagi reputasi perusahaan dengan harapan dapat membantu meningkatkan pertumbuhan penjualan.

Pertumbuhan Penjualan (teori dasar)

Pertumbuhan penjualan dapat digunakan sebagai dasar untuk mengetahui bagaimana peningkatan penjualan suatu perusahaan dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan (Kasmir, (2016:107). Pada penelitian ini rasio yang digunakan untuk menggambarkan kenaikan penjualan perusahaan adalah penjualan periode berjalan dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya lalu. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Meidiyustiani (2016) dengan rumus:

$$\text{Growth Sales Rate} = \frac{S_1 - S_0}{S_0}$$

Keterangan :

- S_1 : Total penjualan pada periode berjalan
 S_0 : Total penjualan pada periode sebelumnya

Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah sebuah gambaran umum dari suatu teknologi yang dapat membantu menghasilkan, memanipulasi, menyimpan, mengkomunikasikan, dan atau menyampaikan suatu informasi, Williams dalam Suyanto (2005:10). Pada intinya perkembangan teknologi yang begitu pesat berfokus pada suatu hal yang baru. Kemunculan teknologi informasi yang hampir mengubah sebagian besar kebiasaan menjadi *e-life*, atau sudah memiliki ketergantungan yang begitu besar terhadap elektronik. Sehingga muncul banyak istilah yang berawalan dari e, seperti *e-toll*, *e-education*, *e-money*, *e-commerce*, dan masih banyak lagi.

E-Commerce

E-commerce dapat dikatakan sebagai proses membeli, menjual, atau memperdagangkan data, barang, atau jasa yang hanya dapat dilakukan melalui internet. Namun, pada umumnya *e-commerce* lebih mengarah pada bidang aplikasi transaksi perdagangan baik barang atau jasa dengan menggunakan media internet, Turban et al., (2015: 7)

Marketplace

Menurut Angga Kurnia Putra (2017) mengatakan jika marketplace adalah media online yang berbasis internet (*web-based*) yang berfokus pada tempat melakukan kegiatan transaksi antara pembeli dan penjual.

Shopee

Shopee merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang dikelola oleh SEA Group. Shopee telah resmi hadir di Indonesia pada Bulan Desember tahun 2015 dengan nama PT. Shopee International Indonesia.

Program *Star Seller* Shopee

Program Penjual *Star* merupakan program yang diadakan oleh Shopee untuk penjual Shopee yang memiliki performa, penjualan, dan kinerja operasional yang baik untuk memberikan pengalaman belanja yang baik kepada pembeli dan telah memenuhi persyaratan atau kriteria tertentu, yaitu sebagai berikut :

1. Telah membangun rekor penjualan yang kuat
2. Memberikan layanan Pembeli yang sangat baik
3. Memenuhi semua pesanan dengan cepat dan andal
4. Mematuhi kebijakan Penjual Shopee dan tidak memiliki poin penalti
5. Meraih persentase performa toko dan produk yang tinggi

Ketentuan Program *Star Seller* Shopee :

Pada setiap kriteria ini memiliki target kinerja yang harus dimiliki setiap penjual yang ingin tetap tergabung dalam program penjual *Star Seller* Shopee. Target tersebut dijabarkan sebagai berikut :

Gambar 1. Ketentuan Program *Star Seller* Shopee
(Diakses pada tanggal 26 Desember 2020)

Kriteria	Target
Detail No. KTP telah diterima dan disetujui oleh Shopee	-
Persentase chat dibalas	$\geq 75\%$
Penilaian Toko	≥ 4.5
Persentase dan jumlah produk Pre-order dalam 30 hari terakhir	$\leq 20\%$ selama maksimal 5 hari (perhitungan hanya akan dilakukan jika ada ≥ 300 Pre-order di toko)
Minimal jumlah transaksi 30 hari terakhir	≥ 30 pesananan atau pendapatan bersih (tidak termasuk biaya lainnya) $\geq$ Rp. 100.000,00-
Total pembeli yang berbeda dalam 30 hari terakhir	≥ 10
Jumlah poin penalti saat ini	0
Toko tidak memiliki riwayat pesanan tidak wajar, kejanggalan aktivitas pada akun, maupun penyalahgunaan program dari Shopee untuk kepentingan pribadi	-
Toko tidak memperjualbelikan barang-barang yang dilarang dalam program <i>Star</i> .	-

Penjualan

Definisi penjualan adalah proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen atau pembeli (M Nafarin, 2015:166). Keseluruhan hasil penjualan yang diperoleh perusahaan pada waktu tertentu tersebut disebut dengan volume penjualan, hal ini diungkap menurut pendapat menurut Schiffan (2005:118) menyatakan bahwa volume penjualan merupakan tingkat penjualan yang diperoleh suatu perusahaan pada periode tertentu, baik dalam satuan unit, total, maupun rupiah.

Strategi Perusahaan

Strategi merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, pendaya gunaan, serta alokasi semua sumber daya yang penting agar dapat tercapai suatu tujuan tersebut, (Chandler, 1962: 13 dalam Rangkuti 2015 : 4). Rangkuti (2015: 7) berpendapat jika strategi dapat dikelompokkan menjadi beberapa tipe strategi, yaitu:

1. Strategi Manajemen, strategi ini meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen yang berfokus pada pengembangan strategi dalam skala makro. Misal, pada bidang pengembangan produk, penentuan harga produk, strategi pengembangan pasar, akuisisi perusahaan, strategi yang berhubungan dengan finansial perusahaan, dan lain sebagainya.
2. Strategi Investasi, pada tipe ini lebih berfokus pada investasi. Misal, pada perusahaan yang ingin melakukan strategi pertumbuhan secara agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau divestasi, dan lain sebagainya.
3. Strategi Bisnis, strategi tipe ini biasa disebut dengan strategi bisnis fungsional, karena lebih berfokus pada pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Seperti strategi pemasaran, organisasi, produksi atau operasional, distribusi, serta strategi lain yang berhubungan dengan keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan kali ini menggunakan dua tipe sumber data, yaitu data primer dengan melakukan wawancara dan observasi langsung di toko online Dodollan Store Surabaya, serta data sekunder yang didapat dengan membaca dan mencari informasi melalui media elektronik, mempelajari berbagai macam buku karangan ilmiah, catatan, referensi dari penelitian terdahulu, serta data dokumentasi dari laporan penjualan toko online Dodollan Store Surabaya. Waktu penelitian dimulai dari Tanggal 25 Maret 2021 sampai dengan Tanggal 26 April 2021. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif.

HASIL

Program Star Seller Shopee

Hasil analisis yang telah dilakukan peneliti terhadap toko online Dodollan Store pada *marketplace* Shopee menunjukkan jika toko online Dodollan Store telah berhasil memenuhi kriteria penjual Star yang ditentukan Shopee, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1. Analisis Program Star Seller pada Toko Online Dodollan Store Surabaya

Kriteria	Target	Ya	Tidak
Detail No. KTP telah diterima dan disetujui oleh Shopee	-	✓	

Persentase chat dibalas	$\geq 75\%$	✓	
Penilaian yang diperoleh Toko	≥ 4.5	✓	
Persentase dan total produk Pre-order dalam kurun waktu 30 hari terakhir	$\leq 20\%$ selama maksimal 5 hari (akan dilakukan perhitungan jika ada ≥ 300 Pre-order di toko)	✓	
Minimal jumlah transaksi 30 hari terakhir	≥ 30 pesananan terselesaikan atau pendapatan bersih toko (tidak termasuk biaya lain) $\geq$ Rp. 100.000,00-	✓	
Jumlah pembeli berbeda dalam 30 hari terakhir	≥ 10	✓	

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan persentase kenaikan penjualan dari periode ke periode yang telah ditetapkan. Pertumbuhan penjualan pada penelitian kali ini dilihat dari peningkatan total penjualan yang berhasil dicapai oleh perusahaan.

Tabel 2. Pertumbuhan Penjualan pada Toko Online Dodollan Store Surabaya periode Bulan Oktober 2018 – Bulan Februari 2021

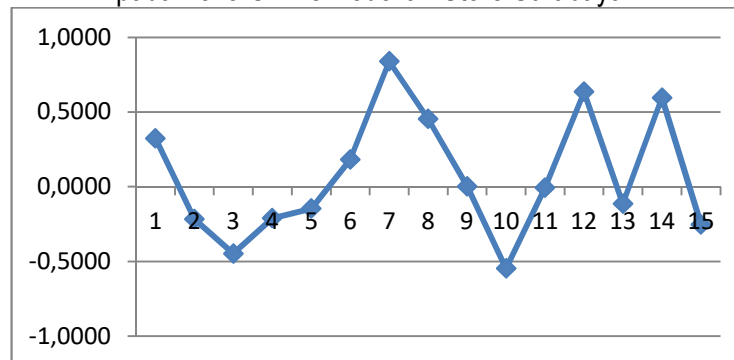
Sebelum bergabung Program Star Seller Shopee			Setelah bergabung Program Star Seller Shopee		
Bulan	Tahun	Kenaikan/penurunan (kali)	Bulan	Tahun	Kenaikan/penurunan (kali)
Oktober	2018	-	Februari	2020	0,3820
November	2018	0,3238	Maret	2020	0,1582
Desember	2018	-0,2177	April	2020	-0,6820
Januari	2019	-0,4473	Mei	2020	3,5147
Februari	2019	-0,2112	Juni	2020	-0,3343
Maret	2019	-0,1466	Juli	2020	-0,1203
April	2019	0,1814	Agustus	2020	0,3033
Mei	2019	0,8393	September	2020	0,3056
Juni	2019	0,4536	Oktober	2020	1,4943
Juli	2019	0,0011	Nopember	2020	1,9932
Agustus	2019	-0,5469	Desember	2020	0,3609
September	2019	-0,0058	Januari	2021	-0,0832
Oktober	2019	0,6351	Februari	2021	-0,1194
November	2019	-0,1135			
Desember	2019	0,5954			
Januari	2020	-0,2524			

Tabel 3. Analisis Deskriptif Kuantitatif pada Toko Online Dodollan Store Surabaya
Descriptive Statistics

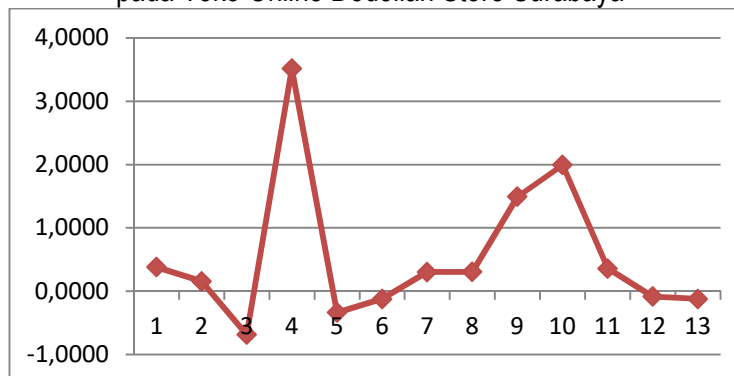
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kenaikan/penurunan sebelum	15	-,5469	,8393	,072553	,4154269
Kenaikan/penurunan sesudah	13	-,6820	3,5147	,551769	1,1438301
Valid N (listwise)	13				

Berdasarkan tabel 2 dan 3 diatas dapat ditarik kesimpulan jika nilai pertumbuhan penjualan Toko Online Dodollan Store Surabaya mengalami fluktuasi yang dapat digambarkan pada grafik berikut :

Gambar 1. Analisis Pertumbuhan Penjualan Sebelum bergabung Program *Star Seller* Shopee pada Toko Online Dodollan Store Surabaya



Gambar 2. Analisis Pertumbuhan Penjualan Setelah bergabung Program *Star Seller* Shopee pada Toko Online Dodollan Store Surabaya



Berdasarkan tabel 2 dan 3 serta gambar 1 dan 2 dapat disimpulkan bahwa nilai pertumbuhan penjualan pada Toko Online Dodollan Store Surabaya mengalami fluktuasi dan mengarah pada peningkatan. Dari hasil penelitian, nilai minimum pertumbuhan penjualan sebelum bergabung di Program *Star Seller* Shopee adalah sebesar -0,5469 kali. Hal ini disebabkan toko masih dalam tahap memperkenalkan produk yang dijual dan mengembangkan pasar produk melalui promosi yang agresif. Baik melalui marketplace Shopee maupun Sosial media seperti *instagram* dan *whatsApp*. Sedangkan nilai maksimum untuk pertumbuhan penjualan sebelum bergabung di Program *Star Seller* Shopee adalah sebesar 0,8393 kali. Hal ini disebabkan karena produk yang dijual mulai dikenal oleh pasar dan toko aktif mengikuti program-

program yang diadakan oleh shopee untuk penjual sehingga berhasil memenuhi target Program Star Seller Shopee dan mendapat undangan untuk bergabung di Program Star Seller Shopee.

Dari hasil penelitian, nilai minimum pertumbuhan penjualan setelah bergabung di Program Star Seller Shopee adalah sebesar -0,6820 kali. Hal ini dikarenakan selisih pertumbuhan penjualan yang cukup signifikan, sehingga meskipun nilai minimum setelah bergabung di Program Star Seller Shopee namun total penjualan tetap lebih tinggi dari sebelum bergabung di Program Star Seller Shopee. Sedangkan nilai maksimum untuk pertumbuhan penjualan setelah bergabung di Program Star Seller Shopee adalah sebesar 3,5147. Hal ini disebabkan karena Toko Online Dodollan Store mulai banyak dikenal pasar dan pelanggan baru. Selain itu, tren pasar dan program promo yang diadakan Shopee juga memiliki peran pada pertumbuhan penjualan Toko Online Dodollan Store Surabaya. Tren pasar yang dimaksud adalah pada hari besar Islam seperti Bulan Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri, mengingat produk utama yang dijual adalah kerudung. Program Promo gratis biaya pengiriman yang diadakan Shopee juga mempengaruhi pertumbuhan penjualan di Toko Online Dodollan Store Surabaya.

Strategi Perusahaan

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendaya gunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Chandler, 1962: 13 dalam Rangkuti 2015 : 4). Dalam hal ini Toko Online Dodollan Store Surabaya telah menerapkan beberapa strategi perusahaan berikut ini :

1. Strategi Manajemen

a. Strategi Pengembangan Produk

Toko online Dodollan Store Surabaya selalu mengupayakan untuk melakukan pengembangan produk untuk meningkatkan penjualan. Selain berfokus untuk memperbanyak produk dan jenis hijab, toko online Dodollan Store juga menjual aneka aksesoris hijab dan masker hijab.

b. Strategi Penerapan Harga

Straget penerapan harga yang diterapkan toko online Dodollan Store saat ini adalah dengan metode *captive pricing*, yaitu dengan menetapkan produk inti lebih rendah dibandingkan aksesoris produk. Harga produk yang rendah bisa berpotensi untuk menarik minat beli pelanggan, kemudian bisa diarahkan untuk membeli aksesoris produk.

c. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar yang diterapkan di toko online Dodollan Store Surabaya adalah memaksimalkan fitur iklan sosial media maupun marketplace Shopee. Iklan di sosial media yang digunakan diantaranya instagram ads dan facebook ads. Sedangkan pada marketplace Shopee jenis iklan yang paling sering digunakan adalah iklan *keyword* atau kata kunci. Iklan ini berfungsi untuk memunculkan produk di halaman pencarian utama ketika calon pembeli mencari kata kunci yang sesuai dengan produk yang dijual, dengan begitu *traffic* calon pembeli pada toko pun akan meningkat dan berpotensi besar meningkatkan penjualan.

2. Strategi Bisnis

a. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran merupakan salah satu hal penting yang harus dimiliki perusahaan. Dalam hal ini toko online Dodollan Store Surabaya memilih *Internet Marketing* dan mengikuti tren untuk strategi pemasaran yang digunakan. Strategi *Internet Marketing* dipilih karena dinilai lebih efektif untuk menjangkau pemasaran lebih luas tanpa terhalang jarak dan waktu. Untuk memaksimalkannya, toko online Dodollan

Store Surabaya juga menambahkan kelebihan produk yang di *display* dan mengikuti perkembangan tren dalam bidang busana untuk menarik minat calon pembeli.

b. Strategi organisasi

Pembagian tugas dan pekerjaan adalah salah satu strategi organisasi yang diterapkan di Toko online Dodollan Store Surabaya. Setiap karyawan memiliki tanggung jawab masing-masing atas tugas yang telah dibagi oleh *owner* serta bertanggung jawab atas komplain pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai analisis Program Star Seller Shopee dalam pertumbuhan penjualan serta strategi perusahaan yang diterapkan di Toko Online Dodollan Store Surabaya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskriptif kuantitatif, data penjualan sebelum bergabung di Program Star Seller Shopee memiliki nilai standar deviasi sebesar 0.4154269 dan rata-rata 0.072553, yang menunjukkan sebaran data heterogen dan memiliki perbedaan yang signifikan.
2. Berdasarkan analisis deskriptif kuantitatif, data penjualan sebelum bergabung di Program Star Seller Shopee memiliki nilai standar deviasi sebesar 1.1438301 dan rata-rata 0.551769, yang menunjukkan sebaran data heterogen dan memiliki perbedaan yang signifikan.
3. Nilai minimum hasil analisis data penjualan sebelum bergabung di Star Seller Shopee adalah -0.5469 dan nilai minimum setelah bergabung sebesar -0.6820, yang artinya penurunan penjualan setelah bergabung di Program Star Seler Shopee lebih besar.
4. Nilai maksimum hasil analisis data penjualan sebelum bergabung di Star Seller Shopee adalah 0.8393 dan nilai maksimum setelah bergabung sebesar 3.5147, yang artinya kenaikan penjualan setelah bergabung di Program Star Seler Shopee lebih besar.
5. Strategi perusahaan yang diterapkan Toko Online Dodollan Store Surabaya lebih berfokus pada strategi manajemen yang terdiri dari : pengembangan produk, penerapan harga, pengembangan pasar, serta strategi bisnis yang terdiri dari : pemasaran dan organisasi

IMPLIKASI

Implikasi mengenai hasil penelitian kali ini bermanfaat guna menambah wawasan materi, khususnya yang berfokus pada penjualan online untuk pengembangan usaha. Disamping itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dan strategi yang akan diterapkan perusahaan pada masa yang akan datang, dengan melakukan analisa peramalan penjualan berdasarkan pada data historis laporan penjualan perusahaan.

Guna meningkatkan minat beli konsumen dan menghindari persaingan harga dengan kompetitor, Toko Online Dodollan Store Surabaya agar selalu melakukan peningkatan inovasi, kreatifitas, serta diferensiasi produk, baik pada produk yang dijual maupun strategi pada saat memasarkan produk. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya saing, menarik minat beli konsumen, dan tidak terkesan monoton.

KETERBATASAN PENELITIAN

Mengingat adanya keterbatasan dokumen yang bisa didapat dari perusahaan, peneliti hanya membatasi lingkup penelitian pada faktor pertumbuhan penjualan dan strategi yang digunakan oleh pemilik toko online Dodollan Store Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari Artikel

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat. *Jurnal Resti*, 01(2), 131 - 136.
- Ardiani, N. M., Mapatoba, M., & Howara, D. (2018). Perbandingan Kinerja UKM dengan Penggunaan E-Commerce (Studi Kasus UKM Banua Cokelat dan Cokelat Sakaya). *Jurnal Pembangunan Agribisnis*, 8-17.
- DWIPRADNYANA, I. M., I GUSTI AYU MADE AGUNG M. A. P., I GUSTI NENGHA DARMA DIATMIKA (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI DI ERA DIGITAL PADA KOPERASI YANG ADA DI PROVINSI BALI. *Majalah Ilmiah Untab*, 17(02), 112-116.
- Fauziah. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop "Shopee" Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Abiwara*, 45-53.
- Ghalib, H., & Setiawan, A. H. (2019). Analisis Perbedaan Sebelum dan Sesudah Penggunaan Media Sosial terhadap Perkembangan Usaha Catering di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 1.
- Maya, S. (2016). Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah Melalui E-Commerce (Studi Kasus : Mitra UKM Perusahaan X). *Journal of Applied Business and Economics*, 271-279.
- Megawati, Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2019). Penerapan Komunikasi Bisnis dalam Meningkatkan Penjualan pada Produk Alat Kesehatan (Studi Kasus pada PT. Risky Putra Kasih). *JIAGABI*, 141-147.
- Meidita, Y., Suprpto, & Rokhmawati, R. I. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce (Studi Kasus : Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5682-5690.
- Ramadhani, D. N. (2020). PENGARUH MEKANISME CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP LUAS. *E-JRA*. 09(03), 140-157.
- Resmawati, R. (2018). Analisis Perbandingan Volume Penjualan Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Sertifikasi Halal (Studi Pada PT Soka Cipta Niaga Bandung Tahun 2018). *e-proceeding of Applied Science* (hal. 267-273). Bandung: Telkom University.
- Suryawardana, E., & Yani, T. E. (2015). Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosbud*, 258-269.

Sumber dari seminar

- Handika. (2020). Peran E-Commerce Jaga Roda Ekonomi di Tengah Pandemi. Virtual 'Media Gathering', 13 Maret 2021

Sumber dari Buku

- Astuti, Dewi. (2004). Manajemen Keuangan Perusahaan, cetakan pertama. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Atmaja, Lukas Setia. 2003. Manajemen Keuangan. Edisi Revisi. Yogyakarta: ANDI.
- Hartono, Jogiyanto. 2005. Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif. Yogyakarta: ANDI
- Konopasek, Roger. 2003. Make Millions Marketing. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Stewart, Grant. 1993. Manajemen Penjualan. Jakarta: Erlangga

Sumber dari skripsi

- Putri, D. R. (2014). HUBUNGAN ANTARA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KINERJA KEUANGAN INDUSTRI KEUANGAN SYARIAH DI INDONESIA. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Rizkiawan. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN PENGALAMAN PEMBELIAN. *Jurnal Eksis*, 1. ,.-7. (2020). *Rizkiawan. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN PENGALAMAN PEMBELIAN. Jurnal Eksis*, 16(01) , 66-75. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Sujudi, L. (2019). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN WARUNG SIX DI PEKANBARU*. RIAU: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM.
- Sari, F. D. (2020). *Pengukuran Loyalitas Konsumen dengan Menggunakan Metode Net Promoter Score pada Perusahaan Platform Digital (Studi pada Masyarakat Generasi Millennial Kota dan Kabupaten Malang)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Analisis Kinerja Keuangan Menggunakan Pendekatan Common Size Pada Perusahaan Food and Beverage

Putri Ramadhani¹, Taudlikhul Afkar², Rina Fariana³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Email: putir14144@gmail.com¹, fareeyna@gmail.com³

Koresponden : afkar@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan *food and beverage* yang diukur dengan menggunakan pendekatan *Common Size*. Penelitian ini memakai variabel tunggal, ialah kinerja keuangan. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 7 perusahaan yang diambil memakai teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang dipakai yaitu deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia rata-rata mengalami penurunan selama tahun 2017-2019 ditinjau dari neraca, sehingga kinerja perusahaan kurang baik, perusahaan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia rata-rata mengalami peningkatan selama tahun 2017-2019 ditinjau dari laporan laba rugi, sehingga kinerja perusahaan baik.

Kata Kunci: Kinerja Keuangan, *Common Size*

ABSTRAC

This study aims to determine the financial performance of agribusiness companies measured using the CommonScale method. In this survey, we use finances with the performance names new, new, and varib. Seven samplers used in this survey were obtained using a deliberate sampling method. The technique of data analysis used is technical quantification. The results show that the financial performance of agribusiness companies listed on the Indonesian Stock Exchange declined on average from 2017 to 2019, according to the company's earnings report. As a result, the performance of the company is not good, the food and beverage industry in Thailand is good, as the average profit report for 2017 - 2019 of the Indonesia Companies Stock Exchange has increased.

Keywords: Financial Performance, *Common Size*

PENDAHUIUAN

Kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu analisis yang digunakan sebagai kemampuan perusahaan dalam melakukan dengan menggunakan peraturan-peraturan pelaksanaan keuangan secara optimal. Kinerja keuangan perusahaan yang baik ialah perusahaan telah melaksanakan peraturan yang berlaku secara baik dan benar (Fahmi, 2018:142).

Kinerja perusahaan dapat dilihat dari berbagai cara, seperti laporan keuangan perusahaan laporan keuangan perusahaan memuat informasi mengenai kinerja perusahaan pada periode tertentu. laporan keuangan ialah hasil akhir dari proses mendaftarkan dan mendistribusikan transaksi komersial, itu harus dapat mengatur data akuntansi untuk mengurangi mortar dan interpretasi dan analisis keuangan pinjaman Finansial (Bery, 2016).

Laporan keuangan ialah bagian yang terpenting sebagai sumber informasi yang sehubungan dengan letak keuangan & hasil yang telah diraih oleh perusahaan yang terkait (Munawir dalam Sari, 2017). Analisis laporan keuangan adalah analisis terhadap suatu perusahaan yang dipakai untuk menentukan tingkat profitabilitas, tingkat resiko & tingkat kesehatan perusahaan (Mamduh Hanafi dan Abdul Halim, 2016:5). Analisis laporan keuangan

dapat dihitung menggunakan beberapa teknik, salah satu diantaranya adalah teknik *common size*.

Analisis *common size* adalah pendekatan perbandingan antara laporan keuangan perusahaan, analisis *common size* digunakan untuk mengetahui kemungkinan pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Analisis *common size* digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan yang disajikan dalam bentuk presentase agar dapat membuat suatu kebijakan-kebijakan pada periode berikutnya (Kasmir, 2015:91). Analisis *common size* dilakukan dengan cara membandingkan laporan keuangan pada laporan laba rugi dan neraca.

Laporan keuangan neraca 2009-2014 dan tabel ukuran umum dan analisis tren laba rugi menunjukkan posisi keuangan perusahaan tidak termasuk rasio kas dan hasil perusahaan, dan analisis tren rasio kas menunjukkan situasi yang tidak menguntungkan. Kinerja ditingkatkan (Aminah dan Hidayat, 2016). Keadaan ini disebabkan oleh peningkatan operasional perusahaan yang menyebabkan peningkatan hutang dan banyaknya suku cadang yang dibeli dengan modal dari KMK (kredit tenaga kerja). Sedangkan hasil penelitian menurut Fachrudin (2017) menunjukkan bahwa perhitungan analisis Time series indeks, pada tahun 2014 laba bersih sebesar 127%, dan tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 97% dibandingkan laba bersih pada tahun 2013 dan 2014, sedangkan perhitungan menggunakan analisis *common size*, laba bersih pada tahun 2013 sebesar 26,77% mengalami penurunan sebesar 26,01% pada tahun 2014 dan pada tahun 2015 kembali mengalami penurunan sebesar 18,92%.

Perusahaan yang mempunyai kinerja yang baik akan menjadi sinyal baik juga untuk para investor, begitu pula sebaliknya apabila kinerja keuangan suatu perusahaan buruk maka akan menjadi sinyal buruk bagi para investor. Dari beberapa penelitian terdahulu dan sumber berita perusahaan food and beverage mengalami penurunan kinerja perusahaan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui kinerja perusahaan food and beverage. Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat digunakan oleh investor untuk mempertimbangkan keputusan kepada perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode kuantitatif deskriptif, data yang dipakai ialah data sekunder dan data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *food & beverage*. Sampel terdiri dari 7 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *purposive sampling* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019, perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI secara berurutan selama periode tahun 2017-2019, Perusahaan *food and beverage* yang tidak mengalami kerugian selama periode tahun 2017-2019, Perusahaan *food and beverage* yang memiliki jumlah rata-rata aset diatas Rp125.947.455 selama periode 2017-2019.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai ialah dokumentasi, yaitu pengumpulan data bersumber pada buku, literatur dan dokumen. Data penelitian ini berupa dokumen laporan keuangan perusahaan food & beverage yang terdapat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Data yang dipakai ialah data sekunder yang didapat dari www.idx.co.id. Adapun studi kepustakaan dengan mempelajari dan menggali jurnal, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

Pengukuran Variabel

Variabel penelitian ialah konsep dengan nilai yang berbeda Artinya, itu adalah karakteristik - karakteristik, atau fenomena yang dapat mewakili apa yang diamati atau diukur sebagai nilai lain atau variabel (Silaen, 2018:69). Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Analisis common size secara vertical

Analisis dilakukan dengan membagi masing-masing akun terhadap total asset yang terdapat.

$$\text{Aktiva} = \frac{(\text{Item-item dalam aktiva})}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

$$\text{Passiva} = \frac{(\text{Item-item dalam passiva})}{\text{Total Passiva}} \times 100\%$$

b. Analisis common size secara horizontal

Analisis dilakukan dengan membagi masing-masing akun terhadap total pendapatan atau penjualan.

$$\text{laba Rugi} = \frac{(\text{Komponen laba Rugi})}{\text{Total Pendapatan}} \times 100\%$$

(Farhan Masruri, 2019)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, Data penelitian ini dianalisis dengan teknik common size . Teknik analisis data memberikan hasil penelitian yang telah disimpulkan. Metode analisis deskriptif ialah analisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2015:207) .

Penelitian ini analisis deskriptif kuantitatif dengan metode common size melalui perbandingan laporan keuangan perusahaan food and beverage pada tahun 2017 sampai tahun 2019 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hasil Analisis Data

Tabel 1
Hasil Analisis *Common Size*
Tahun 2017

NO	NAMA KODE PT	ASET LANJUT	ASET TIDAK LANJUT	LIABILITAS JANGKA PENDEK	LIABILITAS JANGKA PANJANG	EKUITAS	LABA MULIA
1.	CCGO	68,83%	41,17%	71,44%	14,42%	14,14%	16,14%
2.	HSPH	69,79%	30,21%	16,27%	17,49%	42,30%	13,64%
3.	ICBP	67,48%	67,57%	21,89%	88,72%	64,39%	69,31%
4.	MENA	21,33%	78,61%	8,13%	76,31%	23,69%	13,73%
5.	PQNH	69,82%	40,80%	66,33%	66,80%	68,19%	14,97%
6.	PCAR	61,18%	38,87%	8,51%	72,18%	63,87%	11,44%
7.	SNLT	41,97%	58,02%	33,84%	51,00%	48,44%	25,92%

Tabel 2
Hasil Analisis *Common Size*
Tahun 2018

NO	NAMA KODE PT	ASET LANJUT	ASET TIDAK LANJUT	LIABILITAS JANGKA PENDEK	LIABILITAS JANGKA PANJANG	EKUITAS	LABA MULIA
1.	CCGO	64,37%	48,10%	62,10%	63,16%	30,95%	13,12%
2.	HOKI	54,67%	46,53%	24,15%	26,79%	74,21%	14,16%
3.	ICBP	44,85%	58,31%	21,33%	59,29%	68,67%	69,27%
4.	MENAL	16,58%	36,82%	68,88%	83,49%	0,14%	4,85%
5.	PQNH	52,90%	47,18%	51,75%	66,18%	34,82%	11,02%
6.	PCAR	26,88%	74,11%	1,63%	18,56%	89,49%	0,31%
7.	SNLT	46,74%	53,25%	28,14%	44,04%	45,46%	28,96%

Tabel 3
Hasil Analisis *Common Size*
Tahun 2019

NO	NAMA KODE PT	ASET LANCAR	ASET TIDAK LANCAR	LIABILITAS JANGKA PENDEK	LIABILITAS JANGKA PANJANG	EKUITAS	LABA RUSI
1.	WADI	58,28%	41,74%	40,89%	55,33%	43,67%	16,48%
2.	WADI	55,59%	44,41%	19,39%	24,44%	70,61%	14,49%
3.	WADI	42,08%	57,92%	16,39%	34,18%	50,00%	25,82%
4.	MAGN	4,56%	95,44%	196,60%	21,69%	-113,20%	-36,44%
5.	PRIM	57,92%	42,08%	20,59%	70,39%	29,61%	10,22%
6.	PRIM	7,02%	92,98%	177,92%	14,48%	80,54%	19,43%
7.	SELT	47,54%	52,46%	37,08%	31,90%	48,10%	25,28%

PEMBAHASAN

1. Analisis Pada laporan Keuangan Neraca

Hasil penelitian ini pada laporan keuangan neraca periode 2017, 2018 dan 2019 dengan menggunakan analisis *common size* pada Aset lancar didapati bahwa PT Wahana Interfood Nusantara Tbk bahwa mengalami peningkatan, PT Buyung Poetra Sembada Tbk mengalami penurunan, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami peningkatan, PT Magna Investama Mandiri Tbk mengalami penurunan, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk mengalami penurunan, PT Prima Cakrawala Industri Tbk mengalami penurunan, PT Sekkar laut Tbk mengalami peningkatan.

Aset tidak lancar didapati bahwa PT Wahana Interfood Nusantara Tbk bahwa mengalami peningkatan, PT Buyung Poetra Sembada Tbk mengalami penurunan, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami penurunan, PT Magna Investama Mandiri Tbk mengalami peningkatan, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk mengalami penurunan, PT Prima Cakrawala Industri Tbk mengalami peningkatan, PT Sekkar laut Tbk mengalami penurunan.

Liabilitas jangka pendek didapati bahwa PT Wahana Interfood Nusantara Tbk bahwa mengalami penurunan, PT Buyung Poetra Sembada Tbk mengalami penurunan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami penurunan, PT Magna Investama Mandiri Tbk mengalami peningkatan, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk mengalami peningkatan, PT Prima Cakrawala Industri Tbk mengalami penurunan, PT Sekkar laut Tbk mengalami penurunan.

liabilitas jangka panjang didapati bahwa PT Wahana Interfood Nusantara Tbk bahwa mengalami penurunan, PT Buyung Poetra Sembada Tbk mengalami penurunan, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami penurunan, PT Magna Investama Mandiri Tbk mengalami penurunan, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk mengalami peningkatan, PT Prima Cakrawala Industri Tbk mengalami penurunan, PT Sekkar laut Tbk mengalami penurunan. Ekuitas didapati bahwa PT Wahana Interfood Nusantara Tbk bahwa mengalami peningkatan, PT Buyung Poetra Sembada Tbk mengalami peningkatan, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami peningkatan, PT Magna Investama Mandiri Tbk mengalami peningkatan, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk mengalami penurunan, PT Prima Cakrawala Industri Tbk mengalami penurunan, PT Sekkar laut Tbk mengalami peningkatan.

Perusahaan yang kinerjanya baik adalah pertanda baik bagi investor dan pertanda buruk bagi investor dengan kinerja keuangan yang buruk. Survei Febrianti (2018) mengetahui bahwa kinerja keuangan perusahaan sangat fluktuatif tahun 2015-2017 jika dianalisis menggunakan analisis skala tipikal mengikuti survei ini. Memang, perusahaan tidak mampu meningkatkan atau mempertahankan bottom line untuk tahun berikutnya. atau periode waktu. Hasil penelitian ini, berdasarkan pendekatan common size, menunjukkan bahwa jumlah perusahaan di neraca menurun antara tahun 2017, 2018 dan 2019, yang menyebabkan kinerja perusahaan menjadi buruk. Ini berbeda dengan hasilnya analisis laporan keuangan merupakan hasil survei yang dilakukan oleh Munthe (2016). PT ADHI KARYA (Persero) Tbk menghasilkan keuangan yang sangat baik setelah meninjau perubahan akun dan menganalisis kinerja keuangan menggunakan analitik dalam studi oleh Muhammad Fachruddin (2017). Secara keseluruhan, laba bersih tahun 2013 tercatat sebesar 26,77%, turun dari 26,01% pada tahun 2014 dan pada tahun 2015 sebesar 18,92%.

2. Analisis Pada laporan Keuangan laba Rugi

Hasil penelitian ini pada laporan keuangan laba rugi periode 2017, 2018 dan 2019 dengan menggunakan analisis *common size* menunjukkan bahwa PT Wahana Interfood Nusantara Tbk mengalami peningkatan, PT Buyung Poetra Sembada Tbk mengalami peningkatan, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami penurunan, PT Magna Investama Mandiri Tbk mengalami peningkatan, PT Prasadha Aneka Niaga Tbk mengalami peningkatan, PT Prima Cakrawala Industri Tbk mengalami penurunan, PT Sekkar laut Tbk mengalami peningkatan.

Analisis laporan laba rugi perusahaan di sektor makanan dan minuman menunjukkan bahwa rata-rata untuk setiap periode meningkat dan kinerja keuangan perusahaan baik pada laporan laba rugi. Bisnis yang sukses merupakan sinyal yang baik bagi investor, sehingga kinerja keuangan bisnis yang buruk merupakan sinyal yang buruk bagi investor. Berdasarkan pendekatan skala umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik untuk tahun 2017, 2018 dan 2019 dari perspektif laporan laba rugi (sesuai dengan tahun 2015). Analisis menyimpulkan bahwa PT. Telkom berada dalam posisi keuangan yang cukup baik. Jika Anda melihat neraca penuh, Anda akan melihat tingkat utang yang stabil.. Dibandingkan PT. Telkom, kinerja keuangan perusahaan PT. XL Axiata sangatlah buruk. Hal ini dapat dilihat dari neraca common size, perusahaan tidak mampu menjaga kestabilan total aset lancar maupun aset tidak lancar, serta memiliki beban usaha yang sangat tinggi dan terus meningkat dari tahun-ketahun sehingga pada tahun 2014 PT. XL Axiata mengalami kerugian dan pada penelitian Febrianti (2018) menunjukkan hasil penelitian bahwa kinerja keuangan perusahaan ketika dianalisis menggunakan analisis common size mengalami ketidakstabilan selama kurun waktu 2015-2017 sehingga kinerja perusahaan kurang baik, hal ini berbanding terbalik dengan penelitian Prihastuti, Kadek Rai Suwena, Nyoman Sujana (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa common size ditinjau dari neraca, ada enam perusahaan otomotif mengalokasikan dana untuk aktiva dari modal sendiri sehingga meningkatkan margin of safety bagi kreditur dan menguatkan posisi keuangan perusahaan. Common size ditinjau dari laporan laba rugi, terdapat sepuluh perusahaan otomotif mengalami peningkatan pada laba bersihnya sehingga kinerja keuangan perusahaan semakin baik dan tiga perusahaan otomotif lainnya memiliki kinerja keuangan kurang baik karena mengalami penurunan pada laba bersihnya.

KESIMPULAN

1. Hasil penelitian menggunakan pendekatan *common size* pada perusahaan *food and beverage* rata-rata mengalami penurunan selama tahun 2017-2019 ditinjau dari neraca,

sehingga kinerja perusahaan kurang baik dan dapat digunakan untuk perusahaan menilai kinerja keuangan.

2. Hasil penelitian menggunakan pendekatan *common size* pada perusahaan *food and beverage* rata-rata mengalami peningkatan selama tahun 2017-2019 ditinjau dari laporan laba rugi, sehingga kinerja perusahaan baik dan dapat digunakan untuk perusahaan menilai kinerja keuangan.

IMPLIKASI

Perusahaan yang mempunyai kinerja yang baik akan menjadi sinyal baik juga untuk para investor, begitu pula sebaliknya apabila kinerja keuangan suatu perusahaan buruk maka akan menjadi sinyal buruk bagi para investor.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya ada satu variabel yaitu kinerja keuangan perusahaan, penelitian ini hanya membahas pengukuran kinerja perusahaan dengan menggunakan laporan keuangan yang diukur dari laporan laba rugi dan neraca.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S., & Hidayat, I. (2016). Analisis Common Size Statement dan Trend untuk menilai kinerja keuangan PT KAI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Zaki, M. (2017). Analisis Kinerja Keuangan dengan Teknik Common Size pada Bank Umum Syariah Periode Tahun 2014-2015.
- Prihastuti, A. K. K., Suwena, K. R., & Sujana, I. N. (2019). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Common Size Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 11-20.
- Harisudin Zuhri, M., Satriyono, G., & Samsu, N. (2019). ANALISIS COMMON-SIZE UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN PADA PT INDOSAT TBK. DAN PT TELEKOMUNIKASI TBK. (Tahun 2014-2016). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 243-258.
- Munthe, K. A. (2016). Analisis Common Size Dalam Menilai Kinerja Keuangan PT. *Adhi Karya Medan*, 65.
- Pratiwi, R. N., & Hidayati, C. (2018). Analisa Rasio Keuangan dan common Size Dalam mengukur Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Otomotif dan Komponen tahun 2009 2013 (Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(02).
- AGUNG, P. S., & FACHRUDDIN, M. (2017). ANALISIS KINERJA KEUANGAN BERDASARKAN TEKNIK TIME SERIES INDEKS DAN COMMON SIZE PADA.
- Priska Febrianti, D. (2019). ANALISIS COMMON SIZE PADA LAPORAN KEUANGAN PT BANK BRI SYARIAH Tbk. PERIODE TAHUN 2015-2017 (Doctoral dissertation, IAIN BENGKUIU).
- Kholifah, B. (2015). Analisis laporan Keuangan dengan Analisis Common Size untuk Membandingkan Kinerja Keuangan Perusahaan pada Kelompok Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2014.
- Ahmad, F. M., & Zulkifli, Z. (2019). ANALISIS KINERJA KEUANGAN DENGAN MENGGUNAKAN COMMON SIZE PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2018 (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha). YANI, I.

(2018). ANALISIS KINERJA KEUANGAN PT. BANK PANIN DUBAI SYARIAH TBK MENGGUNAKAN RASIO LIKUIDITAS, SOLVABILITAS DAN PROFITABILITAS PERIODE 2012-2016.

Pengaruh *Net Profit Margin*, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Financial Leverage dan Nilai Perusahaan terhadap Perataan Laba Dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi (perusahaan Otomotif BEI Periode 2016-2019)

Moh Reza Septriyanto¹, Mohammad Afrizal Miradji², Bayu Adi³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : moh.reza.s19@gmail.com¹, bayuadin100@gmail.com³

Koresponden : afrizal@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Riset ini guna mengetahui faktor yang mempengaruhi perataan laba dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi, populasi yang digunakan ialah perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019. Sedangkan sampel yang digunakan ialah perusahaan otomotif berjumlah 12 perusahaan. Didapatkan temuan hasil pengujian yang telah dilakukan oleh penulis yakni terbukti ada pengaruh positif NPM & ukuran perusahaan terhadap perataan laba, ada pengaruh negatif kepemilikan institusi terhadap perataan laba, tidak ada pengaruh leverage & nilai perusahaan terhadap perataan laba, sedangkan profitabilitas mampu memoderasi NPM, kepemilikan institusi, ukuran perusahaan terhadap perataan laba dan profitabilitas tidak mampu memoderasi leverage serta nilai perusahaan.

Kata Kunci : Perataan laba, profitabilitas, NPM, ukuran perusahaan & kepemilikan institusi

ABSTRACT

This research is to determine the factors that affect earnings performance with profitability as a moderating variable, the population used is automotive companies listed on the IDX in 2016-2019. While the samples used were automotive companies, which amounted to 12 companies. The findings of the test results that have been carried out by the author are proven that there is a positive influence of NPM & firm size on income smoothing, there is a negative effect of institutional ownership on income smoothing, there is no influence of leverage & firm value on income smoothing, while profitability is able to moderate NPM, institutional ownership, firm size on income smoothing and profitability is not able to moderate leverage and firm value.

Key Words : Income smoothing, profitability, NPM, firm size & institutional ownership

PENDAHULUAN

Pada suatu perusahaan terdapat beberapa komponen penting yang menjadi fokus utama manajemen agar selalu mengambil keputusan yang tepat, salah satu komponen tersebut ialah laporan keuangan, sangat penting laporan keuangan harus tersedia pada perusahaan, hal ini agar membantu perusahaan dalam mengatur dan mengelola keuangan dengan sistem manajemen yang baik. Dalam menyelesaikan laporan keuangan, perusahaan perlu melakukannya dengan hati-hati, hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kesalahan pada nominal yang diketik dan mengerjakan sesuai kaidah standart akuntansi yang ada, laporan keuangan menjadi hal yang penting untuk dijadikan sebagai informasi atau pemberitahuan tentang keadaan finansial atau posisi keuangan perusahaan pada periode waktu tertentu.

Laporan keuangan biasanya digunakan untuk kepentingan informasi posisi keuangan kepada pemilik saham serta pihak lain seperti perbankan, pada laporan keuangan berisi laporan laba rugi yang merupakan bagian penting pada laporan keuangan. Dengan laporan keuangan

akan menyajikan laporan laba rugi yang menggambarkan keadaan kinerja perusahaan pada kurun waktu tertentu, adapun proses penilaian atau kinerja perusahaan tercermin dari perolehan laba atau rugi yang didapatkan pada periode tertentu. Perlu diketahui bahwa seringkali laporan keuangan menjadi sasaran kecurangan atau manipulasi yang dilakukan dengan sengaja oleh manajemen dengan maksud untuk memperoleh keuntungan sepihak, hal ini tentu saja menjadi kerugian perusahaan apabila terjadi dan pihak investor akan dirugikan, oleh sebab itu sangat penting adanya audit keuangan yang berasal dari independent.

Saat ini fenomena akan terjadinya praktik perataan laba semakin merajalela dan bahkan menjadi rahasia umum pada perusahaan, adapun maksud dari perataan laba ini ialah untuk memberikan persepsi positif kepada para investor karna bisa memberikan dampak pada nilai perusahaan di pasar modal. Tentu saja hal ini memberikan gambaran bahwa laba menjadi komponen yang sangat penting pada perusahaan yang akan dijadikan bahan pertimbangan pengambilan keputusan oleh investor. Selain itu terdapat banyak faktor yang menentukan motivasi manajer dalam melakukan perataan laba, adapun faktor tersebut terdiri dari net profit margin, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, financial leverage, nilai perusahaan, dan profitabilitas.

Kemampuan perusahaan dalam mengelola asset dengan tujuan untuk memperoleh laba pada kurun periode waktu tertentu disebut profitabilitas, dengan semakin tinggi profitabilitas perusahaan akan menghasilkan kinerja serta kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan akan semakin besar. Karna itu hubungan profitabilitas dengan perataan laba ialah pada saat profitabilitas yang didapat oleh perusahaan kecil pada kurun periode tertentu akan berdampak pada terjadinya perataan laba dengan cara meningkatkan pendapatan yang diperoleh sehingga akan memperlihatkan saham dan mempertahankan investor yang ada. Pengelolaan perusahaan dapat dilakukan dengan cara kepemilikan institusional oleh para investor. Para investor dapat melakukan fungsi pengawasan, kontrol serta pengarahan kepada manajemen perusahaan dalam mengelola asset perusahaan dengan baik, tentu saja hal ini sangat berguna agar manajemen perusahaan tidak melakukan hal-hal yang bisa merugikan perusahaan yang akan berujung pada menurunnya nilai perusahaan di pasar modal.

Selain itu terdapat faktor lain yang dapat memicu terjadinya perataan laba, faktor tersebut ialah leverage. Terdapat faktor lain yang juga bisa menentukan terjadinya perataan laba, faktor tersebut ialah nilai perusahaan. Untuk melihat informasi terkait nilai perusahaan, hal yang dapat dilakukan ialah dengan cara melihat nilai saham perusahaan pada pasar modal atau dapat dilihat dengan cara menganalisa nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Terdapat faktor lain yang dapat menentukan terjadinya perataan laba seperti ukuran perusahaan serta Net Profit Margin (NPM).

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1
Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Riset ini memakai pendekatan secara kuantitatif, populasi yang digunakan pada penelitian ini ialah Perusahaan Otomotif yang terdaftarsecaraterusmenerusdalam Bursa Efek Indonesia selamaperiode 2016-2019. Sedangkan sampel yang digunakan ialah Perusahaan Otomotif yang terdaftar di BEI periode 2016-2019 berjumlah 12 perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

Tabel 1
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N	Mean	48
	Std. Deviation	.0000000
Most Extreme Differences	Absolute	.36136542
	Positive	.097
	Negative	-.083
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^a

Sumber : Data diolah SPSS versi 21

Tabel diatas memperlihatkan nilai *asym.sig* sebesar 0,200>0,05. Dapat dipastikan data telah berdistribusi normal.

Tabel 2
Uji Multikolineritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	NPMX1	.511	1.958
	KepIns_X2	.260	3.843
	UkPerusahaan_X3	.211	4.732
	FLeverage_X4	.292	3.419
	Nil_Perusahaan_X5	.763	1.311
	NPM_Z	.269	3.712
	K1_Z	.247	4.056
	UP_Z	.525	1.905
	FL_Z	.887	1.127
	NP_Z	.697	1.436

Sumber : Data diolah SPSS versi 21

Sesuai tabel diatas dapat dipastikan bahwa telah terbukti seluruh data terbebas dari gejala multikolineritas.

Tabel 3
Heteroskedastisitas

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.956	.000
	NPMX1	-1.012	.318
	KepIns_X2	-.080	.937
	UkPerusahaan_X3	-.409	.685
	FLeverage_X4	.520	.606
	Nil_Perusahaan_X5	-.958	.344
	X1_Z	-.887	.381
	X2_Z	.188	.852
	X3_Z	-.691	.494
	X4_Z	1.885	.067
	X5_Z	.400	.691

a. Dependent Variable: ABRES2

Sesuai tabel diatas tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4
Autokorelasi

Model	Change Statistics		
	df2	Sig. F Change	
1	37	.002	1.792

Sumber: Data diolah SPSS versi 21

Sesuai tabel diatas dipastikan tidak terdapat gejala autokorelasi.

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.499	.364	.40728

Sumber: Data diolah SPSS versi 21

Sesuai tabel diatas nilai koefisien persamaan sebelummoderasi 0,337. serta nilai R² mengalami peningkatan menjadi 0,499. Dapat disimpulkan penggunaan *profitabilitas* sebagai variabel moderasi memperkuat model regresi sebesar 16,2%.

Tabel 6
Uji-F

Model	F	Sig.
1 Regression	3,690	.002 ^b
Residual		
Total		

Sumber: Data diolah SPSS versi 21

Sesuai hasil diatas dinyatakan layak untuk digunakan untuk menguji hipotesis karena memiliki signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 7
Uji-t

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	-.031	.213	-.148	.884
	NPMX1	.292	.123	2.365	.023
	KepIns_X2	-.390	.153	-2.557	.015
	UkPerusahaan_X3	.449	.198	2.264	.030
	FLeverage_X4	-.002	.145	-.013	.990
	Nil_Perusahaan_X5	-.053	.160	-.333	.741
	X1_Z	2.285	1.035	2.207	.034
	X2_Z	-11.598	4.703	-2.466	.018
	X3_Z	.422	.176	2.391	.022
	X4_Z	.664	.408	1.627	.112
	X5_Z	-.084	.225	-.373	.711

Sumber: Data diolah SPSS versi 21

1. Diperoleh hasil uji-t NPM sebesar 2,365 & signifikansi 0,023. Disimpulkan ada pengaruh positif NPM terhadap perataan laba.
2. Diperoleh hasil uji-t kepemilikan institusi sebesar -2,557 & signifikansi 0,015. Disimpulkan ada pengaruh negative kepemilikan institusi terhadap perataan laba.
3. Diperoleh hasil uji-t ukuran perusahaan 2,264 & signifikansi 0,030. Dipastikan ada pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap perataan laba.
4. Diperoleh hasil uji-t leverage sebesar -0,013 & signifikansi 0,990. Dipastikan tidak ada pengaruh leverage terhadap perataan laba.
5. Diperoleh hasil uji-t nilai perusahaan sebesar -0,333 & signifikansi 0,741. Dipastikan tidak ada pengaruh nilai perusahaan terhadap perataan laba.
6. Diperoleh hasil uji-t NPM*Profitabilitas sebesar 2,207 & signifikansi 0,034. Dipastikan bahwa profitabilitas mampu memoderasi NPM terhadap perataan laba.
7. Diperoleh hasil uji-t kepemilikan institusi*Profitabilitas sebesar -2,466 & signifikansi 0,018. Dipastikan profitabilitas mampu memoderasi kepemilikan institusi terhadap perataan laba.
8. Diperoleh hasil uji-t ukuran perusahaan*Profitabilitas sebesar 2,391 & signifikansi 0,022. Dipastikan profitabilitas mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap perataan laba.
9. Diperoleh hasil uji-t leverage*Profitabilitas sebesar 1,627 & signifikansi 0,112. Dipastikan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi leverage terhadap perataan laba.
10. Diperoleh hasil uji-t nilai perusahaan*Profitabilitas sebesar -0,373 & signifikansi 0,711. Dipastikan profitabilitas tidak mampu memoderasi nilai perusahaan terhadap perataan laba.

SIMPULAN

Diperoleh temuan ada pengaruh positif NPM & ukuran perusahaan terhadap perataan laba, ada pengaruh negatif kepemilikan institusi terhadap perataan laba, tidak ada pengaruh leverage & nilai perusahaan terhadap perataan laba, sedangkan profitabilitas mampu memoderasi NPM, kepemilikan institusi, ukuran perusahaan terhadap perataan laba dan profitabilitas tidak mampu memoderasi leverage serta nilai perusahaan.

IMPLIKASI

Dari hasil temuan penelitian ini, pihak perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan serta memperhatikan NPM, kepemilikan institusi, ukuran perusahaan, leverage serta nilai perusahaan agar dapat mengetahui perataan laba perusahaan untuk mencegah terjadinya penghindaran pajak, selain itu investor juga harus melakukan peninjauan laporan keuangan setiap perusahaan sebelum memutuskan untuk berinvestasi atau menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Selama proses riset berlangsung, penulis mengalami kendala pada waktu dan dana yang digunakan sangat terbatas
2. Bagi peneliti dimasa mendatang agar memakai variabel lain
3. Riset ini memakai data perusahaan yang penulis dapat dari situs BEI

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Rita dan Amboningtyas, Dheasey. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). Prosiding Seminar Nasional Unimus Volume 2 2019 e-ISSN: 254-3257
- Dzahabiyya, Jauza., et al. (2020). Analisis Nilai Perusahaan Dengan Model Rasio Tobin's Q. JAD: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara Vol. 4 No. 1 (2020) Januari-Juli
- Fairisati, Trisna., et al. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Jurnal Akuntansi
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Fitri dan Fuad. (2015). Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perataan Laba Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2009-2012. *Diponegoro Journal Of Accounting Volume 4, Nomor 2, Tahun 2015, Halaman 1-12 ISSN (Online): 2337-3806*
- Herlina, Siti. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Financial Leverage*, *Net Profit Margin* Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Tindakan Perataan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011-2014. JOM Fekon, Vol.4 No.1 (Februari) 2017
- Homayoun, S. (2015). *Agency Theory and Corporate Governance. International Business Management, Vol 9 (5), 805-815.*
- Kurniawati, Elok. (2019). Pengaruh *Debt To Equity Ratio* Dan *Net Profit Margin* Terhadap Perataan Laba Dengan Roa Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan Vol. 12 No. 2 | Agustus 2019 e-ISSN: 2622-1950
- Lerebulan, Eusebyus. (2020). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Kebijakan Pendanaan Dividen Pada Perusahaan Manufaktur (Studi Pada Bursa Efek Indonesia). Jurnal Akuntansi
- Lestari, Y. A., & Nuzula, N. F. (2017). Analisis Pengaruh *Financial Leverage* Dan *Operating Leverage* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di

- Bursa Efek Indonesia Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)[Vol. 46 No.1 Mei 2017]. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 46 No.1 Mei 2017*.
- Lisa, O. (2015). Asimetri Informasi Simetri Informasi dan Manajemen Laba. *Jurnal WIGA*, 2(1), 42–49.
- Lubis, Aswadi. (2016). Agency Problem Dalam Penerapan Pembiayaan Akad Mudharabah Pada Perbankan Syariah. *Al Qalam*Vol. 33, No. 1 (Januari - Juni 2016)
- Mirwan, D.RdanAmin, M.N. (2020). Pengaruh *Financial Leverage*, Profitabilitas, *Net Profit Margin*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktik Perataan Laba. *Akuntabilitas Vol. 14, No. 2, Juli 2020 E-ISSN: 2685-7030*
- Pangemanan, I.W., et al. (2017). Analisis Rasio Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Pt. Bank Central Asia, Tbk. Cabang Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* 12(2), 2017, 25-34
- Puspitsari, N.K.B dan Putra, I.M.P.D. (2018). Pengaruh Profitabilitas pada Praktik Perataan Laba dengan Struktur Kepemilikan sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.23.1. April (2018): 211-239 ISSN: 2302-8556
- Rahmazaniati, L. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Financial Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Universitas Teuku Umar*.
- Retno, R. D., & Praitinah, D. (2012). Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). *Jurnal Nominal*, 1(1), 15–22.
- Ridwan dan Fransiska. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perataan Laba. *AKUISISI | Jurnal Akuntansi Online* ISSN : 2477-2984 – PRINT ISSN : 1978-6581
- Rosadi, Arsad dan Rakhmat, A.S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Kelompok LQ 45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2019. *Jurnal Universitas Pelita Bangsa*
- Sellah dan Herawaty, Vinola. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Reputasi Auditor, Nilai Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Praktik Perataan Laba Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi. *Seminar Nasional Cendekiawan ke 5 Tahun 2019* ISSN (P) : 2460 - 8696 Buku 2: "Sosial dan Humaniora" ISSN (E) : 2540 – 7589
- Sianipar, Syarinah. (2017). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jom FISlp* Volume 4 No.1 Februari 2017
- Sofyani, Hafiez dan Rahma, Nadia. (2017). Kenapa Seseorang Melakukan Manipulasi Laporan Keuangan?: Studi Dengan Pendekatan Skenario Kasus Dilema Etika. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* Volume 5(1) April 2017, hlm. 31-46 E-ISSN: 2549-3876
- Sudarmadi, Rispantyo, dan Sunarko.M.R. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Financial Leverage, Dan Net Profit Margin Terhadap Perataan Laba. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi* Vol. 13 No 3 September 2017: 312 –322
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi* Volume X No. 1 / Februari / 2018.
- Thu., et al. (2017). *Investigating income smoothing:empirical evidence from Vietnam's listed companies*. *Journal of Science Ho Chi Minh City Open University*, 7(3), 82-95
- Wahyuningsih, Putri Triana. (2017). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Financial Leverage*, Dan *Net Profit Margin(Npm)* Terhadap Tindakan Perataan Laba Perusahaan (Studi kasus pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Universitas Pandanaran- Semarang*
- Wulandari, ZulaikadanSitumorang, I.R. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan *Financial Leverage* Terhadap Perataan Laba (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya (JABEP)* 2020, Vol. 6, No. 1, 29-41 e-ISSN: 2723-5947

- Yunengsih.,Yuyun., et al.(2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio, Kepemilikan Manajerial Dan Reputasi Auditor Terhadap Praktik Perataan Laba (Income Smoothing) (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014). *Accounting Research Journal of Sutaatmadja (Accruals)* Volume 2 No. 2, September
- Zakiah, Tuti. (2017). Analisis *konflik Agency Teory* dan pengaruhnya terhadap kebijakan *Dividen* pada perusahaan yang tergabung dalam LQ 45 (Studi kasus tahun 2011-2015). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol.6, No.01, Bulan Januari 2017

PENGARUH PENENTUAN HARGA JUAL DAN HARGA POKOK PENJUALAN TERHADAP LABA PADA TOKO SEPATU VLETCHER TANGGULANGIN SIDOARJO

Annisa Dwi Rochmaningrum¹, Bambang Dwi Waryanto²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : annisadwi328@gmail.com¹

Koresponden : bambangdwi275@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan harga jual serta harga pokok penjualan terhadap laba. Metode yang digunakan digunakan ialah kuantitatif serta menggunakan data sekunder. Populasi pada penelitian ini yakni laporan keuangan, sebaliknya sampel yang digunakan laporan keuangan bulanan pada tahun 2017- 2019. Metode analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi serta uji hipotesis. Hasil penelitian ini secara parsial, penentuan harga jual berpengaruh positif serta signifikan terhadap laba, harga pokok penjualan berpengaruh positif serta signifikan terhadap laba. Sebaliknya secara simultan penentuan harga jual serta harga pokok penjualan terhadap laba mempunyai pengaruh positif serta signifikan. Dapat disimpulkan jika tiap kenaikan nilai penetapan harga jual serta harga pokok penjualan hendak menaikkan laba toko.

Kata kunci: Penentuan harga jual, harga pokok penjualan, laba

ABSTRACT

This study aims to determine the selling price and cost of goods sold to profit. The method used is quantitative and uses secondary data. The population in this study is financial reports, on the other hand, the sample used is monthly financial reports in 2017- 2019. The data analysis method uses descriptive statistics, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing. The results of this study partially, determining the selling price has a positive and significant effect on profits, the cost of goods sold has a positive and significant effect on profits. On the other hand, the simultaneous determination of the selling price and the cost of goods sold on profit has a positive and significant effect. It can be concluded that each increase in the value of the selling price and the cost of goods sold will increase store profits.

Keywords: Determination of selling price, cost of goods sold, profit.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan di dunia usaha terus menjadi luas perih ini memunculkan terjalin persaingan diantara bermacam industri. Industri ialah wadah buat menggapai tujuan besama para pendirinya dengan melaksanakan aktivitas ekonomi dalam sesuatu warga(Pura, 2013: 13). Biasanya sesuatu industri, baik industri besar, lagi ataupun kecil didirikan dengan tujuan utama ialah buat memperoleh laba, sehingga pengusaha senantiasa berupaya agar laba yang didapat jauh lebih besar dari pada pengeluaran pengeluaran operasionalnya. Terdapat statment yang menerangkan jika seandainya semakin besar penjualan sehingga semakin besar pula laba yang diperoleh, serta kebalikannya seandainya semakin rendah tingkatan penjualan sehingga semakin kecil laba yang dihasilkan(Satriani dan Kusuma, 2018). Laba ialah keuntungan yang diperoleh dari sesuatu industri dalam aktivitas bisnisnya..

Melaksanakan bisnis, pengusaha berupaya semaksimal mungkin buat meningkatkan produk yang telah terbuat. Untuk itu tiap pengusaha hendak senantiasa berjuang melindungi kelancaran usahanya serta bisa berkompetensi dengan pesaing- pesaing yang lain buat menggapai tujuan yang diharapkan. Supaya tujuan tersebut bisa tercapai dibutuhkan aktivitas yang wajib dilaksanakan ialah memastikan harga jual serta harga pokok penjualan.

Memutuskan harga jual industri wajib diteliti serta pas dalam melaksanakan perhitungannya, perihal ini sangat memastikan nasib penjualan produk di pasaran. Harga jual ialah angka yang telah menutupi pengeluaran pembuatan secara utuh serta ditambahkan dalam jumlah yang normal(Lestari serta Permana, 2017). Upaya menentukan harga jual di pasaran selaku salah satu bagian dari manajemen harga, perlu dicoba dengan mencermati banyak aspek. Perihal tersebut pastinya buat menghindari tidak lakunya benda penciptaan yang hendak dipasarkan..

Aktivitas operasionalnya yang meliputi hal- hal tersebut wajib dilaksanakan secara efisien serta efektif. Semacam di Toko Sepatu Vletcher Tanggulangin Sidoarjo, owner toko telah melaksanakan pembukuan namun tidak terperinci. Sebab Toko Sepatu Vletcher belum seluruhnya mencatat dalam memutuskan harga jual, harga pokok penjualan, dan laba yang diperoleh cocok dengan laporan keuangan akuntansi pada biasanya. Dalam perihal ini periset berminat mempelajari di Toko Sepatu Vletcher tersebut. Terdapat statment yang menarangkan jika industri yang sanggup menjaga harga jual senantiasa mahal hendak menambah laba bersih industri demikian juga kebalikannya, dalam perihal ini tiap pergantian harga jual hendak pengaruhi harga jual industri(Pratiwi, 2018).

Perhitungan pada harga pokok penjualan, industri akan mudah menghitung harga jual sebab harga pokok penjualan ini sangat berarti selaku dasar buat memastikan harga jual ke konsumen. Terdapat statment yang menarangkan jika harga pokok penjualan berperan buat menetapkan harga jual yang ialah aspek berarti dalam pencapaian laba optimum, serupa halnya dalam penelitiannya jika harga pokok penjualan sangat dibutuhkan buat memastikan harga jual yang memiliki energi saing pasar(Sululing serta Asharudin, 2016: 23- 42). Harga pokok penjualan merupakan harga benda ataupun jasa selaku bahan baku ataupun jasa buat jadi benda dengan ditambah biaya- biaya yang berkaitan dengan harga pokok penjualan(Kasmir, 2019: 308).

Bersumber pada latar belakang diatas rumusan permasalahan pada riset ini merupakan:

1. Apakah penentuan harga jual mempengaruhi terhadap laba Toko Sepatu Vletcher Tanggulangin Sidoarjo?
2. Apakah harga pokok penjualan mempengaruhi terhadap laba Toko Sepatu Vletcher Tanggulangin Sidoarjo?
3. Apakah penentuan harga jual serta harga pokok penjualan mempengaruhi secara simultan terhadap laba pada Toko Sepatu Vletcher Tanggulangin Sidoarjo?

Tujuan dari rumusan permasalahan pada riset ini ialah buat mengenali dalam memastikan harga jual serta harga pokok penjualan mempengaruhi terhadap laba. Dan secara simultan penentuan harga jual serta harga pokok penjualan mempengaruhi terhadap laba.

METODE

Riset ini memakai tata cara kuantitatif. Populasi yang digunakan merupakan laporan keuangan sebaliknya sampel diperoleh dari laporan keuangan bulanan Toko Sepatu Vletcher tahun 2017 hingga 2019. Metode pengambilan sampel memakai tata cara purposive sampling dengan pertimbangan tertentu. Sumber informasi dalam riset ini memakai informasi sekunder yang diperoleh dari dokumen ataupun laporan keuangan Toko Sepatu Vletcher. Analisis yang digunakan merupakan statistic deskriptif serta analisis regresi linier berganda dengan uji asumsi klasik, uji t, uji f serta koefisien determinasi.

Definisi Operasional Varibel

Varibel Bebas

1. Penentuan harga jual merupakan sesuatu kunci keberhasilan dalam industri buat memperoleh keuntungan cocok dengan sasaran yang di idamkan. Variabel ini diukur

dengan satuan rupiah(Rp). Sebaliknya dalam memastikan harga jual dihitung per buah sepatu.

2. Harga pokok penjualan merupakan total bayaran benda dagangan yang dibuat serta dijual kembali dalam aktivitas bisnis disuatu industri dalam satu periode. Variabel ini diukur dengan satuan rupiah(Rp). Dimana dalam harga pokok penjualan dihitung dalam rata-rata tiap satu bulan.

Variabel Terikat

1. Laba ialah sesuatu pemasukan bersih yang telah dikurangi beban- beban ataupun biaya-biaya yang diperoleh sesuatu industri dalam menjalankan bisnisnya. Variabel ini diukur dengan satuan rupiah(Rp). Dimana laba dihitung rata- rata tiap satu bulan.

HASIL PENELITIAN

1. Statistik Deskriptif

Tabel 1
Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penentuan Harga Jual (X1)	36	90000.00	145000.00	114444.44	20451.25835
Harga Pokok Penjualan (X2)	36	14430000.00	46500000.00	28853819.4444	9098705.68672
Laba (Y)	36	4820000.00	24475000.00	11763231.9444	4926226.04570
Valid N (listwise)	36				

Sumber : Lampiran Out put SPSS

variabel penentuan harga jual (x_1) mempunyai nilai minimum sebesar Rp 90.000, nilai maksimum sebesar Rp 145.000 serta nilai rata-rata sebesar Rp 114.444 dengan standar deviasi sebesar Rp 20.451. Variabel harga pokok penjualan (x_2) mempunyai nilai minimum sebesar Rp 14.430.000, nilai maksimum sebesar Rp 46.500.000 serta nilai rata-rata sebesar Rp 28.853.819 dengan standar deviasi sebesar Rp 9.098.705. Variabel laba (Y) mempunyai nilai minimum sebesar Rp 4.820.000, nilai maksimum sebesar Rp 24.475.000 serta nilai rata-rata sebesar Rp 11.763.231 dengan standar deviasi sebesar Rp 4.926.226.

2. Uji Normalitas

Tabel 2
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test 2

		Unstandardized Residual
N		36 ^c
Exponential parameter. ^{a,b}	Mean	1965715.3233673
Most Extreme Differences	Absolute	.287
	Positive	.287
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		1.184
Asymp. Sig. (2-tailed)		.121

Sumber : Lampiran Uji Asumsi Klasik

Menurut hasil pengujian diperoleh nilai Asymp.sig sebesar 0,121 ($0,121 > 0,05$). Sehingga bisa disimpulkan jika seluruh data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

3. Uji Multikolinearitas

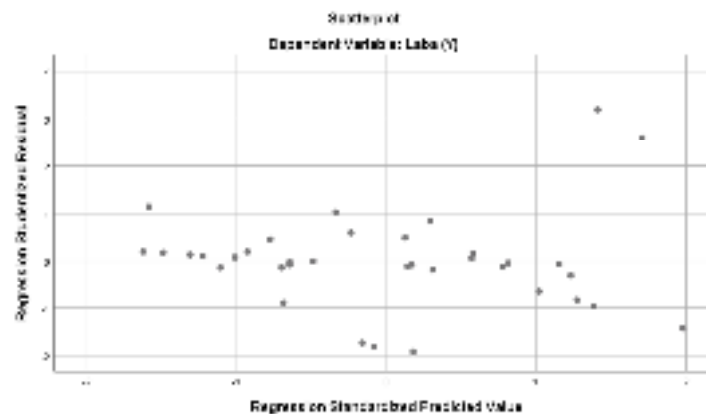
Tabel 3
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Penentuan Harga Jual (X1)	.242	4.126
	Harga Pokok Penjualan (X2)	.242	4.126

a. Dependent Variable: Laba (Y)
Sumber : Lampiran Uji Asumsi Klasik

Menurut hasil yang diperoleh nilai VIF untuk variabel penentuan harga jual sebesar 4,126 ($4,126 < 10$) serta harga pokok penjualan sebesar 4,126 ($4,126 < 10$). Sehingga bisa dinyatakan jika regresi linier berganda pada penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

4. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1 Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar Scatterplot diatas nampak titik- titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, dan tersebar baik diatas ataupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Perihal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

5. Uji Autokorlasi

Tabel 4
Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	12211276.93073 ^a
Cases < Test Value	35
Cases ≥ Test Value	1
Total Cases	36
Number of Runs	2
Z	-1.940
Asymp. Sig. (2-tailed)	.052

a. Mode

b. There are multiple modes. The mode with the largest data value is used.

Sumber : Lampiran Uji Asumsi Klasik

Menurut hasil yang diperoleh nilai Asymp.Sig sebesar 0,052 ($0,052 > 0,05$). Sehingga dapat dinyatakan jika regresi berganda pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a	
		Unstandardized Coefficients	
Model		B	Std. Error
	(Constant)	2005306.7	2291832.5
1	Penentuan Harga Jual (X ₁)	74.925	34.237
	Harga Pokok Penjualan (X ₂)	0.635	0.077

a. Dependent Variable: Laba (Y)

Sumber: Lampiran Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda

Nilai konstanta merupakan 2.005.306,7. Perihal ini menampilkan jika apabila nilai variabel penentuan harga jual serta harga pokok penjualan sama dengan nol, sehingga nilai variabel laba sebesar 2.005.306,7. Koefisien regresi variabel penentuan harga jual (X₁) sebesar 74,925, menampilkan besar pengaruh variabel penentuan harga jual (X₁) terhadap laba. Nilai penentuan harga jual (X₁) bertanda positif(+) menunjukkan pengaruh

yang searah. Maksudnya jika variabel penentuan harga jual (X_1) alami peningkatan satu satuan, maka laba (Y) akan alami peningkatan sebesar 74,925. Koefisien regresi variabel harga pokok penjualan (X_2) sebesar 0,635, menampilkan besar pengaruh variabel harga pokok penjualan (X_2) terhadap laba. Nilai harga pokok penjualan (X_2) bertanda positif (+), perihal ini menunjukkan pengaruh yang searah. Maksudnya jika variabel harga pokok penjualan (X_2) alami peningkatan satu satuan, maka laba (Y) akan alami kenaikan sebesar 0,635.

7. Koefisien Determinasi

Tabel 6
Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916 ^a	.838	.829	2039240.90340
a. Predictors: (Constant), Harga Pokok Penjualan (X_2), Penentuan Harga Jual (X_1)				
b. Dependent Variable: Laba (Y)				
Sumber : Hasil Uji SPSS, Analisis regresi linier berganda				

M

enurut hasil perhitungannya diketahui jika nilai koefisien determinasi (R - Square) sebesar 0,838. Perihal ini menampilkan variabel penentuan harga jual serta harga pokok penjualan bisa pengaruhi variabel laba sebesar 83,8%, sebaliknya 16,2% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan pada riset ini.

8. Uji t

Tabel 7
Uji t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	0.875	0.388
	Penentuan Harga Jual (X_1)	2.188	0.036
	Harga Pokok Penjualan (X_2)	8.256	0.000

a. Dependent Variable: Laba (Y)

Sumber: Lampiran Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda

ari
bel
pe
ne
ntu
an
har
ga
jual diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,188 dengan nilai signifikan sebesar 0,036. Sebaliknya variabel harga pokok penjualan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,256 dengan nilai signifikan nilai 0,000.

9. Uji F

Tabel 8
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	712138992615 865.500	2	356069496307 932.750	85.624	.000 [*]
	Residual	137230614249 898.060	33	415850346211 8.123		
	Total	849369606865 763.500	35			

a. Dependent Variable: Laba (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga Pokok Penjualan (X2), Penentuan Harga Jual (X1)

Sumber: Lampiran Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda

Menurut hasil uji simultan (uji F) diatas sehingga diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 85,624 dengan nilai Sig sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$).

PEMBAHASAN

1. Hasil pengujian hipotesis 1 memakai Uji- t atau secara parsial, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,188 dengan nilai signifikan sebesar 0,036. Dimana nilai signifikan $0,036 < 0,05$. Dari hasil tersebut sehingga bisa dinyatakan hipotesis diterima yang maksudnya penetapan harga jual berpengaruh positif serta signifikan terhadap laba. Pengaruh penetapan harga jual terhadap laba memiliki nilai positif(+) yang maksudnya tiap kenaikan nilai penetapan harga jual, sehingga akan menaikkan laba. Hasil riset ini sejalan dengan pendapat(Y. S. serta A. Prasetyo, 2016) yang melaporkan kalau penentuan harga jual ialah salah satu keputusan manajemen yang sangat berarti wajib diambil oleh pihak manajemen, sebab lewat harga jual inilah industri hendak mempertaruhkan kelangsungan hidup usahanya, dari hasil penjualan produk inilah industri tergantung dalam pemenuhan kebutuhan anggaran operasional.
2. Hasil pengujian hipotesis 2 memakai Uji- t atau secara parsial, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,256 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,00 < 0,05$). Dari hasil tersebut sehingga bisa dinyatakan hipotesis diterima yang maksudnya harga pokok penjualan berpengaruh positif serta signifikan terhadap laba. Pengaruh harga pokok penjualan terhadap laba memiliki nilai positif(+) yang maksudnya tiap kenaikan nilai harga pokok penjualan, sehingga akan menaikkan laba. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat(Sofia Prima Dewi, 2017) dalam perhitungan harga pokok penjualan apabila memiliki nilai rendah, hingga laba yang dihasilkan terus menjadi besar, begitu pula kebalikannya bila harga pokok terus menjadi besar laba yang diperoleh terus menjadi rendah.
3. Hasil pengujian hipotesis 3 memakai Uji- F atau secara simultan, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 85,624 dengan nilai Sig sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut hingga bisa dinyatakan hipotesis diterima yang maksudnya penetapan harga jual serta harga pokok penjualan secara simultan berpengaruh positif serta signifikan terhadap laba. Pengaruh penetapan harga jual serta harga pokok penjualan secara simultan terhadap laba memiliki nilai positif(+) yang maksudnya tiap kenaikan nilai penetapan harga jual serta harga pokok penjualan secara simultan, hingga hendak menaikkan laba. Riset diatas sejalan dengan riset terdahulu yang pernah dicoba oleh(Laksana, 2016),

hasil riset menampilkan jika biaya produksi, harga jual serta pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi terhadap laba.

SIMPULAN

Pengaruh Penentuan Harga Jual Terhadap Laba

Penentuan harga jual mempengaruhi signifikan terhadap laba pada Toko Sepatu Vletcher. Hasil didapat sesudah melaksanakan pengujian hipotesis secara parsial serta diperoleh nilai signifikan $< 0,05$. Dimana hasil tersebut menunjukkan ada pengaruh signifikan, sehingga hipotesis bisa diterima serta teruji kebenarannya.

Pengaruh Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba

Harga pokok penjualan mempengaruhi secara signifikan terhadap laba pada Toko Sepatu Vletcher. Hasil yang didapat sesudah melaksanakan pengujian hipotesis secara parsial serta diperoleh nilai signifikan $< 0,05$. Dimana hasil tersebut menampilkan ada pengaruh signifikan, sehingga hipotesis bisa diterima serta teruji kebenarannya.

Pengaruh Penentuan Harga Jual dan Harga Pokok Penjualan secara Simultan Terhadap Laba

Penentuan harga jual serta harga pokok penjualan secara simultan mempengaruhi signifikan terhadap laba pada Toko Sepatu Vletcher. Hasil yang didapat sesudah melaksanakan pengujian hipotesis secara simultan serta diperoleh nilai signifikan $< 0,05$. Dimana hasil tersebut menampilkan ada pengaruh signifikan, sehingga hipotesis bisa diterima serta terbukti kebenarannya.

IMPLIKASI

Implikasi pada penelitian ini merupakan mencermati dalam penentuan harga jual, perihal ini disebabkan harga jual yang sangat besar hendak membuat konsumen bergeser ke toko lain serta lebih rinci dalam memastikan harga pokok penjualan dengan memasukkan seluruh biaya-biaya yang mencuat.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan pada penelitian ini ialah untuk para peneliti lanjutan, supaya meningkatkan variabel bebas yang bisa pengaruh laba usaha serta menambah sampel penelitian. Perihal ini diharapkan supaya hasil pengaruh terhadap laba usaha terus menjadi besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, G. A. dan Y. (2017). *Anggaran Bisnis*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Doddy, S. S. dan, & Asharudin. (2016). *Analisis Harga Pokok Penjualan pada Laba*. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Luwuk.
- Indriani, T. (2015). *Pengaruh Harga Pokok Penjualan, Penjualan Kredit dan Perputaran Kas Terhadap Laba*. Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok : Rajawali Pers.
- Kusuma, D. S. dan V. W. (2020). Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Penjualan. *Jurnal Ilmiah MEA*.
- Laksana, I. P. (2016). *Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual dan Pelayanan Terhadap Laba*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Muhammad, M. D. dan H. (2018). *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Makassar : CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.

- Prastikarani, V. (2018). *Strategi Harga Jual Produk PT. Widaya Inti Plasma*. Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Pratiwi, D. I. (2018). *Pengaruh Modal dan Harga Jual Terhadap Laba*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Pura, R. (2013). *Pengantar Akuntansi 1 Pendekatan Siklus Akuntansi*. Jakarta : Erlangga.
- Ratnasari, W. W. (n.d.). *Penentuan Harga Jual Produk dengan Metode Cost Plus Pricing untuk Meningkatkan Laba*. Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage Terhadap Financial Distress

Ilva Choirotun Nisa¹, Mohammad Afrizal Miradji²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : ilvacnisa@gmail.com¹,

Koresponden : afrizal@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Observasi ini bertujuan dapat mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas dan leverage terhadap financial distress. Observasi yang digunakan jenis kuantitatif. Populasi pada observasi ini perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 2017 -2019. Sampel dalam observasi menggunakan metode purposive sampling sehingga didapatkan 14 perusahaan makanan dan minuman. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder didapat pada laporan keuangan. Metode analisis yang digunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan auto korelasi), regresi linier berganda, serta uji hipotesis (uji t dan uji F) memakai SPSS versi 25. Berdasarkan perolehan uji t profitabilitas diperoleh taraf signifikan $0,000 < 0,05$ berarti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap financial distress, likuiditas diperoleh taraf signifikan $0,833 > 0,05$ berarti berpengaruh positif terhadap financial distress, leverage diperoleh taraf signifikan $0,257 > 0,05$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial distress.

Kata kunci: Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Financial Distress

ABSTRACT

This observation aims to determine the effect of profitability, liquidity and leverage on financial distress. The type observation used is quantitative. The population in this observation is food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017 - 2019. The sample in the observed using purposive sampling method so that 14 food and beverage companies were obtained. In this study using secondary data obtained in the financial statements. The analytical methods used is descriptive statistical analysis, classical assumption test (normality, multicollinearity, heteroscedasticity and auto correlation), multiple linear regression, and hypothesis testing (t test and F test) using SPSS version 25. Based on the profitability t test, a significant level is obtained $0,000 < 0,05$ means a negative and significant effect on financial distress, Liquidity has a significant level of $0,833 > 0,05$ means a positive effect on financial distress, leverage has a significant level of $0,257 < 0,05$ has a positive and significant effect on financial distress.

Keywords: Profitability, Liquidity, Leverage, Financial Distress

PENDAHULUAN

Kondisi fenomena perekonomian global berdampak terhadap kinerja perekonomian dalam negeri. Persaingan dunia usaha semakin ketat (Asia & Irwan, 2015). Perusahaan dituntut dapat mengembangkan kualitas dan kuantitas agar dapat unggul serta dapat menghadapi kondisi perekonomian. Perusahaan besar maupun perusahaan kecil pada dasarnya bertujuan mendapatkan laba yang tinggi agar dapat bertahan jangka Panjang sehingga terhindar dari masalah keuangan.

Financial distress adalah kondisi kesulitan perusahaan dan tidak mampu membayar kewajibannya. Financial distress terjadi sebelum kebangkrutan, penyebab financial distress yaitu pengambilan keputusan yang kurang tepat, kurangnya modal, serta banyaknya hutang dan kerugian (Setiawan dan Amboningtyas, 2016) Perusahaan dapat memprediksi terjadinya financial distress sejak dini.

Laporan keuangan dapat dijadikan penilaian kondisi perusahaan dalam keadaan baik ataupun buruk oleh para pihak yang berkepentingan (Ardian, Andini dan Raharjo, 2015). Mengetahui kondisi kesulitan dalam keuangan atau financial

distress pada perusahaan bisa memakai rasio keuangan (Rohmadini et al., 2018). Rasio keuangan untuk menilai kinerja perusahaan berdasarkan laporan keuangan agar dapat memberikan informasi kondisi perusahaan ini kepada pimpinan perusahaan maupun masyarakat.

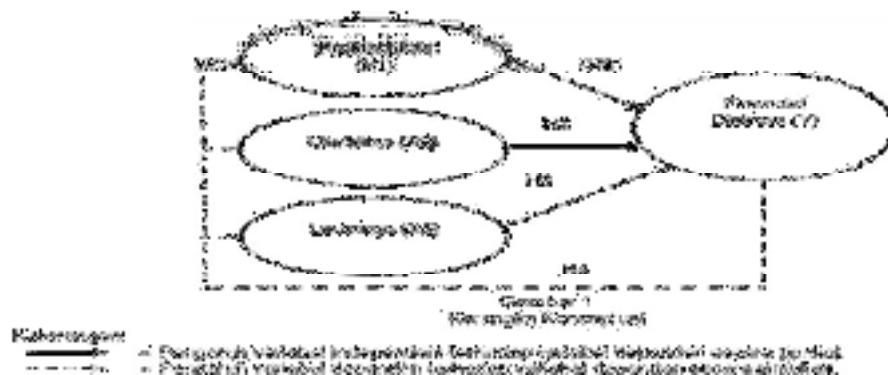
Rasio profitabilitas merupakan gambaran kepada perusahaan mengetahui seberapa tinggi kemampuan perusahaan saat mendapatkan keuntungan (Kasmir, 2019). Perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan sehingga perusahaan dapat terhindar dari kondisi kesulitan dan pemegang saham terdorong untuk penanaman terhadap perusahaan yang memiliki performa dan memperoleh keuntungan yang baik.

Rasio likuiditas yaitu gambaran perusahaan ketika membiayai hutang jangka pendek (Kasmir, 2019). Apabila perusahaan semakin likuid maka memiliki potensi kecil terjadinya financial distress (Setiawan dan Amboningtyas, 2016). Sebagaimana penelitian terdahulu yang dilakukan oleh

Rasio leverage merupakan gambaran perusahaan dalam memenuhi hutang jangka Panjang (Kasmir, 2019). Apabila pembiayaan nya makin banyak memakai hutang, akan beresiko mengalami kesulitan karena terdapat hutang yang tinggi dari pada aset yang dimiliki (Agustini & Wirawati, 2019). Perusahaan makanan dan minuman memiliki peranan luar biasa pada kebutuhan masyarakat.

Banyak nya perusahaan baru yang bermunculan mengharuskan perusahaan memiliki strategi dalam bersaing serta meningkatkan keuntungan, sehingga perusahaan akan terhindar dari penurunan kinerja dan ketidakcukupan dana yang akan membuat perusahaan dalam posisi financial distress yang mengarah pada kesulitan

Gambar 1. Kerangka Berpikir



METODE

MODEL

Observasi ini memakai metode kuantitatif dan data yang dipergunakan adalah data sekunder berbentuk laporan keuangan perusahaan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi. Populasi penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman tercatat di bursa efek Indonesia periode 2017- 2019. penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria ditentukan peneliti sehingga memperoleh 14 sampel perusahaan. Teknik yang dikenakan dalam analisis data penelitian ini yaitu, analisis deskriptif, analisis linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis (uji t dan uji F). Uji Analisis Deskriptif

Tabel 1
Hasil Output Uji Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	42	-.34487	.27918	.0420655	.13495062
Likuiditas	42	-.91859	1.23222	-.1777512	.48738846
Leverage	42	-.47413	.75046	.0108126	.38228650
Financial Distress	42	-.97395	1.00873	.0645987	1.00222029
Valid N (listwise)	42				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 1 menunjukkan bahwa Profitabilitas (X1) memiliki nilai paling rendah -0,34 dengan nilai tertinggi 0,27, memiliki nilai rata-rata sebesar 0,04 serta standar deviasi 0,13.

Likuiditas (X2) mempunyai nilai paling rendah -0,91 dengan nilai tertinggi 1,23, nilai rata-rata sebesar -0,17 serta standar deviasi 0,48.

Leverage (X3) mempunyai nilai paling rendah -0,47 dengan nilai tertinggi 0,75, nilai rata-rata sebesar 0,01 serta standar deviasi 0,38.

Financial Distress (X4) mempunyai nilai paling rendah -0,97 dengan nilai tertinggi 1,00, nilai rata-rata sebesar 0,64 serta standar deviasi 1,00

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2
Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil	Kriteria	Keterangan
Normalitas	0,2	Sig. > 0,05	Normal
Multikolinieritas			
Profitabilitas (X_1)	1,34	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Likuiditas (X_2)	1,619	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Leverage (X_3)	1,777	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Heterokedasitas			
Profitabilitas (X_1)	0,305	Sig. > 0,05	Bebas Heterokedasitas
Likuiditas (X_2)	0,825	Sig. > 0,05	Bebas Heterokedasitas
Leverage (X_3)	0,269	Sig. > 0,05	Bebas Heterokedasitas
Autokorelasi	1,438	-2 < DW < +2	Bebas Autokorelasi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

1. Uji Normalitas

Berdasarkan tabel 2, menggunakan uji statistic non parametik kolmogrov Smirnov test (k-s) terdapat nilai sig 0,200 > 0,05, data memenuhi uji normalitas sehingga dinyatakan data berdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinieritas

Hasil dari tabel 2 uji multikolinieritas, diketahui nilai nilai VIF profitabilitas 1,340 < 10, Likuiditas 1,619088 < 10, dan Leverage 1,777 < 10. Dapat disimpulkan tidak adanya multikolinieritas atau tidak diketahui adanya korelasi sesama variabel.

3. Uji Heterokedasitas

Berdasarkan tabel 2, hasil uji heterokedasitas menggunakan uji Glesjer menunjukkan nilai Sig. dari profitabilitas (X_1) sebesar 0,305, Likuiditas (X_2) sebesar 0,825, dan Leverage (X_3) sebesar 0,269 dengan kriteria pengambilan keputusan dimana nilai Sig. > 5. Dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedasitas

4. Uji Autokorelasi

Dari hasil diatas, diperoleh nilai dari Durbin Watson 1,438 menunjukkan tidak terjadi autokorelasi

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Hasil
Konstanta	0,252
Profitabilitas	-4,368
Likuiditas	0,061
Leverage	0,673

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil dari tabel 5 diatas, maka diperoleh hasil sebagai berikut: $Y = 0,252 - 4,368 X_1 + 0,061 X_2 + 0,673 X_3$ atau $FD = 0,252 - 4,368 \text{Profitabilitas} + 0,061 \text{Likuiditas} + 0,673 \text{Leverage}$.

Uji Hipotesis

1) Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 4 Hasil Uji-t (Parsial)

Variabel	t	Sig.
Profitabilitas	-4,597	0,000
Likuiditas	0,212	0,833
Leverage	1,743	0,089

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

H1 pada penelitian ini menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap financial distress. mempunyai nilai t hitung -4,597 serta nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak. Dikarenakan profitabilitas yang besar dapat mengetahui kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola aset nya serta mendapatkan keuntungan. Perusahaan yang memiliki dana lebih mempunyai kemungkinan kecil terjadinya financial distress. Sehingga penelitian ini tidak sejalan dengan Hipotesis pertama namun sama dengan penelitian terdahulu oleh G. Anggara dan Lilik (2018) H2 pada penelitian ini menyatakan likuiditas berpengaruh positif terhadap financial distress. mempunyai nilai t hitung 0,212 serta nilai signifikan $0,833 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H2 di terima. Likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membiayai utang jangka pendek, sehingga lebih rendah perusahaan dalam membiayai hutang yang sudah jatuh tempo maka bisa jadi terjadinya financial distress semakin tinggi. namun apabila aset yang dimiliki perusahaan tinggi dibanding hutang maka akan menjadi sinyal yang baik. Sehingga penelitian ini sejalan dengan Ardian, Andini dan Raharjo (2015).

H3 penelitian ini menyatakan Leverage mempunyai pengaruh positif pada financial distress. Nilai t hitung 1,743 serta nilai signifikan $> 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa H diterima. kinerja perusahaan dalam melunasi pinjaman dari para kreditor mempunyai perhatian yang besar dari para investor yang akan menanamkan modal. Penelitian ini sejalan dengan Utami (2015)

2) Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 4 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.072	3	7.357	14.629	.000 ^b
	Residual	19.111	38	.503		
	Total	41.182	41			

a. Dependent Variable: Financial Distress

b. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Likuiditas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil perhitungan tabel 4, hasil signifikansi $0,000 > 0,05$. Sehingga disimpulkan H4 dapat diterima yang berarti berpengaruh simultan terhadap financial distress.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.732 ^a	.536	.499	.70916251	1.438

a. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Likuiditas

b. Dependent Variable: Financial Distress

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil perhitungan koefisiensi determinasi pada tabel 5, nilai R Square sebesar 0,536 sehingga pengaruh independent profitabilitas, likuiditas dan leverage sebesar 0,536% terhadap variabel dependent financial distress.

SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil analisis data menggunakan SPSS dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan:

1. Profitabilitas berpengaruh negative terhadap financial distress
2. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap financial distress
3. Leverage berpengaruh positif terhadap financial distress
4. Profitabilitas, likuiditas dan leverage berpengaruh secara simultan terhadap financial distress

IMPLIKASI

Hasil pada penelitian ini diharapkan memberikan pertimbangan serta masukkan pada perusahaan, serta pentingnya ketepatan pengambilan keputusan pada suatu perusahaan sehingga dapat mencegah terjadinya financial distress.

KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel serta periode dikenakan hanya 3 tahun diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menambah dan memperluas objek yang diteliti beserta memperpanjang waktu penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. W., & Wirawati, N. G. P. (2019). Pengaruh Rasio Keuangan Pada Financial Distress Perusahaan Ritel Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 251.
- Ardian Andre Vici, Andini Rita, R. K. (2015). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage, Rasio Aktifitas Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress. *Religion and Society*, 21, 165–165.
- Asia, V. E., & Irwan. (2015). Pengaruh rasio keuangan terhadap prediksi kebangkrutan (Altman Z-Score) industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011. *Jurnal Visionida*, 1(1), 47–59.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi 11). Rajawali Pers.
- Lisiantara, G. A., & Febrina, L. (2018). Likuiditas, Leverage, Operating Capacity, Profitabilitas, Sales Growth Sebagai Preditor Financial Distress. *Prosiding SENDI*, 764–772.

- Rohmadini, A., Saifi, M., & Darmawan, A. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage Terhadap Financial Distress (Studi Pada Perusahaan Food & Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(2), 11–19.
- Setiawan Heri, A. D. (2016). *FINANCIAL RATIO ANALYSIS FOR PREDICTING FINANCIAL DISTRESS CONDITIONS*. 24(6), 708–712.
- Utami, M. (2015). Pengaruh Aktivitas, Leverage , dan Pertumbuhan Perusahaan Dalam Memprediksi Financial Distress. *Artikel. Universitas Negeri Padang*, 1–27.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa UD. Rajawali Transportasi di Gresik

Ikhwan Kusdianto¹, Tri Aripabowo²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : ikhwan.ksdnto@gmail.com¹

Koresponden : tri.aripabowo@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Tujuan dari dilakukannya penelitian ialah melihat pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap sebuah loyalitas pelanggan secara simultan di UD. Rajawali Transportasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Rajawali Transportasi. Penelitian ini menggunakan sampel 40 responden pada PT. UNIMOS Gresik. Hal tersebut dengan pertimbangan bahwa UD. Rajawali Transportasi mempunyai standard layanan dan kepercayaan yang sama, sehingga semua pelanggan mendapatkan pelayanan dan kepercayaan yang sama. Peneliti menganalisis data uji-t memperoleh nilai signifikansi kualitas layanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) berada dibawah 0,05. Kemudian t-hitung berada diatas t-table 2,021. Artinya secara parsial variabel kualitas layanan, kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis uji-F memperoleh nilai signifikansi pengaruh variabel kualitas layanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) berada dibawah 0,05 dan F-hitung 16,748 > nilai F table 3,23. Menunjukkan terdapat pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan di UD. Rajawali Transportasi.

Kata kunci: kualitas layanan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of conducting this research is to see the effect of service quality and trust on a customer loyalty simultaneously at UD. Rajawali Transportation. This study aims to determine service quality and trust have a simultaneous effect on customer loyalty at UD. Rajawali Transportation. This study used a sample of 40 respondents at PT. UNIMOS Gresik. This is with the consideration that UD. Rajawali Transportasi has the same service and trust standards, so that all customers get the same service and trust. Researchers analyzed the t-test data to obtain the significance value of service quality (X_1) and trust (X_2) on customer loyalty (Y) below 0.05. Then the t-count is above the 2.021 t-table. This means that partially the variable service quality, trust has a positive effect on customer loyalty. The results of the F-test analysis obtained a significance value of the effect of the variable service quality (X_1) And trust (X_2) On customer loyalty (Y) below 0.05 and F-count 16.748 > F table value of 3.23. Shows that there is an effect on the quality of service and trust in customer loyalty simultaneously at UD. Rajawali Transportation.

Keywords: service quality, trust, and customer loyalty.

PENDAHULUAN

Salah satu perusahaan jasa transportasi Jawa Timur ialah UD. Rajawali Transportasi yang bergerak dalam kegiatan pelayanan transportasi pengiriman barang dalam jumlah besar, sehingga menggunakan kendaraan yang besar pula yaitu Truk, Colt Diesel, Mobil Box, dan kendaraan lain. Diferensiasi produk yang ditawarkan UD. Rajawali Transportasi merupakan jasa layanan pengiriman barang dalam jumlah besar mulai dari minyak, roti, dan sebagainya. Jasa pengiriman barang mempunyai prospek bisnis yang sangat baik, karena sampai saat ini jasa pengiriman barang belum tergantikan dengan piranti apapun dan teknologi manapun. Namun kenyataannya banyak perusahaan yang berjalan searah dan seirama UD. Rajawali Transportasi, sehingga memberi pengaruh besar terhadap kemajuan UD. Rajawali Transportasi. Hal tersebut mendorong persepsi, motivasi, sikap customer agar menghasikan jasa yang mempunyai daya saing.

UD. Rajawali Transportasi dituntut untuk melakukan peningkatan kualitas layanan untuk merespon persaingan pasar yang kompetitif. Peningkatan kualitas layanan dilakukan untuk mencapai sebuah kepercayaan dan loyalitas konsumen. Beberapa upaya yang dapat dilakukan UD. Rajawali Transportasi untuk meningkatkan kualitas layanan adalah dengan perluasan jangkauan pengiriman, peningkatan kecepatan waktu pengiriman, dan layanan yang tanggap. Pelayanan yang berkualitas menjadi sebuah syarat wajib untuk kesuksesan sebuah perusahaan. Kualitas layanan umumnya dimaknai sebagai perbandingan antara sesuatu yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterima (Kotler dan. Amstrong, 2012).

Dalam rangka meningkatkan kualitas layanan, UD. Rajawali Transportasi melebarkan sayapnya dengan memperbanyak titik layanan. Namun, ada customer yang mengeluh perihal kurang cekatannya kinerja dan sistem UD. Rajawali Transportasi. Konsumen lainnya mengeluhkan kurang responsifnya pengaduan online melalui Whatsapp perusahaan, tidak mempunyai akun web, serta pengiriman yang memakan waktu yang cukup lama.

Pada dasarnya setiap perusahaan jasa pengiriman barang khususnya dalam jumlah besar, mempunyai peluang yang sama untuk dipilih jasanya oleh konsumen. Tetapi dengan pertimbangan kualitas layanan yang minim, dapat merubah kepercayaan konsumen terhadap UD. Rajawali Transportasi. Hal utama yang harus diantisipasi seorang saat melakukan bisnis adalah bagaimana perusahaan dapat dipercaya oleh konsumen. Banyak perusahaan yang kecewa karena mengandalkan kepuasan konsumen untuk jaminan kesuksesan perusahaan, tetapi kecewa melihat konsumennya juga merasa puas menggunakan jasa pesaingnya (Griffin, 2015). Total *markeet share* menunjukkan bahwa konsumen UD. Rajawali Transportasi mulai berpindah memakai jasa pengiriman lain yang dianggap bisa memenuhi keinginan customer.

Kualitas layanan dan kepercayaan dapat mendorong pelanggan agar menjalin hubungan solid dengan sebuah perusahaan. Keuntungan dari adanya hubungan yang kuat adalah perusahaan dapat memahami impian dan kebutuhan pelanggan (Kotler, 2013). Sehingga sebuah loyalitas bisa terbentuk disaat impian customer perihal kualitas layanan terealisasi.

Peneliti akan sajikan berbagai penelitian terdahulu yang telah dikaji sebelumnya, sehingga dapat membuktikan keaslian masalah, kebaruan dan urgensi kajian yang akan dilakukan. Penelitian karya Paliati yang berjudul pengaruh nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, terhadap loyalitas nasabah tabungan perbankan di Sulawesi Selatan (Paliati, 2017). Kemudian penelitian karya Saputro yang melakukan analisis pengaruh kualitas produk dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada PT. Nusantara Sakti Demak) (Saputro, 2015). Penelitian karya Bramayudha tentang pengaruh kepuasan, kepercayaan dan biaya peralihan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Telkom Flexi di Surabaya (Bramayudha, 2019).

Dari beberapa penelitian yang penulis cantumkan di atas, belum ada yang melakukan kajian spesifik tentang "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa UD. Rajawali Transportasi di Gresik".

Dari berbagai permasalahan yang penulis uraikan pada penelitian ini, maka penulis dapat simpulkan bahwa permasalahannya

apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi, apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi, dan apakah kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Rajawali Transportasi. Tujuan penelitian ini dibuat adalah sebagai gambaran yang akan dicapai ketika penelitian ini selesai dikerjakan, sehingga dapat diketahui secara rinci terkait penelitian yang dilakukan. Adapun tujuan artikel ilmiah ini untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi, untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi, dan untuk mengetahui kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Rajawali Transportasi.

METODE

Kuantitatif ialah metode yang dipergunakan dengan lokasi penelitian di Dusun Tanggungan, Desa Wringinanom, Kecamatan Wringinanom, Kabupaten Gresik. Populasinya ialah semua pelanggan UD. Rajawali Transportasi berjumlah 7 pelanggan. Pelanggan yang dimaksud adalah sebuah perusahaan, karena UD. Rajawali Transportasi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi Truk, Colt Diesel, Mobil Box, dll sehingga semua konsumen adalah sebuah perusahaan yang menggunakan jasa pengiriman UD. Rajawali Transportasi. Sementara pelanggan yang menjadi sampel adalah PT. UNIMOS Gresik yang merupakan salah satu pelanggan UD. Rajawali Transportasi. Hal tersebut dengan pertimbangan bahwa UD. Rajawali Transportasi mempunyai standar layanan dan kepercayaan yang sama sehingga PT. UNIMOS Gresik dianggap sudah cukup mewakili populasi yang diteliti. *Cluster sampling* ialah teknik yang dipakai menentukan sampel yaitu berdasarkan kluster (kelompok), bukan pada personalnya (Sukardi, 2013). Dengan demikian Sampel dalam penelitian ini adalah 40 responden pada PT. UNIMOS Gresik dianggap cukup mewakili populasi. Hal tersebut dengan pertimbangan bahwa UD. Rajawali Transportasi mempunyai standar layanan dan kepercayaan yang sama, sehingga otomatis semua pelanggan mendapatkan pelayanan dan kepercayaan yang sama pula.

Teknik pengumpulan datanya ialah survey menggunakan kuesioner atau angket. Selanjutnya, hasil olah data survey melalui kuesioner atau angket diperlukan analisis data sehingga memperoleh suatu hasil uji (Azwar, 2017). Teknik analisis data yang dilakukan ialah Uji Kualitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, dan Uji Hipotesis.

HASIL

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan dengan tujuan mengukur kevalidan sebuah kuesioner. Sebuah kuesioner dianggap valid ketika pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat mencapai tujuan pengukurannya. Hasil uji validitas menunjukkan nilai r -hitung di atas r -tabel yaitu 0,304 (sampel 40 responden) atau nilai signifikansi Kurang dari $\alpha = 0,05$. Artinya, kuesioner yang diajukan dinyatakan valid (Ghozali, 2016).

Uji Reliabilitas

Sebuah koesioner, *reliable* ketika jawaban termuat dalam koesioner konsisten. Sebuah kuesioner dinyatakan handal atau *reliable* ketika mempunyai *conbachs alpha* lebih dari 0,6 (Ghozai, 2016). Berikut hasil uji penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Model	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	0,789	0,6	Reliabel
Kepercayaan (X ₂)	0,896	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,808	0,6	Reliabel

Sumber: Data Kuesioner Diolah (Output SPSS Ver. 22.0)

Uji reliabilitas pada table 1 membuktikan bahwa alat instrument pada penelitian ini telah *reliable* atau dapat diterima. Hal tersebut terlihat dari nilai Cronbachs Alpha seluruh variable di atas 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berikut hasil ujii normalitas pada penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas			
Kualitas Layanan (X ₁)	0,20	> 0,05	Normal
Kepercayaan (X ₂)	0,20		

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Ver. 22.0

Table tersebut membuktikan masing-masing variable mempunyai nilai diatas 0,05. Artinya seluruh data dapat dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk membuktikan model regresi dalam penelitian ini terdapat hubungan linear antar variabele. Berikut hasil uji penelitian ini:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

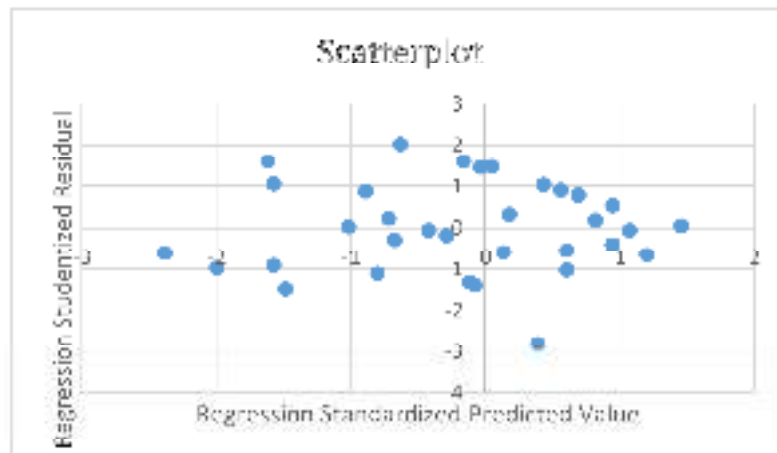
Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Uji Multikolinearitas			Bebas
Kualitas Layanan (X ₁)	1,601	VIF < 10	Multikolinearitas
Kepercayaan (X ₂)	1,601		

Sumber: Data Diolah dengan SPSS Ver. 22.0

Table tersebut menunjukan ternyata variable independen artikel yang dikaji terbebas multikolinearitas. Hal tersebut terbukti dari nilai VIF kurang dari 10, artinya bebas dari hubungan multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Di bawah ini adalah uji:



Sumber: Data Diolah dengan SPSS Ver. 22.0

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar tersebut memperlihatkan titik-titik yang tidak teratur sehingga tidak terbentuk sebuah pola. Artinya kajian artikel ini tidak mempunyai gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan menunjukkan nilai keterpengaruhan antara Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan. Berikut hasil uji:

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan Garis Regresi	Koefisien Regresi
Konstanta	2,271
Kualitas Layanan	0,256
Kepercayaan	0,342
Koefisien Determinasi	Koefisien Regresi
R	0,689
R Square	0,475

Sumber: Data Diolah (Output SPSS Ver. 22.0)

A. Persamaan Garis Regresi

Dipergunakan menunjukkan nilai keterpengaruhan antara Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan. Berikut hasil uji:

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2$$

$$Y = 2,271 + 0,256 + 0,342$$

- 1 Konstanta (a) = 2,271, maksudnya ketika nilai variable Kualitas Layanan dan Kepercayaan berada pada angka nol, Loyalitas Pelanggan terletak pada angka 2,271.
- 2 b1 berada pada 0,256 membuktikan variable Kualitas Layanan (X₁) mempunyai pengaruh yang positif pada Loyalitas Pelanggan (Y), berarti setiap kenaikan 1 point

variable Kualitas Layanan, berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan dengan angka 0,256 jika variable lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

- 3 b2 berada pada 0,342 membuktikan variable kepercayaan (X_2) mempunyai pengaruh positif pada Loyalitas Pelanggan (Y), berarti setiap kenaikan 1 point variable kepercayaan, berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan dengan angka 0,342 jika variable lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Seluruh variable mempunyai nilai koefisien yang positif, maksudnya jika variable Kualitas Layanan, Kepercayaan mengalami peningkatan maka variable Loyalitas Pelanggan juga mengalami peningkatan.

B. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi R mencapai angka 0,689, sehingga membuktikan hubungan variable Kualitas Layanan, Kepercayaan terhadap variable Loyalitas Pelanggan adalah kuat. Nilai R^2 juga mencapai angka 0,475, membuktikan pengaruh variable Kualitas Layanan, Kepercayaan terhadap variable Loyalitas Pelanggan secara simultan sebesar 45,1%.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dikerjakan agar bisa melihat nilai keterpengaruhan antara variable Kualitas Layanan, Kepercayaan terhadap variable Loyalitas Pelanggan. Pengujian hipotesis memperoleh hasil sebagai berikut:

A. Hipotesis Parsial (Uji-t)

Hasil uji parsial:

Tabel 5. Hasil Uji-t (Hipotesis Parsial)

Variabel	t hitung	Sign.	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	4,888	0	Signifikan
Kepercayaan (X_2)	4,828	0	Signifikan

Sumber: Data Diolah (Output SPSS Ver. 22.0)

1 Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji parsial membuktikan nilai signifikansi X_1 berada di bawah 0,05 dan t-hitung 4,888, lebih besar dari t-table 2,021. Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan mempunyai pengaruh. Dengan demikian hipotesis pertama terbukti kebenarannya.

Artinya apabila kualitas layanan UD. Rajawali Transportasi semakin baik, maka akan semakin mempengaruhi peningkatan loyalitas pelanggan, begitu juga sebaliknya. Hasil kajian sejalan dengan karya Ernani mengungkapkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggannya (Ernani, 2018). Rusandi mengungkapkan dalam penelitiannya dengan kualitas layanan, perusahaan dapat memahami impian dan kebutuhan pelanggan, Sehingga sebuah loyalitas bisa terbentuk disaat impian pelanggan perihal kualitas layanan terealisasi (Rusandi, 2014).

2 Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji parsial membuktikan nilai signifikansi X_1 berada di bawah 0,05 dan t-hitung 4,828, lebih besar dari t-table 2,021. Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa antara Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan mempunyai pengaruh. Dengan demikian hipotesis kedua terbukti kebenarannya.

Artinya apabila kepercayaan pada pelanggan UD. Rajawali Transportasi semakin baik, maka akan semakin mempengaruhi peningkatan loyalitas pelanggan, begitu juga sebaliknya. Hasil kajian sejalan dengan karya Aydin mengungkapkan salah satu faktor utama membangun loyalitas pelanggan ialah kepercayaan pelanggan (Ayclin, 2015).

A. Hipotesis Simultan (Uji F)

Berikut merupakan hasilnya:

Tabel 6. Hasil Uji F (Hipotesis Simultan)

F hitung	Sign.	Kriteria	Keterangan
16,748	0	< 0,05	Signifikan

Sumber: Data Diolah (*Output SPSS Ver. 22.0*)

Uji simultan membuktikan nilai signifikansi kualitas layanan, kepercayaan berada di bawah 0,05 serta F--hitung 18,081, lebih besar dari F--table 3,13. Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa antara kualitas layanan, kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan mempunyai pengaruh. Dengan demikian hipotesis keempat (H_4) diterima atau terbukti kebenarannya.

Uji simultan membuktikan kualitas layanan, kepercayaan secara bebarengan (simultan) berpengaruh baik terhadap loyalitas pelanggan pada UD. Rajawali Transportasi. Hasil kajian sejalan dengan karya Siswoyo mengungkapkan kualitas layanan serta kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Siswoyo, 2019).

SIMPULAN

1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di UD. Rajawali Transportasi. kualitas layanan berbanding lurus terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi nilai kualitas layanan pada UD. Rajawali Transportasi akan disertai peningkatan loyalitas pelanggan pada perusahaan tersebut.
2. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi. Kepercayaan berbanding lurus terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi nilai kepercayaan pelanggan pada UD. Rajawali Transportasi akan disertai peningkatan loyalitas pelanggan pada perusahaan tersebut.
3. Kualitas layanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada UD. Rajawali Transportasi.

IMPLIKASI

Sesuai kajian yang peneliti laksanakan, terbukti bahwa secara sendiri dan kualitas layanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada UD. Rajawali Transportasi. Oleh karena itu, dapat digunakan pertimbangan perusahaan UD. Rajawali Transportasi untuk peningkatan kualitas layanan dan kepercayaan serta memberi masukan pada aktivitas perencanaan perusahaan. Diharapkan menjadi acuan penentuan kualitas layanan dan kepercayaan kepada konsumen dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan UD. Rajawali Transportasi.

KETERBATASAN PENELITIAN

Kajian dalam penelitian sudah dilaksanakan dengan usaha maksimal sejalan prosedur penulisan ilmiah. Penulis menyadari terdapat keterbatasan dalam kajian ini, yaitu beberapa factor mengenai loyalitas pelanggan diantaranya harga, inovasi, trend, dan sebagainya yang juga dapat mengukur loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Saputro. (2015). *Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi PT. Nusantara Sakti Demak)*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Andreassen, Wallin, & Lindestad. (2018). The Effect Of Corporate Image In The Formation Of Customer Loyalty. *Journal Of Service Service Research*.
- Aydin, S., & Ozer, G. (2015). The Analysis of Antecedents of Customer Loyalty in the Turkish Mobile Telecommunication Market. *European Journal of Marketing Vol 39*.
- Azwar. (2017). *Metode Penelitian Jilid I*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2015). *Customer Loyalty*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hadiyati, Ernani. (2008). Analisis Kualitas Layanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Skripsi*. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Jambi. ISSN: 2085-0972.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2013). *Manajemen Pemasaran 2, Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Lau, G. dan Lee, S. (2014). Consumer's trust in a brand and lin to brand loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- Palilati, Alida. (2017). *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan*. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo Kendari, Sulawesi Selatan
- Rusandi, Edi. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Anggota Koperasi Karyawan Omedata (K2O) Di PT. Omedata Electronic Bandung. *Tesis*. Magister Manajemen, Universitas Widyatama Bandung.
- Siswoyo, Erik. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelanggan, Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Jateng Pemuda Semarang*.
- Sukardi. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

PENGARUH PERPUTARAN PERSEDIAAN DAN PERPUTARAN PIUTANG TERHADAP RENTABILITAS EKONOMI PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2014-2018

Febrianto¹, Yuni Sukandani², Bayu Adi³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}

Email : Febrianto.f62@gmail.com¹,

Koresponden : yuni_sukandani@yahoo.com², bayu.adi@unipasby.ac.id³

ABSTRAK

Dalam menjaga kestabilan perusahaan untuk memperoleh laba, perusahaan perlu memperhatikan perputaran persediaan yang digunakan dalam menjalankan kegiatan perusahaan, selain itu piutang harus dikelola sebaik mungkin agar keuangan perusahaan tetap dalam keadaan stabil. Populasinya perusahaan farmasi, sampel sejumlah 8 perusahaan dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji-t dan uji-F). Hasil uji-t untuk perputaran persediaan berdampak pada rentabilitas ekonomi dengan nilai sig. ($0,000 < 0,05$) dan perputaran piutang tidak mempunyai hubungan dengan rentabilitas ekonomi karena nilai sig. ($0,081 > 0,05$), hasil uji F diperoleh nilai sig. ($0,000 < 0,05$) artinya secara bersamaan perputaran persediaan dan perputaran piutang berhubungan dengan rentabilitas ekonomi, sehingga hasil ini dapat dijadikan sebagai acuan investor dalam mengambil keputusan untuk menanam modalnya.

Kata kunci: Perputaran Persediaan, Perputaran Piutang, Rentabilitas Ekonomi.

ABSTRACT

In maintaining the stability of company to make a profit, the company needs to pay attention to the inventory turnover used in the company's operations, beside that the company must manage receivables well so that the company's finances remain in a stable state. The population in this study is the pharmaceutical companies and a sample of 8 pharmaceutical, according to purposive sampling technique. Data analysis uses multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (t-test and F-test). T-test results for inventory turnover impact on economic profitability with sig. ($0,000 < 0,05$) and accounts receivable turnover has no relationship with economic profitability because sig. ($0,081 > 0,05$), the F-test results are obtained sig. ($0,000 < 0,05$) meaning simultaneously inventory turnover and accounts receivable turnover associated with economic profitability, so that these results can be used as a reference by investors in making decisions to invest their capita.

Keyword: inventory turnover, accounts receivable turnover, economic profitability.

PENDAHULUAN

Peningkatan yang signifikan telah terjadi pada ilmu pengetahuan serta teknologi diimbangi dengan majunya pertumbuhan ekonomi. Perusahaan dapat memanfaatkan keuntungan dengan cara meninjau keadaan pasar serta peluang pasar. Untuk mencapai laba perusahaan harus melaksanakan kegiatan, kemampuan perusahaan dalam menjaga masa depan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang efisien atau disebut rentabilitas. Apabila tingkat rentabilitas semakin tinggi, maka perusahaan mampu memperoleh keuntungan yang baik. Rentabilitas memperlihatkan kesanggupan suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dalam waktu tertentu yang dilihat dari macam-macam rasio untuk mengukur *profit margin* yang diperoleh dari modal kerja yang dipakai untuk seluruh kegiatan kinerja sehari-hari.

Persediaan merupakan suatu barang dalam proses produksi menjadi barang jadi dengan tujuan untuk dijual. Dalam memastikan hasil dari suatu perusahaan dalam suatu waktu, serta menguji efisiensi serta efektivitas pengelolaan persediaan memiliki peran yang sangat penting, untuk menentukan tingkat persediaan tertentu perusahaan bisa menghitung perputaran persediaan. Tingkat perputaran persediaan yang tinggi artinya manajemen dalam mengelola persediaan guna meraih tingkat rentabilitas serta efisiensi.

Penjualan produk secara kredit adalah memberikan barang terlebih dahulu kepada konsumen dan akan menerima pembayaran kemudian hari. Tingkat perputaran piutang tinggi membuktikan bahwa ekuitas yang tertanam didalam piutang makin kecil menandakan baik bagi perusahaan.

Sebagai penggerak utama perekonomian industri farmasi merupakan industri yang berperan besar. Kementrian perindustrian mencatat industri farmasi saat ini menunjukkan kinerja yang cukup baik pada tahun sebelumnya 2017. Hal ini ditunjukkan bahwa perusahaan tersebut terjadi peningkatan pertumbuhan ekonomi yang baik maupun dalam menghasilkan laba yang besar.

Dalam menghadapi persaingan untuk meningkatkan laba maka perusahaan memerlukan pengelolaan manajemen yang baik agar keseimbangan perputaran persediaan dan perputaran piutang tidak mengganggu kegiatan kinerja perusahaan. Dengan begitu perusahaan harus sanggup mengelola persediaan dan piutang yang baik agar mewujudkan kinerja perusahaan yang baik pula sehingga bisa menghasilkan laba yang maksimal. Alasan peneliti tertarik untuk meneliti perusahaan Farmasi merupakan perusahaan yang fokus bisnis dalam menumbuhkan dan mengedarkan obat guna kesehatan dan memiliki kinerja keuangan dengan persaingan yang tinggi.

Dari penjelasan diatas masalah yang dibuat adalah : 1) Bagaimana dampak perputaran persediaan pada rentabilitas ekonomi pada perusahaan farmasi ? 2) Perputaran piutang apakah berdampak terhadap rentabilitas ekonomi pada perusahaan farmasi ?

3) Perputaran persediaan dan perputaran piutang seberapa besar mempengaruhi rentabilitas secara simultan pada perusahaan farmasi ?

Sasaran yang akan dicapai oleh pengkaji yaitu : 1) mengetahui dampak perputaran persediaan pada rentabilitas ekonomi pada perusahaan farmasi. 2) mengetahui dampak rentabilitas ekonomi pada perputaran piutang pada perusahaan farmasi. 3) mengetahui perputaran persediaan dan perputaran piutang mempengaruhi rentabilitas secara simultan pada perusahaan farmasi.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Penelitian terdahulu sebagai acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu : ..

1. Tri Murtiningsih (2016) hasilnya rentabilitas dipengaruhi *cash turnover, accounts receivable turnover, and inventory turnover*.

2. Ririn Arianti dan N. Rusnaeni (2018) mendapatkan hasil penelitian perputaran piutang tidak ada hubungan terhadap profabilitas, tidak memiliki pengaruh antara perputaran kas dengan profabilitas, perputaran persediaan tidak berdampak terhadap profabilitas.
3. Djodi Setiawan dan Fajar Nur Ilham (2018) hasil yang didapat perputaran piutang terdapat hubungan rentabilitas ekonomi, perputaran kas berdampak pada rentabilitas ekonomi.

Landasan Teori

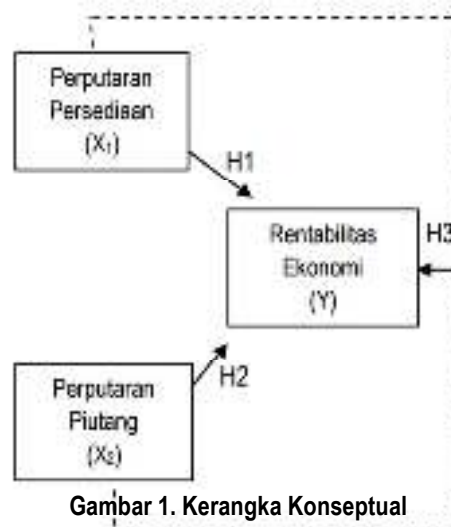
Rasio rentabilitas merupakan mengukur keefektivan perusahaan dalam mengelola ekuitas untuk memperoleh keuntungan (Agus Sartono, 2015:122). Apabila tingkat rentabilitas tinggi mencerminkan kinerja perusahaan baik. Karena hasil keuntungan yang diperoleh besar, sehingga rentabilitas perusahaan akan besar.

Perputaran persediaan merupakan rasio untuk memperkirakan biaya produksi dalam persediaan (Herry, 2018:27). Jika perputaran persediaannya tinggi menandakan perusahaan beroperasi dengan baik dan melakukan penjualan yang tinggi.

Rasio untuk menghitung seberapa besar modal yang tertanam dalam piutang dan akan menjadi kas kembali adalah perputaran piutang (Herry, 2018:179). Apabila nilai rasio ini rendah artinya modal perusahaan yang tertanam dalam piutang akan menumpuk dan menyebabkan resiko piutang tak tertagih.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual guna mempermudah arah kajian ini sehingga dapat digambarkan berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Perputaran persediaan merupakan ukuran yang digunakan menilai banyaknya perusahaan mampu menjual barang dagangannya dalam satu periode. Jika nilai perputaran persediaannya tinggi akan meningkatkan rentabilitas. Perputaran piutang merupakan banyaknya perusahaan yang berhasil meminta piutangnya dan menjadi kas. Tingginya perputaran piutang menandakan modal yang tertanam dalam piutang semakin kecil. Rentabilitas ekonomi adalah menghitung keberhasilan manajemen perusahaan menggunakan modal dalam bentuk aktiva untuk menghasilkan laba. perputaran persediaan dan perputaran piutang merupakan faktor-faktor dalam rentabilitas ekonomi.

Hipotesis

Hipotesis peneliti yang diajukan berdasarkan rumusan masalah diatas :

H₁ = Perputaran persediaan berdampak pada rentabilitas ekonomi pada perusahaan farmasi.

H₂ = Perputaran piutang mempengaruhi pada rentabilitas ekonomi pada perusahaan farmasi.

H₃ = Secara simultan perputaran persediaan dan perputaran piutang berdampak pada rentabilitas ekonomi pada perusahaan farmasi

METODE

Jenis kajian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan sumber data memakai data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan farmasi yang didapatkan menggunakan website resmi BEI. Teknik pengumpulan data dokumentasi. Populasi berupa perusahaan farmasi dan sampel laporan keuangan dengan jumlah 8 perusahaan farmasi. Adapun definisi variabel yang digunakan berikut :

1. Perputaran persediaan adalah berapa kali biaya yang digunakan dalam produksi ini berputar. Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Perputaran persediaan} = \frac{\text{perputaran}}{\text{rata-rata persediaan}}$$

2. Perputaran piutang merupakan seberapa besar perusahaan mampu menagih piutangnya menjadi kas. Rumus perputaran piutang yaitu :

$$\text{perputaran piutang} = \frac{\text{perputaran}}{\text{rata-rata piutang}}$$

3. Untuk melihat kemampuan perusahaan mengelola harta dalam menghasilkan keuntungan dengan pengukuran rentabilitas. Adapun rumus rentabilitas yaitu :

$$\text{Rentabilitas ekonomi} = \frac{\text{EBIT}}{\text{total aktiva}} \times 100\%$$

HASIL

Uji Asumsi Klasik

Melalui uji *Kolmogorov Smirnov* mendapatkan sig. berada diatas 0,05 yaitu 2,00. Maka data memiliki distribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	,62960680
Most Extreme Differences	Absolute	,114
	Positive	,034
	Negative	-,114
Test Statistic		,114
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^a

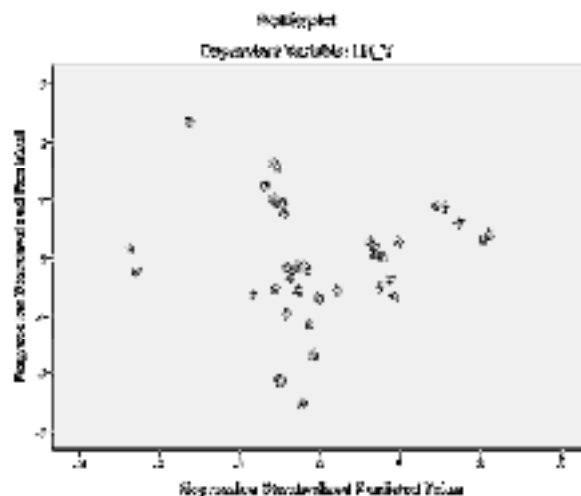
Uji multikolinieritas didapatkan nilai *tolerance* perputaran persediaan dan perputaran piutang adalah 0,990. Sementara nilai VIF untuk perputaran persediaan dan perputaran piutang adalah 1,010. artinya tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam data tersebut.

Variabel	Tolerance	VIF
Perputaran Persediaan	0.990	1.010
Perputaran Piutang	0.990	1.010

Uji autokorelasi mendapatkan Asymp. Sig. (2-tailed) = 1.000 > 0,05, berarti tidak ada masalah autokorelasi terhadap data yang sedang di uji.

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	(0.647)
Cases < Test Value	20
Cases ≥ Test Value	20
Total Cases	40
Number of Runs	21
Z	.000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1.000

Uji heteroskedastisitas terlihat dalam grafik *scatterplot* bahwasanya titik memencar secara random diatas maupun dibawah angka 0 terhadap sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. berarti dalam model regresi ini tidak timbul heteroskedastisitas.



Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam tabel berikut dapat dilihat hasil analisis regresi linier berganda :

Tabel 1. Hasil analisis regresi linier berganda

Koefisien korelasi	$R = 0,726$
Koefisien determinasi	$R^2 = 0,527$
Persamaan garis regresi	Constanta = -3,307
	$X_1 = 1,317$
	$X_2 = -0,474$

Sumber : Lampiran Output SPSS
versi 24.0

Dari hasil tabel diatas maka didapatkan persamaan garis regresi yaitu :

$$Y = -3,307 + 1,317X_1 - 0,474X_2 + e$$

Dari persamaan garis regresi diatas, maka dapat dijelaskan antara lain, yang pertama yaitu diperoleh nilai $(a) = -3,307$ memperlihatkan jika nilai perputaran persediaan dan perputaran piutang bernilai 0, sehingga nilai rentabilitas ekonominya menurun -3,307%. Yang kedua, mendapatkan hasil koefisien regresi $X_1 = 1,317$ maka variabel perputaran persediaan terdapat hubungan positif dengan variabel rentabilitas ekonomi. Artinya setiap penambahan (1%) dari X_1 akan menyebabkan penambahan rentabilitas ekonomi sebesar 1,317%. Yang ketiga, diperoleh hasil koefisien regresi $X_2 = -0,474$ maka X_2 tidak ada pengaruh terhadap rentabilitas ekonomi. Berarti setiap kenaikan (1%) dari perputaran piutang akan menyebabkan penurunan rentabilitas ekonomi sebesar -0,474%.

Koefisien Korelasi

Dari tabel 1 dapat dilihat diperoleh hasil (R) sebesar 0,726. Hasil ini menandakan antara X_1 dan X_2 dengan Y memiliki hubungan yang kuat.

Koefisien Determinasi

Didapat hasil (R^2) pada tabel 1 dapat dilihat hasil $(R^2) = 0,527$ atau 52.7%. berarti variasi atau perubahan dari rentabilitas ekonomi sebesar 52.7% dipengaruhi oleh X_1 dan X_2 . Sedangkan 43.7% dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji Hipotesis

Hasil Uji-t

Uji-t dengan bantuan memakai software SPSS version 24.0 dalam tabel dibawah ini :

Tabel 2. Hasil Uji-t

Variabel	t	Sig.	keterangan
Independent	hitung		
Perputaran	4,343	0,000	Signifikan
Persediaan			
Perputaran	-1,796	0,081	Tidak signifikan
Piutang			

Sumber : Laporan Output SPSS version 24.0
(data diolah)

Hasil tabel 2 menunjukkan nilai $t_{hitung} = 4,343$ tingkat sig. $X_1 = 0,000 < 0,05$. berarti X_1 memiliki hubungan dengan Y pada perusahaan. Hipotesis diterima.

Perputaran piutang didapatkan nilai t_{hitung} sebesar -1,796. maka perputaran piutang tidak berdampak terhadap rentabilitas ekonomi. Demikian hipotesis yang diajukan ditolak.

Hasil Uji-F

Berikut ini hasil uji-F disajikan bentuk tabel yaitu :

Tabel 3. Hasil uji-F (simultan)

F hitung	Sig.	Keterangan
10,375	0,000	Signifikan

Sumber : Lampiran Output SPSS versi 24
(data diolah)

Tabel 3 didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 10,375 dengan taraf sig. 0,000 sehingga H_3 diterima, artinya (X_1) dan (X_2) mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap rentabilitas ekonomi. H_3 diterima..

SIMPULAN

Kesimpulan yang bisa diambil dari hasil analisis yang telah dilakukan yaitu :

1. Pengujian uji-t mendapatkan hasil t_{hitung} tingkat sig. 0,000. Artinya X_1 mempunyai hubungan pada Y. Diterima
2. Hasil pengujian uji-t memperoleh hasil t_{hitung} tingkat sig. 0,081. X_2 tidak berdampak pada Y. ditolak.
3. Pengujian hipotesis menggunakan uji-F diperoleh hasil F_{hitung} tingkat sig. 0,000 < 0,05. X_1 dan X_2 berdampak secara bersamaan terhadap Y. H_3 diterima.

IMPLIKASI

Penanam modal dapat menjadikan hasil kajian ini untuk menjadikan informasi masukan sebagai pengambilan keputusan dengan menilai kinerja perusahaan melalui kegiatan operasionalnya untuk

mendapatkan laba yang besar. Perusahaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dalam perencanaan atau pengelolaan persediaan agar selalu dalam keadaan seimbang dan sanggup mencukupi permintaan konsumen apabila terjadi penjualan yang tinggi dan efisien dalam mengelola piutang agar uang terkumpul tepat pada waktunya, sehingga perusahaan dapat meningkatkan rentabilitas dan meminimalkan resiko kerugian.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan penelitian hanya menggunakan perputaran persediaan dan perputaran piutang untuk menghitung rentabilitas. Banyak hal-hal lainnya yang dapat digunakan seperti Debt to total assets, Tato, dan perputaran kas untuk itu investor dapat menjadikan bahan pertimbangan sebelum memutuskan berinvestasi atau menanam modal. Bagi pengkaji berikutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel yang akan di teliti, sehingga nantinya diharapkan dapat menghasilkan hasil kajian yang sempurna dan temuan-temuan baru dari peneliti sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hengki Irawan Setia Budi. 2011. *"Bijak Mengelola Piutang"*. Penerbit : PT Eles Media Komputindo. Jakarta.
- Kariyoto. 2018. *"Manajemen Keuangan Konsep & Implementasi"*. Cetakan Pertama. Penerbit : UB press. Malang
- Kasmir. 2012. *"Analisis Laporan Keuangan"*. Penerbit : PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sutrisno Agus. 2013. *"Manajemen Keuangan"*. Ekonisia, Kampus Ekonomi UI. Yogyakarta.
- Supriyati. 2016. *"Audit Laporan Keuangan Usaha Kecil & menengah berbasis akuntansi dan perpajakan"*. Edisi 1. Yogyakarta.



Journal of
Sustainability
Business Research

**Nomor ISSN :
2746 - 8607**