



# **Journal of Sustainability Business Research**



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

ARTIKEL

<p><b>PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KESIAPAN KARYAWAN UNTUK BERUBAH DI PT. SARASWANTI UTAMA</b> Cindy Wulandari, Teguh Purwanto, Tri Aripriabowo</p>	<p>PDF 1-9</p>
<p><b>PENGARUH <i>HEDONIC SHOPPING VALUE</i>, <i>SHOPPING LIFESTYLE</i>, DAN PROMOSI <i>FLASH SALE SHOPEE</i> TERHADAP <i>IMPULSE BUYING</i> PADA MASYARAKAT DESA MULUNG KECAMATAN DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK</b> Nur Ul Umroh, I Made Bagus Dwiarta, Evita Purnaningrum</p>	<p>PDF 10-20</p>
<p><b>PENGARUH WOM, STORE ATMOSPHERE, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADACAFE KOPI KONCO</b> Martha Wahyu Fitri A, Christina Menuk, Noerchoidah</p>	<p>PDF 21-32</p>
<p><b>PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI HELM BOGO (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIPA SURABAYA)</b> Dian Ayu Lestary, Mochammad Munir Rachman, Tony Susilo Wibowo</p>	<p>PDF 33-41</p>
<p><b>PENGARUH <i>SHOPPING LIFESTYLE</i>, <i>SALES PROMOTION</i> DAN <i>E-SERVICE QUALITY</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA TOKOPEDIA DI DESA JOTANGAN MOJOKERTO</b> Fitra Dwi Prayogo, Christina Menuk Srihandayani, Noerchoidah</p>	<p>PDF 42-52</p>
<p><b>PENGARUH KUALITAS PRODUK, KERAGAMAN MENU DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KEDAI YAKINI CABANG KRIAN SIDOARJO</b> Mitha Lailatul Nadifah, Christina Menuk Srihandayani, Noerchoidah</p>	<p>PDF 53-62</p>
<p><b>PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SEDERHANA</b> Vivi Devianti, I Ketut Surabagiarta, Suharyanto</p>	<p>PDF 63-73</p>
<p><b>PENGARUH BUDAYA KERJA, PENGAWASAN, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP DISIPLIN KERJA</b> Siti Sarifah, Moch. Munir Rachman, Edy Sulistiyawan</p>	<p>PDF 74-77</p>
<p><b>PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI GUBOG KOPI</b> Roobi'atul Adawiyah, Moch. Munir Rachman, Edy Sulistiyawan</p>	<p>PDF 78-85</p>
<p><b>PENGARUH HARGA, LOKASI, <i>WOM</i> DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA CAFE SENEWEN TIME SURABAYA</b> Wiwid Novitasari, Christina Menuk Sri Handayani</p>	<p>PDF 86-93</p>
<p><b>PENGARUH PROMOSI DAN <i>CELEBRITY ENDORSER</i> TERHADAP MINAT BELI PRODUK WARDAH STUDI PADA MAHASISWI MANAJEMEN</b> Nur Fakhitah, I Ketut Surabagiarta, Wira Yudha Alam</p>	<p>PDF 94-101</p>
<p><b>PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK KACANG METE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOPERASI PLITA KECAMATAN LEWOLEMA KABUPATEN FLORES TIMUR-NTT</b></p>	<p>PDF 102-110</p>

## DAFTAR ISI JSBR Vol.3 No.1 2022

Elisabeth Ema Doreina Hekin, Ferry Hariawan	
<b>PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, MOTIVASI KERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA GURU TAMAN KANAK-KANAK DI KECAMATAN SEMAMPIR SURABAYA</b> Alisa Qotrun Nada, Bambang Dwi Waryanto, Nurdina	PDF 111-121
<b>PENGARUH KEBIJAKAN HUTANG, KEBIJAKAN DEVIDEN &amp; STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFaktur SUB SEKTOR TEKSTIL &amp; GARMENT YANG TERDAFTAR DI BEI</b> Tria Nur Hidayah, Mohammad Afrizal Miradji, Bayu Adi	PDF 122-131
<b>PENGARUH <i>COMPUTER ANXIETY</i>, <i>COMPUTER ATTITUDE</i> DAN <i>COMPUTER SELF EFFICACY</i> TERHADAP MINAT MAHASISWA AKUNTANSI MENGGUNAKAN <i>SOFTWARE ACCOUNTING</i> (STUDI KASUS PADA MAHASISWA AKUNTANSI ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA)</b> Dhea Sania Primaderni, Sugijanto	PDF 132-139
<b>PENGARUH KEPEMILIKAN PUBLIK, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, DEWAN KOMISARIS DAN DEWAN DIREKSI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019</b> Idha Pujawati, Bambang Dwi Wariyanto, Nurdina	PDF 140-151
<b>PENGARUH PENJUALAN, BIAYA PRODUKSI DAN PERPUTARAN PIUTANG TERHADAP LABA BERSIH</b> Agusniar Eka Noor Franitasari, Sugijanto	PDF 152-158
<b>PENGARUH <i>RETURN ON ASSETS</i> DAN <i>CURRENT RATIO</i> TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN MANUFaktur (SUB-SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN TAHUN 2015-2019)</b> Rensy Wulansari, Taudlikhul Afkar	PDF 159-166
<b>ANALISIS KEWAJARAN LAPORAN KEUANGAN KOPERASI UNGGUL MAKMUR</b> Dyah Kartika Kusumaningtyas, Siti Istikhoroh, Mutiara Rachma Ardhiani	PDF 167-174
<b>PENGARUH STRUKTUR ASET, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP STRUKTUR MODAL</b> Amelia Poetri, Sugijanto	PDF 175-181
<b>PENGARUH DANA PIHAK KETIGA DAN KREDIT BERMASALAH TERHADAP PROFITABILITAS BANK BUMN YANG TERDAFTAR DI BEI</b> Friska Cintia Devi, Siti Istikhoroh, Widiar Onny Kurniawan	PDF 182-190
<b>PENGARUH KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, KEPERCAYAAN, FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT WANITA USIA PRODUKTIF UNTUK MENGGUNAKAN <i>FINTECH</i></b> Yunita Lindsari, Martha Suhardiyah	PDF 191-200
<b>PENGARUH <i>CSR</i> TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MODERASI</b> Yulia Rohmatin, Martha Suhardiyah	PDF 201-207
<b>PENGARUH PENJUALAN BERSIH TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO KABUPATEN GRESIK (STUDI KASUS PERUSAHAAN MANUFaktur SUB SEKTOR KERAMIK, PORSELEN, DAN KACA YANG TERDAFTAR DI BEI)</b> Intan Melani Putri, Martha Suhardiyah	PDF 208-213

## DAFTAR ISI JSBR Vol.3 No.1 2022

<b>ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENJUALAN KREDIT (STUDI KASUS PADA CV. KARUNIA SEJATI)</b> Erna, Subakir, Fauziyah	PDF 214-222
<b>PENGARUH DEWAN DIREKSI, DEWAN KOMISARIS, KOMITE AUDIT, DAN KOMISARIS INDEPENDEN TERHADAP KINERJA KEUANGAN</b> Hanief Khoyyir Nafah, Yuni Sukandani	PDF 223-231
<b>ANALISIS HARGA SAHAM DIPENGARUHI ROA, ROE, DAN NPM</b> Shylmi Filosoffiandini Bestari, Taudlikhul Afkar, Rina Fariana	PDF 232-241
<b>ANALISIS PENGHINDARAN PAJAK DIPENGARUHI TINGKAT <i>LEVERAGE</i>, PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS</b> Wilyams Maks Tutuhaturnewa, Taudlikhul Afkar, Rina Fariana	PDF 242-250
<b>PENGARUH LIKUIDITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN</b> Triutami Dianingsih, Subakir, Fauziyah	PDF 251-261
<b>ANALISIS PROFITABILITAS PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN PERIODE SELAMA DAN SEBELUM PANDEMI COVID-19</b> Maryam Veronica, Taudlikhul Afkar, Rina Fariana	PDF 262-269
<b>PENGARUH ROA, DER, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SUB INDUSTRI SEMEN YANG TERDAFTAR DI BEI</b> Mifta'ul Afifah Tia Maretta, Subakir, Fauziyah	PDF 270-277
<b>ANALISIS PERHITUNGAN PENYETORAN DAN PELAPORAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI PADA CV GOLDEN TASHINDO FOOD (BERBASIS E- FAKTUR)</b> Nur Sukma Ananda, Muhammad Afrizal Miradji	PDF 278-287
<b>PENERAPAN SIA DALAM Mendukung Pengendalian Internal Pemberian KPR pada PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG SIDOARJO</b> Fani Rismayanti, Untung Lasiyono	PDF 288-296
<b>ANALISIS LAPORAN KEUANGAN YAYASAN NURUL HAYAT GUNUNG ANYAR SURABAYA BERDASARKAN PSAK NO. 109</b> Ayu Indriani Putri, Aji Prasetyo	PDF 297-303
<b><i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH</i> DAN <i>SOCIAL INFLUENCED</i> YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK <i>MAKEOVER</i> PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA</b> Febby Ayu Cristina, I Made Bagus Dwiarta	PDF 304-312
<b>PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA INTERNET INDOSAT (STUDI KASUS PELAJAR DI DESA KRATON, KECAMATAN KRIAN, KABUPATEN SIDOARJO)</b> Yulita Dewi Indaini, Siti Samsiyah	PDF 313-320
<b>PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA INDUSTRI ROKOK DI BEI</b> Retno Dwiayu W., Teguh Purwanto	PDF 321-328
<b>ANALISIS PENGARUH TINGKAT INFLASI, NILAI TUKAR RUPIAH, DAN MODAL KERJA TERHADAP LABA</b> Lusy Wulandari, Untung Lasiyono, Yuli Kurnia Firdausi	PDF 329-339
<b>PENGARUH INFLASI TERHADAP PROFITABILITAS DENGAN BI RATE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BANK UMUM SYARIAH</b>	PDF 340-349

## DAFTAR ISI JSBR Vol.3 No.1 2022

Shellanda Pramesta Putri, Yuni Sukandani	
<b>PENGARUH KEBIJAKAN DEVIDEN, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN REAL ESTATE DAN PROPERTI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2015-2019</b> Elvida Riansa, Sigit Prihanto Utomo	<b>PDF</b> <b>350-359</b>

**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 Rapitasari,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.

## Pengaruh Motivasi Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kesiapan Karyawan untuk Berubah Di PT. Saraswanti Utama

Cindy Wulandari<sup>1</sup>, Teguh Purwanto<sup>2</sup>, Tri Aripurabowo<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email: [ciindy.wee54@gmail.com](mailto:ciindy.wee54@gmail.com)<sup>1</sup>, [tri.aripurabowo@unipasby.ac.id](mailto:tri.aripurabowo@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

Koresponden: [teguhprt@gmail.com](mailto:teguhprt@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*This study goals to knowing the factors that influencing readiness to change of the employee, those factors are related is work motivation and culture organization. As for the type of research used in this study is using the quantitative method with entire of the population PT. Saraswanti Utama is 220 employees. The implementation sampling technique using Krejcie and Morgan table so the result generated 140 employees. The data analisis by using multiple regression that is done using the program SPSS. The research data analisis by using multiple regression equation show that work motivation and culture organization can simultaneous significant influence on readiness to change of the employee with  $R=0.454$  as well as  $R^2=0.206$ . Work motivation have a t score 5.486 with signification 0.000 and culture organization have a t score 2.743 with signification 0.007. Both variables have reached signification 0.050 so it can be inferred that  $H_0$  has been rejected and  $H_a$  has been accepted meaningful work motivation and culture organization can influence partially on readiness to change of the employee.*

**Keywords:** work motivation, culture organization, readiness to change of the employee

### ABSTRAK

Riset ini bertujuan untuk mengenali aspek yang dapat mempengaruhi kesiapan karyawan untuk berubah, dimana aspek tersebut merupakan motivasi kerja serta budaya organisasi. Riset ini memakai tata cara pendekatan kuantitatif dengan keseluruhan populasi karyawan PT. Saraswanti Utama sebanyak 220 orang karyawan. Dalam pengambilan ilustrasi memakai metode tabel Krejcie dan Morgan sehingga didapatkan sampel sebanyak 140 karyawan. Riset ini memakai analisis regresi berganda dengan dukungan dari Aplikasi SPSS. Hasil riset menampilkan bahwa Motivasi Kerja serta Budaya Organisasi mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap Kesiapan Karyawan Untuk Berubah dengan  $R=0.454$  dan  $R^2=0.206$ . Motivasi Kerja mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,486 dengan signifikansi 0.000 serta budaya organisasi mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,743 dengan signifikansi 0.007. Kedua variabel sudah penuh kaidah signifikansi 0.050 sehingga bisa disimpulkan kalau  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima yang berarti Motivasi Kerja serta Budaya Organisasi memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Kesiapan Karyawan Buat Berganti.

**Kata Kunci:** Motivasi Kerja, Budaya Organisasi, Kesiapan Karyawan Untuk Berubah

### PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin mengglobal terbentuk melalui sebuah persaingan yang semakin kompleks. Persaingan tersebut disebabkan oleh perubahan lingkungan bisnis yang semakin maju. Perusahaan dituntut untuk selalu menciptakan inovasi dan kreasi baru. Eksistensi sumberdaya manusia akan sangat berpengaruh pada perusahaan dalam menghadapi persaingan maupun kondisi lingkungan yang terus berubah. Selain itu meningkatkan efektivitas organisasi untuk mengusahakan perbaikan kompetensi organisasi dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan serta perubahan sikap anggota organisasi adalah dasar tujuan perusahaan melakukan perubahan (Robinson dan Judge 2015:413).

Implementasi dari organisasi pelaksana dan perubahan individu adalah tantangan yang dipelajari secara luas (Oreg, Vakola, & Armenakis, 2011). Namun karyawan tidak selalu mendukung perubahan yang dicanangkan, tapi justru menolak/ambivalen pada perubahan sehingga karyawan membutuhkan peningkatan motivasi kerja yang besar dan budaya organisasi yang mendukung. Sebab besar kecilnya

daya guna serta efisiensi perusahaan dilihat melalui cara menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Budaya organisasi tercipta dalam proses aktivitas yang diulang terus menerus dan merupakan gambaran diri perusahaan.. Sebagian besar organisasi melaksanakan suatu perubahan yang terencana maupun tidak, perihal ini akibat dari area lingkungan yang tidak terprediksi.

.Saraswanti Group ataupun dikenal selaku PT. Saraswanti Utama merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan manajemen. Perusahaan ini berdiri kala krisis serta badai yang menyerang Indonesia pada kurun waktu 1997-2000. PT. Saraswanti Utama berupaya menciptakan budaya kerja dengan hati yang positif serta mengutamakan prinsip kebersamaan, keamanan serta kebanggaan industri. Kepentingan perusahaan tidak hanya terletak pada investasi ataupun pengelolaan keuangan yang baik namun juga bersumber pada kesiapan karyawan dalam menyelesaikan berbagai konflik yang terjadi beserta persaingan manajemen yang semakin ketat. Di PT. Saraswanti Utama sebagian besar karyawan yang berkerja ialah karyawan yang senantiasa mempunyai masa kerja lebih dari 1 tahun.

Kesiapan karyawan untuk berubah ialah kunci sukses penerapan perubahan. PT Saraswanti Utama berupaya membangun serta meningkatkan usaha berlandaskan integritas dan kejujuran. Budaya organisasi yang terdapat pada PT. Saraswanti Utama senantiasa mengutamakan prinsip kebersamaan, keamanan serta kebanggaan perusahaan. Dengan prinsip ini PT. Saraswanti Utama membangun perusahaan yang siap untuk maju serta tumbuh sebagai perusahaan terbaik dan mengutamakan pelayanan yang bermutu. Perihal ini dibuktikan dengan kecilnya tingkatan turnover karyawan yang terdapat pada PT. Saraswanti Utama.

Visi PT. Saraswanti Utama yaitu mejadi perusahaan terbaik di Indonesia dengan mengutamakan pelayanan yang unggul dan bermutu. Oleh karena itu, dalam menggapai visi tersebut dibutuhkan dukungan motivasi karyawan yang besar dalam bekerja dan nilai-nilai positif budaya organisasi. Dalam organisasi motivasi kerja berperan selaku aspek penentu seseorang dalam bergerak maju. Tidak hanya itu setiap perusahaan pasti mempunyai citra budaya organisasi dalam mempersiapkan diri untuk berubah.

### **Rumusan Masalah**

1. Apakah Ada Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kesiapan Karyawan Untuk Berubah di PT Saraswanti Utama
2. Apakah Ada Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kesiapan Karyawan Untuk Berubah di PT Saraswanti Utama
3. Apakah Ada Pengaruh Motivasi Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kesiapan Karyawan Untuk Berubah di PT Saraswanti Utama

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### 1. Motivasi Kerja

##### A. Pengertian Motivasi Kerja

Motivasi diartikan sebagai proses yang menjelaskan frekuensi, arah, dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan, (Robbins dan Judge, 2015:127).

##### B. Teori Motivasi Kerja

Motivasi merupakan kebutuhan ataupun dorongan yang menciptakan seseorang berperilaku. Kebutuhan yang telah tercapai serta membagikan kepuasan hendak menyusutkan kekuatan dalam memotivasi seorang guna menggapai tujuan dalam memuaskan kebutuhan tersebut. Dalam merumuskan teori motivasi lebih lanjut dari teori Herzberg dan Maslow, 3 inti kebutuhan (Alderfer, 1972) dalam (Thoha, 2019) adalah :

- a) Kebutuhan keberadaan (existence), yakni kebutuhan fisiologis seseorang seperti kenyamanan maupun rasa aman dalam bekerja.

- b) Kebutuhan berhubungan (relatedness), ialah kebutuhan dalam menjalin hubungan sosial maupun bekerja dalam tim.
- c) Kebutuhan berkembang (growth), adalah kebutuhan akan keinginan seseorang dalam mengembangkan diri misalnya kejelasan terhadap jenjang karir karyawan.

## 2. Budaya Organisasi

### A. Pengertian Budaya Organisasi

Budaya organisasi adalah faktor yang paling rentan dan kritis dalam sebuah organisasi, sebab untuk mewujudkan visi misi organisasi dibutuhkan keefektifan dan organisasi yang kuat. Hal tersebut dapat dicapai melalui pengembangan organisasi. Budaya organisasi dijelaskan sebagai perangkat asumsi yang dibagi dan diterima secara tertutup begitu saja serta dipegang oleh satu kelompok yang menentukan bagaimana hal itu dirasakan, dipikirkan, dan bereaksi terhadap lingkungan yang beragam (Kreitner dan Kinicki, 2014:62).

### B. Model Budaya Organisasi

Schein (1992) dalam Kusdi (2011) menggambarkan budaya organisasi sebagai level yang menunjuk pada derajat untuk mengetahui tingkat budaya yang dapat diamati oleh seseorang. Gambaran menurut Schein dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2. Tiga level budaya menurut Schein (1992) dalam Kusdi (2011)

Schein menjelaskan bahwa Artefak, merupakan level tertinggi dari manifestasi budaya perusahaan yang terlihat melalui simbol fisik yang dapat diobservasi seperti lingkungan fisik, bahasa yang digunakan, teknologi dan produk, gaya berpakaian, cara berinteraksi, emotional displays, mitos-mitos dan cerita tentang organisasi, tata nilai yang dipublikasikan, dll. *Espoused values* adalah nilai-nilai yang biasa didukung oleh tokoh dalam kelompok. Nilai tersebut berupa strategi, tujuan, visi, disiplin kerja, filosofi serta bagaimana cara dalam mencapai tujuan-tujuan tersebut. *Basic underlying assumptions* menggambarkan nilai-nilai yang dianut bersama oleh sebuah kelompok atau organisasi.

## 3. Kesiapan Karyawan Untuk Berubah

### A. Pengertian Kesiapan Karyawan Untuk Berubah

Kesiapan untuk berubah merupakan keyakinan dan komitmen kolektif anggota organisasi untuk berubah (Weiner, 2009). Karyawan yang siap dalam menghadapi perubahan organisasi menghasilkan perilaku yang supportif terhadap perubahan, sikap kerja yang positif, dan komitmen pada organisasinya (Rafferty, Jimmieson dan Armenakis, 2013). Teori Kesiapan Karyawan Untuk Berubah oleh (Holt dkk, 2007) menjelaskan bahwa kesiapan untuk perubahan adalah multidimensi yang dipengaruhi oleh keyakinan karyawan diantaranya :

#### 1. Kesesuaian (*Appropriateness*)

Kesesuaian digunakan untuk mengukur sejauh mana karyawan merasa perubahan bermanfaat bagi organisasi dan dapat memenuhi kebutuhan organisasi.

#### 2. Efikasi (*Efficacy*)

Efikasi digunakan untuk mengukur sejauh mana karyawan mampu memenuhi tugas dan peran yang dituntut dalam organisasi untuk perubahan yang digagasnya.

#### 3. Dukungan Manajemen (*Management Support*)

Dukungan manajemen digunakan untuk mengukur sejauh mana pimpinan organisasi dalam berkomitmen dan mendukung perubahan organisasi agar karyawan merasa pimpinan

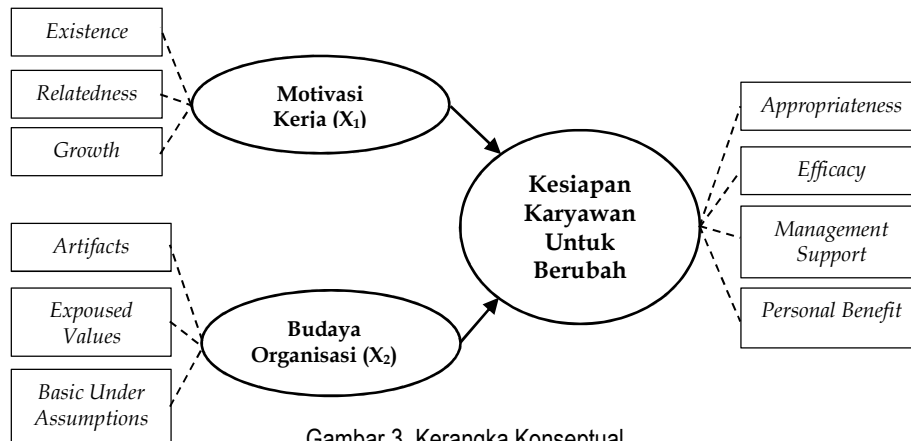
dan manajemen dalam organisasi memiliki kesiapan yang matang dalam melakukan perubahan yang efektif.

4. Manfaat untuk Pribadi (*Personal Benefit*)

Manfaat untuk Pribadi digunakan untuk mengukur sejauh mana karyawan merasa diuntungkan dalam penerapan perubahan.

**Kerangka Konseptual**

Dalam kerangka konseptual memuat keterangan variabel yang diteliti secara teoritis. Sehingga kerangka konseptual dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Konseptual

Keterangan : —————> Pengaruh Parsial  
----- Indikator

**Hipotesis**

- H<sub>1</sub>: Motivasi kerja memiliki pengaruh terhadap kesiapan karyawan untuk berubah di PT Saraswanti Utama
- H<sub>2</sub>: Budaya organisasi memiliki pengaruh terhadap kesiapan karyawan untuk berubah di PT Saraswanti Utama
- H<sub>3</sub>: Motivasi kerja dan budaya organisasi memiliki pengaruh terhadap kesiapan karyawan untuk berubah di PT Saraswanti Utama

**METODE**

Rumusan masalah serta tujuan penelitian telah disebutkan, penelitian telah dibatasi oleh ruang lingkup objek pada salah satu perusahaan yaitu PT. Saraswanti Utama. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 140 karyawan dari seluruh populasi 220 karyawan dengan beberapa kriteria yakni merupakan karyawan tetap yang bekerja >1 tahun. Data yang dihasilkan diambil melalui sebaran kuesioner yang kemudian diuji instrument menggunakan uji validitas dan realibilitas. Sebelum data tersebut dianalisis melalui regresi berganda, data diuji asumsi klasik terlebih dahulu.

**Hasil Analisis Data**

Hasil pengolahan pengujian instrumen :

**1. Uji Instrumen Penelitian**

A. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Pengolahan Uji Validitas

No. Aitem	Rhitung	Rtabel	Sig	Keterangan
Motivasi Kerja (X <sub>1</sub> )				
1	0.562	0.159	0.000	Valid
2	0.474	0.159	0.000	Valid
3	0.651	0.159	0.000	Valid
4	0.661	0.159	0.000	Valid
5	0.617	0.159	0.000	Valid
6	0.582	0.159	0.000	Valid
7	0.639	0.159	0.000	Valid
8	0.581	0.159	0.000	Valid
9	0.476	0.159	0.000	Valid
10	0.656	0.159	0.000	Valid
11	0.622	0.159	0.000	Valid

No. Aitem	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Sig	Keterangan
36	0.627	0.159	0.000	Valid
37	0.736	0.159	0.000	Valid
38	0.522	0.159	0.000	Valid
39	0.653	0.159	0.000	Valid
40	0.596	0.159	0.000	Valid
41	0.615	0.159	0.000	Valid
42	0.627	0.159	0.000	Valid
43	0.736	0.159	0.000	Valid
44	0.522	0.159	0.000	Valid
45	0.653	0.159	0.000	Valid
46	0.596	0.159	0.000	Valid
47	0.615	0.159	0.000	Valid
48	0.627	0.159	0.000	Valid
49	0.736	0.159	0.000	Valid
50	0.522	0.159	0.000	Valid
51	0.653	0.159	0.000	Valid
52	0.596	0.159	0.000	Valid
53	0.615	0.159	0.000	Valid
54	0.627	0.159	0.000	Valid
55	0.736	0.159	0.000	Valid
56	0.522	0.159	0.000	Valid
57	0.653	0.159	0.000	Valid
Kesiapan Karyawan Untuk Berubah (Y)				
1	0.370	0.159	0.000	Valid
2	0.579	0.159	0.000	Valid
3	0.402	0.159	0.000	Valid
4	0.492	0.159	0.000	Valid
5	0.424	0.159	0.000	Valid
6	0.611	0.159	0.000	Valid
7	0.463	0.159	0.000	Valid
8	0.526	0.159	0.000	Valid
9	0.424	0.159	0.000	Valid
10	0.611	0.159	0.000	Valid
11	0.463	0.159	0.000	Valid
12	0.526	0.159	0.000	Valid
13	0.372	0.159	0.000	Valid
14	0.587	0.159	0.006	Valid
15	0.427	0.159	0.000	Valid
16	0.498	0.159	0.000	Valid
17	0.408	0.159	0.000	Valid
18	0.590	0.159	0.000	Valid
19	0.360	0.159	0.000	Valid
20	0.513	0.159	0.000	Valid
21	0.404	0.159	0.000	Valid
22	0.598	0.159	0.000	Valid
23	0.453	0.159	0.000	Valid
24	0.524	0.159	0.000	Valid
25	0.409	0.159	0.000	Valid
26	0.609	0.159	0.000	Valid
27	0.455	0.159	0.000	Valid
28	0.510	0.159	0.000	Valid
29	0.408	0.159	0.000	Valid
30	0.590	0.159	0.000	Valid
31	0.410	0.159	0.000	Valid
32	0.485	0.159	0.000	Valid
33	0.415	0.159	0.000	Valid

Sumber: Data diolah 2021

Tabel 1 menyebutkan bahwa nilai R<sub>hitung</sub> lebih besar daripada R<sub>tabel</sub> maka data kuesioner yang digunakan pada penelitian adalah valid.

Uji Realibilitas

Tabel 2. Hasil Pengolahan Uji Realibilitas

Variabel	Cronchbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Motivasi Kerja (X <sub>1</sub> )	0.924	0.60	
Budaya Organisasi (X <sub>2</sub> )	0.972	0.60	Telah Reliabel
Kesiapan Karyawan Untuk Berubah (Y)	0.899	0.60	

Sumber: Data diolah 2021

Tabel 2 menjelaskan hasil pengolahan uji realibilitas dan diketahui bahwa nilai Cronchbach's Alpha untuk setiap variabel lebih besar dari 0.60 sehingga data kuesioner penelitian telah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik adalah persyaratan dalam analisis regresi berganda sehingga data yang dihasilkan tidak bias. Berikut merupakan hasil pengolahan uji asumsi klasik:

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas memakai metode Kalmogorov-Smirnov dan dihasilkan nilai AsympSig (2-tailed) sebesar 0.200 (lebih besar dari 0.05) sehingga data terdistribusi dengan normal.

2) Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas menghasilkan nilai *Tolerance* divariabel Motivasi Kerja (X<sub>1</sub>) dan Budaya Organisasi (X<sub>2</sub>) sebesar 0.995 dan nilai VIF sebesar 1,005. Dari hasil pengolahan uji multikolinearitas disimpulkan bahwa data tersebut bebas multikolinearitas.

3) Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas digunakan untuk melihat pola sebaran *scatterplot* dan nilai signifikasi pada uji gletser. Melalui uji gletser diketahui bahwa nilai signifikasi variabel Motivasi Kerja (X<sub>1</sub>) sebesar 0.100 dan Budaya Organisasi (X<sub>2</sub>) sebesar 0.069. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak telah bebas heterokedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Hasil dari pengujian autokorelasi menunjukkan bahwa nilai DW adalah 2,171. Merujuk pada kaidah pengambilan keputusan ada tidaknya korelasi dapat diketahui bahwa  $dU (1,752) < DW (2,171) < 4-dU (2,247)$  , maka disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bisa diketahui sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Regresi Berganda	Variabel	B
	(Constant)	63,357
	Motivasi Kerja	0.503
	Budaya Organisasi	0.067
Koefisien Korelasi	R	0.454
Koefisien Determinasi	R Square (R <sup>2</sup> )	0.206

Sumber: data diolah 2021

Tabel 3 mendapatkan hasil persamaan regresi:

$$Y = 63,357 + 0.503 X_1 + 0.067 X_2 + 11.450$$

Persamaan diatas menjelaskan:

1. Nilai Konstanta  $\alpha$  sebesar 63,357

Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel motivasi kerja (X<sub>1</sub>) dan budaya organisasi (X<sub>2</sub>) dianggap konstan atau bernilai nol maka kesiapan karyawan untuk berubah (Y) sebesar 63,357.

2. Nilai Koefisien Variabel Motivasi Kerja (X<sub>1</sub>) Sebesar 0.503

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien motivasi kerja (X1) bernilai positif sehingga motivasi kerja (X1) memiliki pengaruh positif terhadap kesiapan karyawan untuk berubah (Y). Yang berarti setiap kenaikan satu-satuan variabel motivasi kerja mengakibatkan variabel kesiapan karyawan untuk berubah meningkat sebesar 0.503

3. Nilai Koefisien Variabel Budaya Organisasi (X2) Sebesar 0.067

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien budaya organisasi (X2) bernilai positif sehingga budaya organisasi (X2) memiliki pengaruh positif terhadap kesiapan karyawan untuk berubah (Y). Yang berarti setiap kenaikan satu-satuan variabel budaya organisasi mengakibatkan variabel kesiapan karyawan untuk berubah meningkat sebesar 0.067.

4. Koefisien Determinasi

Tabel 3 yang telah disajikan diketahui bahwa nilai *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0.206. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 20.6% variasi kesiapan karyawan untuk berubah dapat dijelaskan oleh motivasi kerja dan budaya organisasi, sedangkan sisanya yaitu 79,4% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian.

5. Uji Hipotesis

A. Uji Statistik t

Hasil pengolahan uji statistik t adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Statistik t

Variabel	B	t	Sig.
(Constant)	63,357	5,534	,000
X1	,503	5,486	,000
X2	,067	2,743	,007

Sumber: Data diolah 2021

Hasil pengolahan pada tabel 4:

1. Variabel motivasi kerja memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.486 dengan nilai Sig. sebesar 0.000 maka  $H_0$  ditolak, sehingga variabel motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kesiapan karyawan untuk berubah.
2. Variabel budaya organisasi diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,743 dengan nilai Sig. sebesar 0.007 sehingga  $H_0$  ditolak, jadi variabel budaya organisasi memiliki pengaruh signifikan pada kesiapan karyawan untuk berubah.

B. Uji Statistik f

Hasil pengolahan uji statistik f dapat dilihat:

Tabel 5. Hasil Uji Statistik f

Model	Sum of	df	Mean	F	Sig.
	Squares		Square		
Regression	2988,303	2	1494,151	17,802	,000 <sup>b</sup>
Residual	11498,633	137	83,932		
Total	14486,936	139			

Sumber: Data diolah 2021

Hasil pengolahan uji statistik t pada tabel 4 dapat dijelaskan bahwa variabel motivasi kerja dan budaya organisasi secara bersama memiliki nilai  $f_{hitung}$  sebesar 17,802 serta nilai Sig. 0.000 maka  $H_0$  ditolak, jadi kedua variabel secara simultan (bersama) yaitu motivasi kerja dan budaya organisasi mempunyai pengaruh signifikan pada kesiapan karyawan untuk berubah.

**HASIL**

1. Hasil analisis variabel Motivasi Kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap Kesiapan Karyawan Untuk Berubah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi kerja karyawan baik yang

- dipengaruhi oleh kebutuhan *existence*, *relatedness* maupun *growth* maka peningkatan kesiapan karyawan untuk berubah akan semakin besar. Dengan terpenuhinya kebutuhan tersebut karyawan akan memiliki loyalitas yang kuat terhadap organisasi untuk terus berkembang dan berinovasi.
2. Hasil analisis variabel Budaya Organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Kesiapan Karyawan Untuk Berubah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar nilai budaya organisasi yang dimiliki maka semakin tinggi pula kesiapan karyawan untuk berubah. Nilai-nilai budaya luhur yang dianut oleh perusahaan menjadi dasar dan ciri khas bagi organisasi maupun karyawan untuk terus bersaing pada perubahan lingkungan bisnis.
  3. Melalui analisis diketahui bahwa variabel Motivasi Kerja (X1) Dan Budaya Organisasi (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kesiapan Karyawan Untuk Berubah (Y) secara simultan. Dengan tingginya tingkat motivasi karyawan dan nilai-nilai luhur yang dianut organisasi dapat membentuk kesiapan karyawan untuk semakin maju serta berkembang menghadapi perubahan sosial maupun ekonomi yang terjadi dimasyarakat.

### SIMPULAN

1. Ada pengaruh positif motivasi kerja terhadap kesiapan karyawan untuk berubah di PT. Saraswanti Utama. Peningkatan motivasi kerja karyawan yang diikuti dengan terpenuhinya kebutuhan *existence*, *relatedness* maupun *growth* akan meningkatkan kesiapan karyawan untuk berubah.
2. Ada pengaruh positif budaya organisasi terhadap kesiapan karyawan untuk berubah di PT. Saraswanti Utama. Dengan adanya persepsi budaya dan nilai yang dianut perusahaan melalui *artifacts*, *expoused values*, dan *basic assumptions* dapat memperbesar kesiapan karyawan untuk berubah.
3. Secara bersama-sama ada pengaruh positif motivasi kerja dan budaya organisasi terhadap kesiapan karyawan untuk berubah di PT. Saraswanti Utama. Tingginya motivasi kerja karyawan dan persepsi budaya untuk tumbuh bersama membentuk kesiapan karyawan untuk berubah melalui multidimensi kesesuaian (*appropriateness*), efikasi (*efficacy*), dukungan manajemen (*management support*) dan manfaat untuk pribadi (*personal benefit*) semakin maju dan berkembang dalam menghadapi perubahan ekonomi maupun sosial yang ada.

### IMPLIKASI

1. Penelitian ini membuktikan bahwa motivasi kerja mempunyai pengaruh besar terhadap kesiapan karyawan untuk berubah. Sehingga perusahaan yang terus mempertahankan dan meningkatkan motivasi karyawan melalui dukungan pemenuhan kebutuhan karyawan *existence*, *relatedness* maupun *growth* akan berdampak pada peningkatan inovasi dan kreatifitas karyawan dalam fase perubahan.
2. Peneliti menjelaskan pada penelitian ini bahwa karyawan yang baru memiliki tingkat kesiapan untuk berubah yang rendah sehingga kemampuan adaptasi terhadap lingkungan kerja baru dan pemahaman tata nilai perusahaan yakni Integritas, Kerjasama, Keunggulan, Kemitraan dan Fokus Pelanggan pada karyawan baru juga rendah.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini menjelaskan variabel penelitian secara singkat dengan responden PT. Saraswanti Utama. Oleh sebab itu bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lanjutan dengan aturan perusahaan yang berbeda serta jumlah subjek dan variabel-variabel baru yang tidak ada dalam penelitian ini sehingga penelitian akan memperoleh hasil analisis yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, M. 2008. Psikologi industri. Liberty: Yogyakarta
- Holt, D.T., Armenakis, A.A. Field, H.S., Harris, S.G. 2007. *Readiness for Organizational Change: The Systematic Development of a Scale. The Journal of Applied Behavioral Science, Vol. 43 No. 2, 232-255*
- Holt, D.T., Bartczak, S.E., Clark, S.W., & Trent, M.R. 2007. *The Development of an Instrument To Measure Readiness for Knowledge Management. Knowledge Management Research and Practice, 5. 79-92. Operational Research Society Ltd.*
- Kreitner, Kinicki. 2010. *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Kusdi. 2011. *Budaya Organisasi Teori, Penelitian, dan Praktik*; Jakarta, Salemba Empat
- Pearce and Robinson. 2008. *Manajemen Strategis – Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat, Edisi 10.
- Robbins, Stephen P&Timothy A. Judge. 2008. *Perilaku Organisasi: Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- Thoha, Miftah. 2019. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Edisi 1, Cetakan 26. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Weiner, B.J. 2009. *A Theory of Organizational Readiness for Change. Implementation Science 4:67*. BioMed Central.

## **Pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Shopping Lifestyle*, dan Promosi *Flash Sale* Shopee Terhadap *Impulse Buying* Pada Masyarakat Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik**

Nur UI Umroh<sup>1</sup>, I Made Bagus Dwiarta<sup>2</sup>, Evita Purnaningrum<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : [nurulumroh13@gmail.com](mailto:nurulumroh13@gmail.com)<sup>1</sup>, [purnaningrum@unipasby.ac.id](mailto:purnaningrum@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>

Koresponden : [madebagus@unipasby.ac.id](mailto:madebagus@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

*This change in the behavior and style of society is responded to by business people very well, many innovations that develop in the online business sector are an indication that opportunities to benefit from advances in technology and community behavior are proven, now people's habits are by buying or consuming something. It has been facilitated in a modern way by the many websites or applications that are already available. It was explained that this research analyzed the influence of Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, and Shopee Flash Sale Promotion on Impulse Buying in the Mulung Village Community, Driyorejo District, Gresik Regency. The approach used is quantitative, the population of this study is Shopee users in Mulung Village, Driyorejo District, Gresik Regency whose number is unknown and a sample of 130 Shopee user respondents. According to the results of statistical tests, it was found that the Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle and Flash Sale Shop Promotion proved to have an influence on Impulse Buying in the Community in Mulung Village, Driyorejo District, Gresik Regency..*

**Key Words :** *Hedonic shopping value, shopping lifestyle, shopee flash sale promotion, impulse buying*

### **ABSTRAK**

Terjadinya perubahan atas perilaku dan gaya hidup masyarakat saat ini disikapi oleh para pebisnis dengan sangat baik, banyak inovasi yang berkembang disektor bisnis online menjadi salah satu indikasi bahwa peluang untuk mendapatkan keuntungan dari kemajuan teknologi yang modern serta perilaku masyarakat itu terbukti ada, kini kebiasaan masyarakat dengan membeli atau mengkonsumsi sesuatu sudah terfasilitasi dengan modern oleh banyak website ataupun aplikasi yang sudah tersedia. Dijelaskan bahwa riset ini menganalisa pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Shopping Lifestyle*, dan Promosi *Flash Sale* Shopee terhadap *Impulse Buying* Pada Masyarakat Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik. Adapun pendekatan yang digunakan ialah kuantitatif, populasi riset ini ialah pengguna Shopee yang ada di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik yang jumlahnya tidak diketahui dan sampel 130 responden pengguna Shopee. Sesuai hasil uji statistik didapatkan hasil bahwa *Hedonic Shopping Value*, *Shopping Lifestyle* dan Promosi *Flash Sale* Shopee terbukti ada pengaruh terhadap *Impulse Buying* Pada Masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.

**Kata Kunci :** *Hedonic shopping value, shopping lifestyle, promosi flash sale shopee, impulse buying*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang pesat membuat masyarakat banyak yang memanfaatkan teknologi baik dalam membeli maupun menjual suatu produk. Pemanfaatan teknologi dalam dunia perbelanjaan ini dikenal dengan sebutan *e-commerce*, salah satunya adalah *E-Commerce* Shopee. Tidak hanya Shopee, namun ada banyak *e-commerce* lain diantaranya adalah Lazada, Bukalapak, Tokopedia, dan masih banyak lagi. Dengan banyaknya ritel online ini, dapat memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dengan didukung sistem gratis ongkir maka, di awal hanya iseng melihat-lihat produk yang ada di web *e-commerce* dapat berubah pikiran sehingga tergiur untuk membeli.

Saat ini, sebagian besar masyarakat ketika berbelanja tidak sesuai dengan daftar yang direncanakan, meskipun sebenarnya produk tersebut tidak terlalu penting bahkan tidak terlalu dibutuhkan untuk saat ini. Disertai dengan berbagai penawaran yang menarik, sehingga rasa ingin dalam berbelanja secara berlebihan tidak dapat terbendung lagi dan tidak memperhatikan produk mana yang menjadi prioritas dalam daftar belanja. Melalui berbelanja terdapat nilai menarik yang didapatkan maka, tanpa disadari lama kelamaan akan tumbuh sifat hedonis dalam berbelanja. Nilai tersebut diantaranya bisa merasa lebih puas, senang, *enjoy*, dll.

Menurut Novitasari, Surabagiarta, dan Purnaningrum (2020) zaman sekarang, berbelanja menjadi hal yang sangat menyenangkan di kalangan masyarakat, untuk merefresh diri dari kegiatan yang dilakukan sehari-hari, diimbangi adanya *social media*, TV, internet yang sudah canggih sehingga mempermudah masyarakat untuk mengikuti *mode trend* sekarang. Banyaknya produk-produk terbaru yang terus bermunculan, membuat konsumen cenderung menjadi lebih konsumtif, hal itu juga dapat membuat konsumen tidak bijak dalam melakukan pembelian. Atau dengan kata lain bisa disebut dengan *impulse buying*. Disertai dengan dukungan fasilitas belanja yang mudah untuk para konsumen melalui ritel online dapat memudahkan seseorang di waktu sibuk sekalipun masih bisa berbelanja, sehingga bisa mengatur waktu dengan baik.

Dalam *e-commerce* Shopee terdapat sistem potongan harga atau bisa disebut dengan *flash sale*. Dalam waktu singkat tersebut bisa memancing konsumen untuk membeli beberapa produk yang sedang ada diskon tersebut, karena kebanyakan konsumen akan tergiur dengan harga murah, jika sudah tergiur biasanya konsumen muncul sifat *impulse buying* atau pembelian tanpa rencana. Konsumen akan tertarik dengan sistem tersebut, karena mulai dari kalangan bawah sampai menengah bisa membeli produk biasa maupun produk dengan *brand* ternama yang sesuai dengan keinginan. Karena, untuk memperoleh barang yang sesuai dengan harga yang miring tidak akan didapatkan lagi setelah *flash sale* berakhir.

Demikian halnya dengan masyarakat yang tinggal di Kelurahan Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik. Tidak sedikit warganya yang bisa menggunakan teknologi terutama melakukan belanja pada ritel online. Jadi, tidak sedikit dari mereka menghabiskan uangnya hanya demi mengikuti tren yang ada dan terus berkembang tersebut. Jika tidak bijak dalam mengambil keputusan ketika melakukan pembelian menggunakan ritel online tersebut masyarakat akan mudah tergiur akan produk-produk yang ada.

Dengan selalu memperhatikan kebutuhan dan permintaan konsumen terkait produk yang diinginkan akan memberikan nilai tambah tersendiri pada persepsi konsumen ketika berbelanja online dengan memanfaatkan aplikasi belanja online Shopee, kecenderungan masyarakat saat ini untuk berbelanja online mengalami peningkatan yang drastis dari tahun sebelumnya, hal ini disebabkan karena terjadinya pembatasan sosial yang berkepanjangan membuat semua orang untuk menahan diri keluar rumah, sehingga lebih memanfaatkan alternatif lain yakni berbelanja online.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### **Hedonic Shopping Value**

*Hedonic Shopping Value* ialah suatu pengalaman dalam kegiatan berbelanja, seperti kesenangan dan hal-hal baru dalam proses berbelanja (Prasetya dan Rahardjo dalam Japarianto dan Monika, 2020). Indikator *Hedonic Shopping Value* (Fransisco., et al, 2016) adalah :

1. *Exploration/curiosity*
2. *Sensation seeking/entertainment*
3. *Visual attraction*
4. *Escape*
5. *Intrinsic Enjoyment*
6. *Hang out*
7. *Relaxation*
8. *Social shopping*
9. *Role shopping*
10. *Self-expression*
11. *Enduring involvement with a product/service*

### **Shopping Lifestyle**

*Shopping Lifestyle* merupakan cara seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang pada berbagai produk, layanan, teknologi, mode, hiburan dan pendidikan (Japarianto dan Sugiharto, 2011). Indikator *Shopping Lifestyle* (Cobb dan Hoyer dalam Japarianto dan Sugiharto, 2011) yaitu :

1. Menanggapi setiap penawaran iklan guna untuk membeli suatu produk
2. Membeli produk model terbaru yang kekinian
3. Berbelanja *merk* yang paling terkenal
4. Yakin bahwa merk terkenal yang di beli terbaik dalam hal kualitas
5. Sering membeli berbagai *merk* daripada *merk* yang biasa di beli
6. Yakin ada dari *merk* lain yang sama seperti yang di beli.

### **Promosi Flash Sale Shopee**

Penjualan singkat atau *flash sale* dari adalah penawaran terbatas berkisar antara 24-36 jam pada produk tertentu untuk mendorong pelanggan membeli suatu produk (Agrawal dan Sareen, 2016). Indikator Promosi *Flash Sale* (Belch & Belch dalam Lestari, Kemaruwana, Muzayana, 2019) diantaranya adalah :

1. *Discounts*
2. *Frequency*
3. *Duration*
4. *Availability*
5. *Promotion*

### **Impulse Buying**

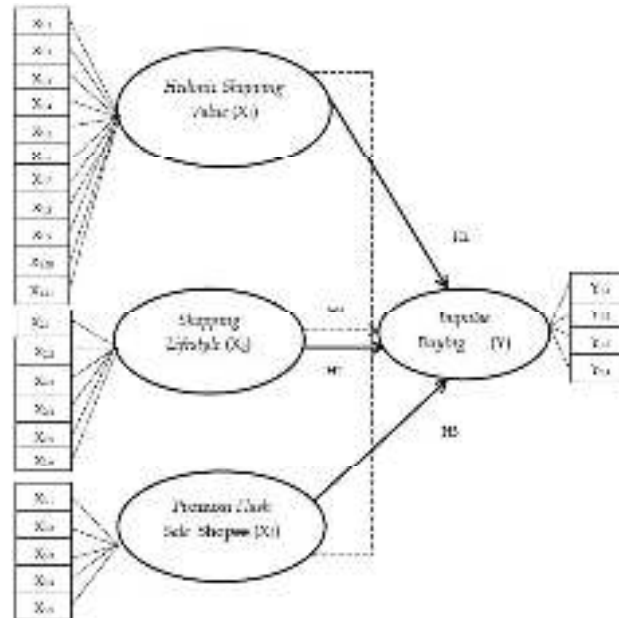
Definisi dari *impulse buying*, tindakan membeli secara tidak sadar yang dijadikan pertimbangan atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko (Ahmad, et al dalam Fauzi, Welsa, dan Susanto ,2019). Indikator *Impulse Buying* (Cahyorini dan Rusfian dalam Sari dan Indrawati, 2018) ialah :

1. *Compulsion*

2. *Spontaneity*
3. *Excitement and stimulation*
4. *Disregard for consequences*

### Kerangka Konseptual

Penggambaran kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1  
Kerangka Konseptual

### Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : *Hedonic Shopping Value* berpengaruh terhadap *Impulse Buying* pada masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.
- H<sub>2</sub> : *Shopping Lifestyle* berpengaruh terhadap *Impulse Buying* pada masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.
- H<sub>3</sub> : Promosi *Flash Sale* Shopee berpengaruh terhadap *Impulse Buying* pada masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.
- H<sub>4</sub> : *Hedonic Shopping Value*, *Shopping Lifestyle*, dan Promosi *Flash Sale* Shopee berpengaruh terhadap *Impulse Buying* pada masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.

### METODE PENELITIAN

#### Rancangan Penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan di penelitian ini dan menggunakan aplikasi SPSS sebagai alat dalam mengolah data. Metode *non probability* dijadikan sebagai pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Untuk kriterianya sebagai berikut :

1. Laki-laki dan perempuan
2. Minimal berusia 15 tahun
3. Mempunyai aplikasi Shopee
4. Merupakan pengguna Shopee ± 1 tahun

5. Melakukan pembelian di Shopee minimal 2 kali

Populasinya adalah pengguna Shopee yang ada di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik yang jumlahnya tidak diketahui dan sebanyak 130 orang digunakan sebagai sampel yang merupakan pengguna *e-commerce* Shopee yang ada di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.

**Teknik Analisis Data**

Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F, pengujian instrumen dengan uji validitas dan uji reliabilitas, dan pengujian asumsi klasik.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

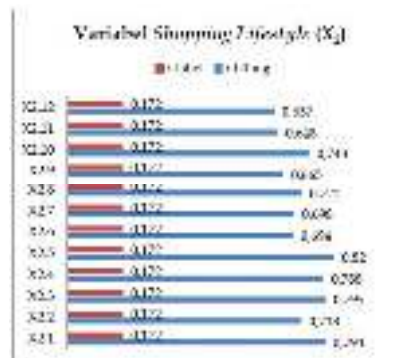
**Uji Validitas**

a. Variabel *Hedonic Shopping Value*



Gambar 2  
 Uji Validitas Variabel *Hedonic Shopping Value*

b. Variabel *Shopping Lifestyle*



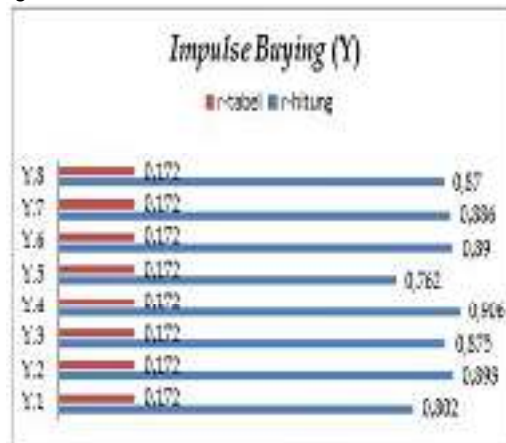
Gambar 3  
 Uji Validitas Variabel *Shopping Lifestyle*

c. Variabel Promosi *Flash Sale* Shopee



Gambar 4  
 Uji Validitas Variabel Promosi *Flash Sale* Shopee

d. Variabel *Impulse Buying*



Gambar 5  
 Uji Validitas Variabel *Impulse Buying*

Berdasarkan semua hasil pengujian pada gambar 2, 3, 4 dan 5 diatas didapatkan nilai  $r_{tabel} < r_{hitung}$ . Dikatakan semua item terbukti valid, karena semua nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,172.

Tabel 1  
 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Hedonic Shopping Value (Hv)	0,946	0,90	Reliabel
Shopping Lifestyle (X <sub>1</sub> )	0,915	0,90	Reliabel
Promosi Flash Sale (X <sub>2</sub> )	0,907	0,90	Reliabel
Impulse Buying (Y)	0,850	0,90	Reliabel

Berdasarkan tabel 1 diperoleh nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* pada semua variabel lebih dari 0,60. Jadi, dapat dikatakan semua variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 2  
 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		130
Exponential parameter a <sup>b</sup>	Mean	4,3927547
Most Extreme Differences	Absolute	,148
	Positive	,103
	Negative	,148
Kolmogorov-Smirnov Z		1,283
Asymp. Sig. (2-tailed)		,073

Sesuai dengan hasil pengujian tabel 2 tersebut didapatkan nilai asymp.sig sebesar 0,072 > 0,05 maka, terbukti data diatas berdistribusi normal.

Tabel 3  
 Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	Hedonic Shopping Value (X1)	,871
	Shopping Lifestyle (X2)	,660
	Promosi Flash Sale (X3)	,705

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Dilihat dari tabel 3 diatas diperoleh nilai VIF dari variabel *Hedonic Shopping Value* sebesar 1,083, variabel *Shopping Lifestyle* sebesar 1,515, dan variabel *Promosi Flash Sale* sebesar 1,419. Dinyatakan model regresi penelitian ini terbebas dari uji multikolinieritas, karena semua variabel memiliki nilai VIF < 10.

Tabel 4  
 Uji Autokorelasi

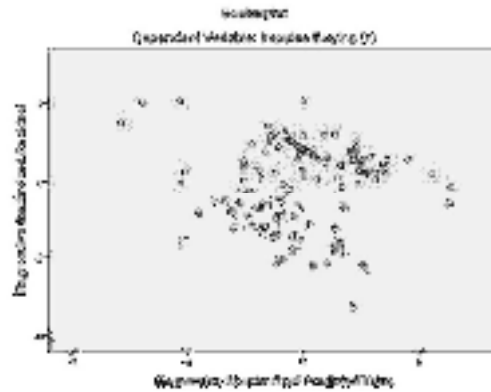
Model Summary<sup>a</sup>

Model	Durbin-Watson
1	1,895 <sup>b</sup>

a. Predictors: (Constant), Promosi Flash Sale (X3), Hedonic Shopping Value (X1), Shopping Lifestyle (X2)  
 b. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)

Berdasarkan tabel 4, nilai Durbin Watson sebesar 1,895. Sehingga model regresi penelitian ini, dapat dinyatakan bebas dari uji autokorelasi, karena nilai DW berada diantara nilai 1,55 dan 2,56.

Tabel 5  
 Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan tabel 5 hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot diatas menunjukkan residu tersebar dan residu berada diatas dan dibawah angka nol. Dapat dikatakan model regresi penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6  
 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	30,785
	Hedonic Shopping Value (X1)	0,136
	Shopping Lifestyle (X2)	0,528
	Promosi Flash Sale (X3)	0,496

Berdasarkan hasil analisis tabel 6 didapatkan persamaan garis regresi berikut ini:

$$Y = 30,785 + 0,136 X_1 + 0,528 X_2 + 0,496X_3 + e$$

Dengan keterangan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 30,785
- Nilai koefisien variabel *Hedonic Shopping Value* (X<sub>1</sub>) sebesar 0,136
- Shopping Lifestyle* (X<sub>2</sub>) sebesar 0,528
- Promosi *Flash Sale* (X<sub>3</sub>) sebesar 0,496

Tabel 7  
 Hasil Uji t ( Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		t
1	(Constant)	4,514
	Hedonic Shopping Value (X1)	2,532
	Shopping Lifestyle (X2)	4,705
	Promosi Flash Sale (X3)	4,097

Berdasarkan tabel 7 :

- Didapatkan hasil t-hitung *hedonic shopping value* sebesar 2,532, serta signifikansi ,013 < ,05.
- Didapatkan hasil t-hitung *shopping lifestyle* sebesar 4,705, serta signifikansi ,000<,05.
- Didapatkan hasil t-hitung promosi *flash sale* sebesar 4,097 serta signifikansi ,000 < ,05.

Jadi, pengujian hipotesisnya dapat diterima.

Tabel 8  
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Constant	38794,96	3	12931,65	35,283	,000 <sup>a</sup>
Simultan	6431,60	306	21,018		
Total	7752,77	309			

a. Dependent Variable: Impulse Buying (Y)  
b. Predictors: (Constant), Promosi Flash Sale (X<sub>3</sub>), Hedonic Shopping Value (X<sub>1</sub>), Shopping Lifestyle (X<sub>2</sub>)

Berdasarkan tabel 8 diatas, nilai  $F_{hitung}$  sebesar 35,283 dengan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dinyatakan bahwa pengujian hipotesis diterima.

## PEMBAHASAN

### Hasil Pengujian Hipotesis 1

Dapat dijelaskan bahwa, *Hedonic Shopping Value* ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Impulse Buying* (Y) masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik pada penggunaan *e-commerce* Shopee. Hasil riset ini sepadan dengan penelitian milik N.T.Rahmawati (2018) terjadinya *impulse buying* dapat terjadi ketika konsumen memiliki pengalaman tersendiri ketika berbelanja yang bersifat hedonis.

### Hasil Pengujian Hipotesis 2

Dapat dijelaskan bahwa, *Shopping Lifestyle* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Impulse Buying* (Y) masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik pada penggunaan *e-commerce* Shopee. Hasil riset ini sepadan dengan penelitian milik Yusliyanti (dalam Latiffah, Henny, Susanto, 2019) *shopping lifestyle* sendiri merupakan gaya hidup yang menunjukkan tentang kehidupan seseorang dalam membelanjakan uangnya serta mengalokasikan waktu mereka. Gaya hidup masyarakat dalam membelanjakan pendapatannya, maka dapat mendorong mereka untuk melakukan *impulse buying* dalam membeli suatu produk.

### Hasil Pengujian Hipotesis 3

Dapat dijelaskan bahwa, Promosi *Flash Sale* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Impulse Buying* (Y) masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik pada penggunaan *e-commerce* Shopee. Hasil riset ini sepadan dengan penelitian milik Amalina Maryam Zakiyyah (2018), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak responden yang melakukan pembelian saat itu juga ketika melihat foto produk juga informasi spesifikasi produk.

### Hasil Pengujian Hipotesis 4

Dapat dijelaskan bahwa, *Hedonic Shopping Value* ( $X_1$ ), *Shopping Lifestyle* ( $X_2$ ), Promosi *Flash Sale* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh secara simultan terhadap *Impulse Buying* (Y) masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik pada penggunaan *e-commerce* Shopee. Hasil riset ini sepadan dengan penelitian milik Chusniasari dan Prijati (2015), Fani dan Whyosi (2019).

## SIMPULAN

1. Disimpulkan bahwa variabel *Hedonic Shopping Value* terbukti berpengaruh terhadap *Impulse Buying* pada masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.
2. Disimpulkan *Shopping Lifestyle* terbukti berpengaruh terhadap *Impulse Buying* pada masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.
3. Disimpulkan Promosi *Flash Sale Shopee* terbukti berpengaruh terhadap *Impulse Buying* pada masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.
4. Disimpulkan dan dibuktikan *Hedonic Shopping Value*, *Shopping Lifestyle*, dan Promosi *Flash Sale Shopee* secara simultan berpengaruh terhadap *Impulse Buying* pada masyarakat di Desa Mulung Kecamatan Driyorejo Kabupaten Gresik.

## IMPLIKASI

1. Kepada pihak Shopee untuk lebih intens menawarkan produk-produknya. Dengan adanya penawaran produk yang intens akan membuat hasrat konsumen dalam berbelanja secara hedonis tidak dapat terbendung, sehingga konsumen akan melakukan pembelian tanpa memperhatikan produk mana yang menjadi prioritas dan daftar belanja sesuai yang direncanakan.
2. Disarankan untuk menambahkan berbagai macam penawaran barang yang dibutuhkan konsumen atau masyarakat yang tidak ada di *e-commerce* lainnya, sehingga Shopee dapat dijadikan sebagai sarana berbelanja online utama untuk berbelanja online.
3. Dalam menawarkan produk kepada konsumen, pihak shopee telah memperhatikan strategi penjualan yang efektif dan produk yang ditawarkan kepada konsumen juga harus sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan, ditengah persaingan antar aplikasi online yang semakin kompetitif, shopee memberikan banyak promo harga yang dapat digunakan oleh konsumen untuk membeli produk incaran dengan harga yang sangat terjangkau.
4. Diharapkan temuan dari riset ini dapat dijadikan bahan evaluasi pihak shopee dalam mengambil kebijakan serta kepada peneliti yang akan datang untuk memakai variabel lain agar didapatkan temuan terbaru terkait riset ini.

## KETERBATASAN PENELITIAN

1. Penulis melakukan riset ini dengan waktu yang terbatas.
2. Riset ini menggunakan data kuantitatif yang datanya diperoleh dari pengisian kuisioner melalui Google Form.
3. Riset ini dilakukan bersamaan dengan adanya Covid-19, sehingga hasilnya kurang maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, Supriti dan Sareen, S. Abhinav. (2016). Flash Sales – The Game Changer in Indian E-Commerce Industry. *International Journal of Advance Research and Innovation*, 4(1), 192–195.
- Arikunto. 2012. “Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta.” *Rienaka Cipta*: 104.
- Duwi, Priyatno. 2013. *Anlisis Korelasi Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS*. Bandung: salemba empat.
- Japarianto, Edwin dan Monika, Yuliana (2020). Pengaruh *Hedonic Shopping Value* Terhadap *Impulse Buying*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*

- Japarianto, Edwin dan Sugiharto, Sugiono. (2012). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying Behaviour* Masyarakat *High Income*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1)
- Juliansyah, Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Istiqomah Novitasari, I Ketut Surabagiarta, & Evita Purnaningrum. (2020). Pengaruh Citra Merek dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Membeli Sepatu Peter Keiza Di Matahari Department Store Cito Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 308–316.

## PENGARUH WOM, STORE ATMOSPHERE, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE KOPI KONCO

Martha Wahyu Fitri A<sup>1</sup>, Christina Menuk<sup>2</sup>, Noerchoidah<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : marthawahyu99@gmail.com<sup>1</sup>, choidahnoer123@gmail.com<sup>2</sup>

Koresponden : menukch@unipasby.ac.id

### ABSTRACT

*Business competition is not an easy thing to deal with, because in the business world there are many similarities in the business field. Therefore the company must be able to influence consumers in making purchases which is the main key in developing the business. This study aims to determine the effect of word of mouth, store atmosphere, price and service quality on purchasing decisions at Cafe Kopi Konco in Sidoarjo. The sampling technique used incidental sampling, with the sample used as many as 100 respondents and the analysis method using multiple linear regression, classical assumption test and hypothesis testing. In accordance with the test results have met the requirements of validity and reliability. From these results indicate that word of mouth, store atmosphere, price and service quality have a positive and significant effect simultaneously and partially on purchasing decisions at Cafe Kopi Konco in Sidoarjo.*

**Keywords** : WOM, Store Atmosphere, Price, Service Quality, Purchase Decision

### ABSTRAK

Persaingan bisnis bukan hal yang mudah untuk dihadapi, karena dalam dunia bisnis banyak kesamaan di bidang bisnis. Oleh karena itu perusahaan harus mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian yang merupakan kunci utama dalam mengembangkan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth, store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *insidental samplig*, dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dan metode analisis menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Sesuai dengan hasil pengujian telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Dari hasil ini menunjukkan bahwa *word of mouth, store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo.

**Kata Kunci** : WOM, Store Atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

### PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan bisnis pada saat ini semakin ketat, sehingga menuntut perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaing dan mampu menarik perhatian konsumen. Persaingan bisnis bukan hal yang mudah untuk dihadapi, karena dalam dunia bisnis banyak kesamaan di bidang bisnis seperti cafe. Cafe merupakan salah satu tempat yang banyak diminati oleh semua kalangan baik kalangan anak muda maupun orang dewasa, yang memiliki fasilitas untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung.

Kota Sidoarjo merupakan pusat industri, bisnis, perdagangan dan pendidikan dikawasan timur Pulau Jawa dan sekitarnya, hal ini salah satu yang dapat ditandai dengan maraknya jumlah restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai kopi yang telah menjamur di seluruh sudut di Kota Sidoarjo. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur di Kota Sidoarjo selama 4 tahun ini yaitu tahun 2016-2019 mengalami perkembangan dari jumlah restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai kopi. Pada tahun 2016 terdapat 124 restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai kopi. Tetapi di tahun 2017 terdapat penurunan dari tahun 2016 terdapat 121 jumlah restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai kopi. Diawal tahun 2018 perkembangan jumlah restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai meningkat menjadi sebanyak 147. sedangkan di tahun 2019 ini perkembangan jumlah restoran atau rumah makan, kafe, dan kedai tidak mengalami peningkatan dan penurunan dengan jumlah sebanyak 147. Dengan meningkatnya jumlah cafe di Kota Sidoarjo ini membuat tingginya persaingan bagi para pelaku usaha, sehingga pelaku usaha harus terus melakukan improvisasi dan berinovasi dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Keller dalam (Sutrisyo dan Tecoalu, 2016) mendefinisikan keputusan pembelian adalah proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memengaruhi bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian. Selain itu Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Sutrisyo dan Tecoalu, 2016) keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya setelah pembelian.

Keputusan pembelian ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya yang telah dinyatakan oleh Kotler & Keller dalam (Rumondor et al ,2017) menyatakan bahwa *word of mouth* merupakan pemasaran dari mulut ke mulut merupakan suatu bentuk promosi yang melibatkan konsumen dengan konsumen yang lainnya baik secara lisan, tertulis, atau komunikasi elektronik yang berhubungan dengan manfaat atau pengalaman membeli produk atau jasa tersebut. *American Communication Institute (AMA)* mendefinisikan komunikasi dari mulut ke mulut sebagai pertukaran informasi antara konsumen tentang produk dan promosi (Handayani et al., 2020). Dengan demikian *word of mouth* yang mendukung tidak secara otomatis bagi produk dari pelaku usaha tersebut, namun melalui komunikasi pemasaran yang berkelanjutan umumnya dibutuhkan untuk menciptakan asosiasi yang mendukung dengan menciptakan promosi melalui sosial media.

Selain itu juga terdapat faktor lain adalah *store atmosphere* juga sangat dipertimbangkan dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut utami dalam (Ikhsan R, 2018) mendefinisikan *store atmosphere* ialah setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan berputar-putar didalamnya. Suasana toko memiliki penampilan yang berbeda-beda, sehingga harus membentuk suasana yang terencana yang dapat menarik konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa.

Selain *store atmosphere* terdapat faktor yang sangat penting dalam pengambilan keputusan adalah harga. Menurut Kotler dan Keller dalam (Lotulung et al ,2015) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dari harga tersebut, para pelaku usaha dapat mempertimbangkan isu-isu seperti bagaimana memasukan biaya transportasi, diskon,

permintaan, reaksi pesaing, promosi, dan aspek-aspek bauran pemasaran lainnya. Faktor-faktor ini pada akhirnya dapat berdampak pada keputusan penetapan harga akhir untuk tingkat yang berbeda-beda.

Selain *word of mouth*, *store atmosphere*, merupakan faktor yang dapat menentukan keputusan pembelian bagi para konsumen, namun selain itu faktor tersebut masih terdapat faktor lainnya yang menjadi pertimbangan untuk menentukan keputusan pembelian, faktor tersebut adalah Kualitas Pelayanan. Menurut Tjiptono dan Chandra dalam ( Prastika dan Sugiono ,2017) Kualitas Pelayanan adalah fungsi harapan pelanggan pada para pembelian, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas *output* yang diterima. Sehingga kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengimbangi harapan konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa.

Cafe Kopi Konco merupakan usaha dalam bidang kuliner yang berdiri sejak 16 juni tahun 2017. Target tujuan berdirinya Cafe kopi Konco karena ingin memenuhi kebutuhan konsumen terutama di zaman milenial saat ini banyak anak muda yang melakukan kegiatan di cafe. Cafe Kopi Konco memiliki konsep yang *Natural* dengan ramah lingkungan berbahan dari bambu-bambu, selain itu juga Cafe Kopi Konco memiliki tempat *live* musik sehingga konsumen bisa *request* lagu kesukaan dan membuat konsumen semakin nyaman. Cafe Kopi Konco juga menyediakan berbagai menu makanan dan minuman dan dari segi fasilitas Cafe Kopi Konco menyediakan *free wifi* sehingga membuat konsumen jadi ingin berlama lama (Hasil wawancara owner Cafe Kopi Konco). Dari sebagian konsumen yang berkunjung di Cafe kopi konco ini menyukai suasana yang nyaman dengan beriringan live musik, selain itu harga yang diberikan oleh Cafe Kopi Konco ini dengan kualitas makanan dan minuman cukup terjangkau. Sehingga ini membuat cafe kopi konco ini dikatakan berada dalam lingkungan yang sangat kompetitif di bidang bisnis cafe. Hal ini dapat terlihat dari beragamnya cafe yang ada disekitar lokasi yang menawarkan berbagai konsep dalam rangka merebut dan mempertahankan sebuah pasar.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh *Word of Mouth*, *Store Atmosphere*, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Konco di Sidoarjo**".

## LANDASAN TEORI

### 1. Word Of Mouth

*Word Of Mouth* merupakan bagian dari strategi promosi dalam kegiatan pemasaran yang menggunakan orang ke orang yang puas untuk meningkatkan kesadaran produk dan menghasilkan penjualan tertentu. Komunikasi dari mulut ke mulut menyebar melalui jaringan bisnis, sosial dan masyarakat yang dianggap sangat berpengaruh (Hasan dalam (Rembon et al., 2018). Menurut Kotler & Amstrong dalam (Pamungkas, 2016) WOM didefinisikan sebagai pertukaran, aliran informasi, atau percakapan dua individu. Indikator menurut Babin, Barry dalam (Joesyiana, 2018) indikator *Word Of Mouth* ada tiga yaitu (1). Kemauan konsumen dalam membicarakan hal – hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain, (2). Rekomendasi jasa dan produk

perusahaan kepada orang lain, (3). Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa perusahaan.

## 2. **Store Atmosphere**

*Store Atmosphere* merupakan suatu karakteristik fisik yang sangat penting *bisnisritel*, hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama berada didalam toko dan secara tidak langsung merangsang konsumen untuk melakukan pembelian (Kotler dalam (Fitriyani, 2018)). Menurut Berman dan Evan dalam (Ikhsan R, 2018) membagi elemen-elemen store atmosphere kedalam 4 elemen yaitu (1). Bagian Luar (*Exterior*), (2). Interior Umum (*General Interior*), (3). Tata Letak (*Store Layout*), (4). *Interior Displays (Point Of Purchase)*.

## 3. **Harga**

Harga adalah sejumlah uang atau barang yang diperlukan untuk mendapatkan kombinasi dari barang lain yang disertai pemberian jasa (Kotler dan Keller dalam (Gain et al., 2017)). Menurut Tjiptono dalam (Bakti, 2020) Harga yaitu sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (*non-moneter*) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. *Utilitas* merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan dan keinginan. Menurut Fure dalam (Gain et al, 2017) indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain : Harga yang sesuai dengan manfaat, Persepsi harga dan manfaat, Harga barang terjangkau, Persaingan harga, Kesesuaian harga dengan kualitasnya.

## 4. **Kualitas Pelayanan**

kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan (Tjiptono dalam (Zakaria dan Suwitho, 2017)). Menurut Parasuraman, Zethaml dan Berry dalam (Ikhsan R, 2018) kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Terdapat lima atribut dan dimensi dalam kualitas layanan menurut SERVQUAL oleh Parasuraman dalam (Zakaria dan Suwitho, 2017) sebagai berikut: Bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*).

## 5. **Keputusan Pembelian**

Menurut Solomon dalam (Hidayat et al, 2018) "*Consumer decision making is a central part of consumer behavior, but the way we evaluate and choose products (and the amount of thought we put into these choices) varies widely, depending on such dimensions as the degree of novelty or risk in the decision*", yang berarti Pengambilan keputusan konsumen merupakan bagian sentral dari perilaku konsumen, namun cara kita mengevaluasi dan memilih produk (dan jumlah pemikiran yang kita masukkan ke dalam pilihan ini) sangat bervariasi, bergantung pada dimensi seperti tingkat kebaruan atau risiko dalam keputusan tersebut. Indikator dalam keputusan pembelian menurut subroto dalam (Gain et al, 2017) sebagai berikut : (1). Produk yang dijual sesuai dengan keinginan konsumen, (2). Memberikan prosedur pembelian dan pembayaran yang mudah bagi konsumen, (3) Konsumen melakukan pembelian kembali.

## METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk menganalisis dan membuktikan hasil penelitian untuk mengetahui pengaruh *word of mouth, store atmosphere*, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian ini seluruh pengunjung pada cafe kopi konco di sidoarjo, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yakni insidental sampling dan analisis penelitian menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi serta uji hipotesis.

## HASIL

### Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid apabila semua item dari setiap indikator mempunyai nilai yang signifikan yaitu sebagai berikut :

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	Correlation	Sig.	Keterangan
Word Of Mouth(X1)	X1.1.1	749	0.000	Valid
	X1.1.2	820	0.000	Valid
	X1.2.1	843	0.000	Valid
	X1.2.2	857	0.000	Valid
	X1.3.1	820	0.000	Valid
	X1.3.2	804	0.000	Valid
Store Atmosphere (X2)	X2.1.1	683	0.000	Valid
	X2.1.2	865	0.000	Valid
	X2.2.1	754	0.000	Valid
	X2.2.2	759	0.000	Valid
	X2.3.1	808	0.000	Valid
	X2.3.2	785	0.000	Valid
	X2.4.1	726	0.000	Valid
	X2.4.2	771	0.000	Valid
Harga (X3)	X3.1.1	771	0.000	Valid
	X3.1.2	834	0.000	Valid
	X3.2.1	801	0.000	Valid
	X3.2.2	863	0.000	Valid
	X3.3.1	800	0.000	Valid
	X3.3.2	788	0.000	Valid
	X3.4.1	817	0.000	Valid
	X3.4.2	769	0.000	Valid
	X3.5.1	753	0.000	Valid
	X3.5.2	786	0.000	Valid
Kualitas Pelayanan (X4)	X4.1.1	608	0.000	Valid
	X4.1.2	564	0.000	Valid
	X4.2.1	675	0.000	Valid
	X4.2.2	699	0.000	Valid
	X4.3.1	758	0.000	Valid
	X4.3.2	705	0.000	Valid
	X4.4.1	703	0.000	Valid
	X4.4.2	804	0.000	Valid
	X4.5.1	672	0.000	Valid
	X4.5.2	551	0.000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1.1	746	0.000	Valid
	Y1.1.2	770	0.000	Valid
	Y1.2.1	843	0.000	Valid

Y1.2.2	730	0.000	Valid
Y1.3.1	757	0.000	Valid
Y1.3.2	710	0.000	Valid

Sumber: Data Diolah Output SPSS

Hasil uji validitas pada tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa semua item dari setiap indikator mempunyai nilai yang signifikan ( $<0,05$ ), sehingga keseluruhan item pada masing-masing variabel dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil responden terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar ( $>$ ) dari 0,60 maka kuesioner tersebut reliabel, sedangkan apabila nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) lebih kecil ( $<$ ) dari 0,60 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Word Of Mouth (X1)	0,900	0,6	Reliabel
Store Atmosphere (X2)	0,901	0,6	Reliabel
Harga (X3)	0,936	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X4)	0,869	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,852	0,6	Reliabel

Sumber: Data Diolah Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas, besar *cronbach alpha* ( $\alpha$ ) pada masing-masing variabel lebih besar ( $>$ ) dari 0,60. Maka artinya semua variabel adalah reliabel dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas diperlukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak dan digunakan untuk menguji variabel-variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode kolmogorov-smirnov yaitu jika angka signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 3 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,33407740
Most Extreme Differences	Absolute	,095
	Positive	,052
	Negative	-,095
Kolmogorov-Smirnov Z		,954
Asymp. Sig. (2-tailed)		,323

Sumber : Data Olah SPSS

Sesuai hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan adalah 0,323. Sehingga nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikan 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berguna untuk menguji model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (bebas).

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
TOTALX1	0,171	5,856
TOTALX2	0,166	6,008
TOTALX3	0,238	4,200
1 TOTALX4	0,353	2,832

Sumber : Data Olah SPSS

Hasil pada tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10,00 dan angka *tolerance* lebih dari 0,10.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,657	,566		2,929	,004
Word Of Mouth X1	-,097	,052	-,413	-1,869	,065
1 Store AtmospereX2	,033	,040	,199	,822	,413
HargaX3	-,001	,026	-,007	-,035	,972
Kualitas PelayananX4	,044	,030	,241	1,451	,150

Sumber : Data Olah SPSS

Pada hasil uji tabel 5 diketahui bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

### Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi bertujuan apakah dalam model regresi linier ada kolerasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Tabel 6 Uji Autokolerasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,889 <sup>a</sup>	,790	,782	1,36187	1,789

Sumber : Data Olah SPSS

Pada hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai DW (*Durbin-Watson*) sebesar 1,789 berada diantara (1.6145 – 1.7892), maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokolerasi.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Perolehan hasil didapatkan dengan program SPSS 20 hasil regresi berganda yaitu :

$$Y = 5,535X_1 + 0,185X_2 + 0,147X_3 + 0,136X_4 + 0,126Y + e$$

Perolehan hasil yang didapatkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 5,535 artinya apabila variabel bebas *Word Of Mouth* ( $X_1$ ), *Store Atmosphere* ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_4$ ) nilainya 0 bahwa nilai Keputusan pembelian (Y) sebesar 5,535
2. Nilai koefisien variabel *Word Of Mouth* ( $x_1$ ) sebesar 0,158 artinya bahwa besarnya pengaruh variabel *Word Of Mouth* ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian, koefisien regresi bertanda positif penunjukkan pengaruh searah terhadap keputusan pembelian, artinya jika nilai *word of mouth* ( $X_1$ ) terdapat peningkatan satu satuan akan menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,185 satuan.
3. Nilai koefisien variabel *Store Atmosphere* ( $X_2$ ) sebesar 0,147 artinya bahwa besarnya pengaruh variabel *Store Atmosphere* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian, koefisien regresi bertanda positif penunjukkan pengaruh searah terhadap keputusan pembelian, artinya jika nilai *store atmosphere* ( $X_2$ ) terdapat peningkatan satu satuan akan menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,147 satuan.
4. Nilai koefisien variabel Harga ( $X_3$ ) sebesar 0,136 artinya bahwa besarnya pengaruh variabel Harga ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian, koefisien regresi bertanda positif penunjukkan pengaruh searah terhadap keputusan pembelian, artinya jika nilai harga ( $X_3$ ) terdapat peningkatan satu satuan akan menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,136 satuan.
5. Nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan ( $X_4$ ) sebesar 0,126 artinya bahwa besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian, koefisien regresi bertanda positif penunjukkan pengaruh searah terhadap keputusan pembelian, artinya jika nilai kualitas pelayanan ( $X_4$ ) terdapat peningkatan satu satuan akan menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian sebesar 0,126 satuan.

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memenangkan variasi variabel independen.

Tabel 7 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,889 <sup>a</sup>	0,79	0,782	1,36187

Sumber : Data Olah SPSS

maka dapat dinyatakan bahwa terdapat koerasi atau taraf tingkat hubungan yang kuat antara variabel menurut Sugiyono (2019:284). Diperoleh nilai determinasi kolerasi (*R-Square*) sebesar 0,888. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth*, *Store Atmosphere*, Harga dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian sebesar 88,9 %, sedangkan 11,1% dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

Dalam uji t digunakan untuk mengukur variabel bebas mempengaruhi pada variabel terikat :

Tabel 8 Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	5,738	0,000
Word Of Mouth X1	2,006	0,048
Store Atmosphere X2	2,128	0,036
Harga X3	3,059	0,003
Kualitas		
1 Pelayanan X4	2,451	0,016

Sumber : Data Olah SPSS

- Hasil t-hitung WOM sebesar 2,006 dengan signifikan 0,048 sehingga < dari 0,05. Artinya terbukti WOM berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- Hasil t-hitung store atmosphere sebesar 2,128 dengan signifikan 0,036 sehingga < dari 0,05. Artinya store atmosphere terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- Hasil t-hitung harga sebesar 3,059 dengan signifikan 0,003 sehingga < dari 0,05. Artinya harga terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
- Hasil t-hitung kualitas pelayanan sebesar 2,451 dengan signifikan 0,016 sehingga < dari 0,05. Artinya kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### Uji Simultan ( Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seluruh variabel mempunyai pengaruh secara serentak atau bersamaan terhadap pengaruh variabel terikat.

Tabel 9 Uji F

Model	F	Sig.
Regression	89,589	,000 <sup>b</sup>
Residual		
1 Total		

Sumber : Data Olah SPSS

Hasil diatas didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 89,589 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,47 maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat.

## PEMBAHASAN

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Hal ini dibuktikan bahwa promosi yang di lakukan dari mulut ke mulut dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada cafe kopi konco di Sidoarjo. Hal ini sejalan dengan ungkapan Husen DKK (2018) *Word of mouth* adalah suatu bentuk promosi yang berupa rekomendasi dari mulut ke mulut tentang kebaikan dalam suatu produk.
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Hal ini dibuktikan bahwa suasana tempat yang nyaman dan rapi dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada cafe kopi konco di Sidoarjo. Hal ini sejalan dengan ungkapan Artana DKK (2019). Semakin menarik pengaturan suasana toko atau gerai maka akan membuat konsumen untuk membeli.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Hal ini dibuktikan bahwa harga yang terdapat pada cafe tersebut relatif murah dengan cafe yang lain dan sesuai dengan kualitas makanannya, sehingga harga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian pada cafe kopi konco di Sidoarjo. Hal ini sejalan dengan ungkapan Bakti (2020) Harga yaitu sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (*non-moneter*) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. *Utilitas* merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan dan keinginan.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Hal ini dibuktikan pelayanan yang di berikan oleh karyawan sangat baik dan ramah, selain itu juga karyawan mampu berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian pada cafe kopi konco di Sidoarjo. Hal ini sejalan dengan ungkapan Ikhsan R (2018) kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat.
5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth*, *store atmosphere*, harga dan kualitas pelyanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat pada penelitian Lotulung, S. C., Lapian, J., dan Moniharapon, S. (2015) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (*Word Of Mouth*) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada Cv. Tristar Jaya Globalindo Manado". Menunjukkan bahwa hasil pengujian secara bersama-sama antara variabel bebas Kualitas Produk, Harga, Dan Wom berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

## SIMPULAN

1. *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai positif yang artinya semakin tinggi persepsi konsumen melalui *Word Of Mouth*, maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian.
2. *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Dengan hasil uji tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai positif yang artinya semakin tinggi persepsi konsumen melalui *Store Atmosphere* maka semakin tinggi pula Keputusan pembelian.
3. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai positif yang artinya semakin tinggi persepsi konsumen melalui Harga, maka semakin tinggi pula Keputusan pembelian.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai positif yang artinya semakin tinggi persepsi konsumen melalui Kualitas Pelayanan, maka semakin tinggi pula Keputusan pembelian.
5. *Word Of Mouth*, *Store Atmosphere*, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian pada Cafe Kopi Konco di Sidoarjo. Dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya. Pengaruh *Word Of Mouth*, *Store Atmosphere*, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai positif yang artinya semakin tinggi persepsi konsumen melalui *Word Of Mouth*, *Store Atmosphere*, Harga dan Kualitas Pelayanan, maka semakin tinggi pula Keputusan pembelian.

## IMPLIKASI

Dari hasil penelitian ini dapat membantu pihak cafe kopi konco untuk memperbaiki dan melakukan inovasi baru dalam segi word of mouth, store atmosphere, harga dan kualitas pelayanan. Sehingga cafe kopi konco dapat meningkatkan konsumen yang ingin berkunjung.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian di satu tempat cafe kopi konco dengan variabel sebanyak empat variabel bebas dan variabel terikat. Dan sampel yang digunakan sejumlah 100 responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ikhsan R, M. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Café Canteen Bandung*. Universitas Widyatama.
- Lotulung, S. C., Lopian, J., & Moniharapon, S. (2015). Pengaruh kualitas produk, harga, dan wom (word of mouth) terhadap keputusan pembelian handphone evercoss pada cv. tristar jaya globalindo manado.

- Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).
- Prastika, R. D., & Sugiono, S. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LEOPARD CAFE WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR. *Journal Dinamika STIE Lampung*, 3(1), 36–47.
- Risanti, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- Rumondor, P. W., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada media online shop shopee di pekanbaru. *Jurnal Valuta Vol*, 4(1).
- Hidayat, T., Fauzi Dh, A., & Nuralam, I. P. (2018). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Distribution Store Inspired27 Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), 46–55.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145–160.
- Bakti, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118.
- Fitriyani, L. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere Cafeteria, Variasi produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Kasus Pada Food Coma Daily Cafeteria)*.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen Dan Start Up Bisnis*, 2(2).
- Zakaria, D. G., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI HELM BOGO (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIPA SURABAYA)

Dian Ayu Lestary<sup>1</sup>, Mochammad Munir Rachman<sup>2</sup>, Tony Susilo Wibowo<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email: [dianayulestary1@email.com](mailto:dianayulestary1@email.com)<sup>1</sup>, [tonysus\\_sw@unipasby.ac.id](mailto:tonysus_sw@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>

Koresponden : [hnn\\_munir@yahoo.com](mailto:hnn_munir@yahoo.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Research is used to measure the extent of the influence of product and product design influence on purchasing decisions through buying interest in Bogo helmets for students of the Faculty of Economics and Business, UNIPA Surabaya. After that, a number of 102 respondents were selected and used as samples, as well as the quantitative approach method used. From the results of tests conducted by researchers, it was found that several findings, namely product quality and product design, proved to have an influence on purchase intention, besides that product quality and product design also proved to have an influence on purchasing decisions. Hypothesis testing and f-test. In total, it can be shown that the variables X1, X2, Y1 and Y2 have a significant value <0.50, namely 0.00, meaning that it can be ascertained and proven to have a significant effect between variables.*

**Keywords:** *Product quality, product design, purchase interest, purchase decision*

### ABSTRAK

Riset ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk & desain produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli helm Bogo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya. Setelah itu, sejumlah 102 responden dipilih dan dipakai sebagai sampel, serta metode pendekatan yang dipakai ialah secara kuantitatif. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan beberapa temuan yakni kualitas produk dan desain produk terbukti ada pengaruh terhadap minat beli, selain itu kualitas produk dan desain produk juga terbukti ada pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis uji-t serta uji-f. Secara keseluruhan dapat disimpulkan variabel X1, X2, Y1 dan Y2 memiliki nilai signifikan <0,50 yakni 0,00 artinya sudah dapat dipastikan dan telah terbukti berpengaruh secara signifikan diantara variabel.

**Kata Kunci :** kualitas produk, desain produk, minat beli, keputusan pembelian

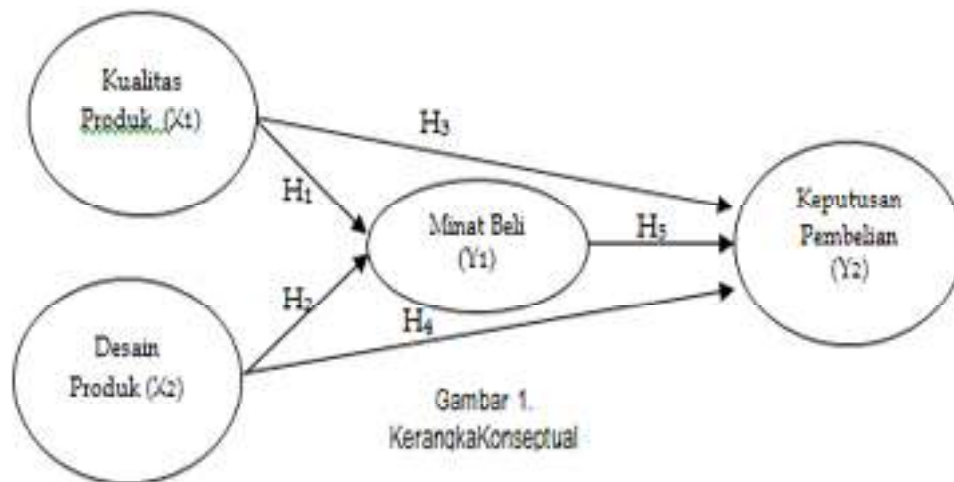
## PENDAHULUAN

Dibeberapa tahun ini, konkurensi/persaingan keunggulan produk helm semakin ketat. Konkurensi/persaingan ini dibuktikan bersama adanya kenaikan kualitas produk yakni lewat bermacam penemuan baru dalam pembuatan helm oleh tiap perusahaan. Berbagai inovasi pemakaian bermacam saluran media social digunakan untuk mempromosikan produk tersebut dan penemuan baru, dimana tiap merk lain. Sehingga aktivitas pemasaran yang baik dan benar berpegang dengan peranan yakni pihak produsen harus mampu membawa pelanggan terkait hasil produksi helm dan mengusahakan dengan tujuan memberi kepuasan kepada pelanggan. Untuk itu setiap produsen juga harus dapat memahami perilaku konsumen agar mengetahui hal-hal ideologis yang membuat konsumen memutuskan guna membeli sebuah produk. Helm Bogo merupakan salah satu varian pelindung kepala ketika berkendara yang mayoritas banyak digunakan oleh anak muda. Meskipun memiliki model yang kekinian, helm ini dibuat dari material khusus sehingga tetap memprioritaskan keamanan dan kenyamanan. Desainnya yang berkelas dan modern membuat banyak orang tertarik untuk memilikinya sebagai pelengkap saat berkendara. Pada awal kemunculannya, mungkin banyak mengira bahwa model produk ini hanya dipakai untuk para pengendara vespa. Sehingga gaya klasik dari bogo justru membuatnya populer, dan modelnya pun juga banyak.

Meningkatnya penjualan sepeda motor di Indonesia berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm dikarenakan diwajibkannya menggunakan helm saat menggunakan sepeda motor. Keputusan pembelian yakni suatu proses konsumen dalam memutuskan dimana pada bagian pertama yakni konsumen mengetahui masalahnya, setelah itu untuk menyelesaikan masalahnya konsumen mencari berbagai informasi mengenai suatu produk maupun merek kemudian melihat dan menilai informasi yang didapat apakah bisa menyelesaikan permasalahan konsumen, selanjutnya konsumen akan memberikan keputusan apakah membeli atau tidak menurut (Tjiptono, 2014:21). Ada berbagai macam hal yang bisa memberikan pengaruh keputusan pembelian konsumen diantaranya yakni kualitas produk, desain produk kemudian minat beli. Kualitas produk mempunyai pengaruh kepada keputusan pembelian konsumen. Faktor ini selaras bersamaan dengan yang dikemukakan (Nurdianto dan Yuniati, 2013:71) kualitas produk yakni salah satu tanda yang perlu diamati pelanggan didalam mengambil keputusan pembelian. Kualitas produk yang benar akan membuat timbulnya kepercayaan terhadap pelanggan yang nantinya menjadi daya tarik untuk membeli produk tersebut. Salah satunya persaingan desain produk, desain yakni keutuhan fitur yang mempunyai pengaruh tampilan, rasa, dan fungsi produk berlatarkan kebutuhan pelanggan menurut (Kotler dan Keller dalam Ravelby dan Dessy, 2019). Selain kualitas dan desain produk, minat beli juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Minat beli yakni kecondongan pelanggan guna membeli produk atau mengambil keputusan yang ada hubungannya bersama pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan pelanggan melaksanakan pembelian menurut Hasan 2013:173).

Salah satu merek helm yang diminati terutama mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis PGRI Adi Buana Surabaya hal ini karena helm Bogo memiliki motif yang menarik dari segi desain, Berstandar Nasional Indonesia (SNI), mengikuti trend anak muda jaman sekarang, bentuknya yang bulat nyaris sempurna, juga memiliki penutup wajah yang bisa menutupi keseluruhan wajah, sehingga tak perlu khawatir untuk terpapar debu jalanan.

Gambar dibawah ini ialah bentuk penjabaran secara garis besar yang berhubungan dengan penelitian ini :



**METODE**

Riset ini memakai metode secara kuantitatif bersama total responden yakni 102 responden dan populasinya yakni mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unipa Surabaya serta pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, observasi, wawancara dan dokumentasi.

Pada riset ini hanya memaparkan fakta yang ada metode pendekatan penelitian yang digunakan yakni metode Eksplanatori dengan tujuan melihat hubungan antar variabel bebas terhadap variabel tersebut. Rancangan dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis yakni dari permasalahan yang sudah ada, langkah selanjutnya peneliti akan melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner terkait Kualitas Produk, Desain Produk, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian yang disebarakan kepada konsumen setelah proses pengumpulan data selesai maka akan dilakukan pengujian atau analisis data menggunakan Path Analisis guna mengetahui nilai koefisien pada masing-masing independen yang dapat digunakan sebagai peramalan.

**HASIL PENELITIAN**

**Uji Validitas**

Sesuai hasil pengujian dapat dipastikan seluruh item mendapatkan nilai *correlations* >0,030, artinya data terbukti valid.

**Uji Reliabilitas**

Dari hasil pengujian, seluruh item mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* >0,60. Artinya data telah reliabel.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

**Tabel 02**  
**Hasil Uji Normalitas**

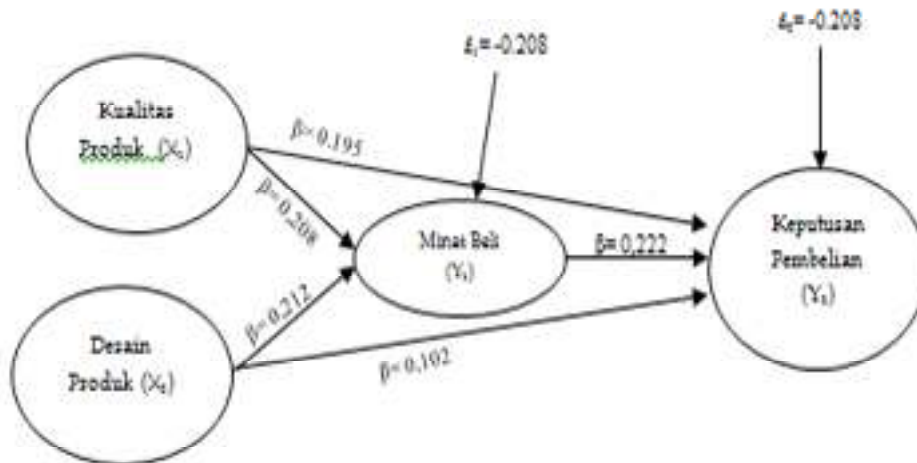
	Unstandardized Residual
N	102
Test Statistic	.079
Asymp. Sig. (2-tailed)	.125

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Sesuai tabel diatas, terbukti data telah berdistribusi normal.

**Analisis Jalur (Path Analysis)**

Dibawah ini merupakan hasil analisis jalur bisa dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2. diagram alur variabel kualitas produk, Desain Produk, terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli

Selaras dengan gambar diatas, disini akan menjabarkan terkait pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel

1. Pengaruh Langsung dan tidak langsung:

a. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian  $X_1 \longrightarrow Y_2 = 0,195 \times 0,195 = 0,0380$

Pengaruh tidak langsung melalui minat beli

$$X_1 \longrightarrow Y_1 \longrightarrow Y_2 = 0,208 \times 0,222 = 0,0461$$

Apabila pengaruh tidak langsung > daripada pengaruh langsung, bisa ditarik hasil variabel tersebut yakni mediasi.

Didapatkan hasil produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Faktornya yakni karena nilai pengaruh langsung < daripada pengaruh tidak langsung (0,0380 < 0,0461).

b. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian  $X_2 \longrightarrow Y_2 = 0,102 \times 0,102 = 0,0104$

Pengaruh tidak langsung melalui minat beli

$$X_2 \longrightarrow Y_1 \longrightarrow Y_2 = 0,212 \times 0,222 = 0,0470$$

Didapatkan kualitas produk memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui minat beli dikarenakan nilai pengaruh langsung < daripada pengaruh tidak langsung (0,0104 < 0,0470).

**Uji Hipotesis**  
**Uji t**

**Tabel 03**  
**uji t (parsial)**

Standardized Coefficients	T	Sig.
(Constant)	4.457	.000
Kualitas Produk X <sub>1</sub>	2.188	.031
Desain Produk X <sub>2</sub>	2.709	.008

Catatan... hasil olahan data IBM SPSS versi 25

Didapatkan hasil Nilai X<sub>1</sub> s2,188 > t tabel sebesar 1,659 (df = n-k = 102 – 2 = 100 (1,1659)) dengan nilai signifikansi 0,004 < 0,05. Maka bisa ditarik hasil variabel kualitas produk X<sub>1</sub> berpengaruh secara positif terhadap variabel minat konsumen Y<sub>1</sub>. Nilai X<sub>2</sub> sebesar 2,709 > t tabel sebesar 1,659 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka bisa ditarik hasil variabel desain produk X<sub>2</sub> berpengaruh secara positif terhadap variabel minat konsumen Y<sub>1</sub>.

**Tabel 04**  
**Hasil Uji T**

Standardized Coefficients	T	Sig.
(Constant)	4.251	.000
Kualitas Produk X <sub>1</sub>	2.066	.041
Desain Produk X <sub>2</sub>	2.220	.029
Minat Beli Y <sub>1</sub>	2.289	.024

Sumber... Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Nilai X<sub>1</sub> sebesar 2,066 < t tabel sebesar 1,659 dengan nilai signifikansi 0,041 > 0,05. Maka bisa ditarik hasil variabel kualitas produk X<sub>1</sub> tidak berpengaruh secara negatif dan tidak signifikansi terhadap variabel keputusan pembelian Y<sub>2</sub>. Nilai X<sub>2</sub> sebesar 2,220 > t tabel sebesar 1,659 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Maka bisa ditarik hasil variabel desain produk X<sub>2</sub> berpengaruh secara positif terhadap variabel keputusan pembelian Y<sub>2</sub>. Nilai Y<sub>1</sub> sebesar 2,289 > t tabel sebesar 1,659 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka dapat ditarik hasil variabel minat beli Y<sub>1</sub> berpengaruh secara positif terhadap variabel keputusan pembelian Y<sub>2</sub>.

**Uji F**

**Tabel 05**  
**Hasil Uji F**

	F	Sig.
Regression	7.337	.001 <sup>a</sup>

Sumber... Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Diperoleh F hitung 7,337 dan taraf keyakinan sebesar 0,5%. Maka bisa disimpulkan, bahwa variabel kualitas produk dan desain produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel minat konsumen sebesar 7,337.

Tabel 06  
Hasil Uji F

	F	Sig.
Regression	7.981	.000 <sup>a</sup>

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Diperoleh F hitung 7,981 dan taraf keyakinan sebesar 0,5%. Artinya variabel kualitas produk, desain produk dan minat konsumen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Minat Beli ( $Y_1$ ) Helm Merk Bogo

Berlatarkan hasil uji t yang telah diuji menjabarkan hasil bahwa nilai t 2,188 dengan sig. 0,031 yang menjelaskan yakni kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap minat beli pada helm merk Bogo. Kualitas produk yang bagus maka akan memberikan kesan dan kepercayaan terhadap pelanggan guna membeli produk tersebut.

Kualitas produk yakni salah satu landasan berpikir yang harus diamati oleh pelanggan dalam membuat keputusan pembelian. Kualitas produk yang bagus akan membuat pelanggan percaya yang nantinya akan menjadi motivasi/penyemangat bagi pelanggan guna membeli produk tersebut. Hasil riset ini juga memperlihatkan produsen helm Bogo mempunyai daya tahan yang lebih baik dan spesifikasi tinggi sehingga sesuai dengan selera mahasiswa UNIPA. Selain itu fitur yang terupdate juga telah memenuhi kepuasan pelanggan di dukung desain yg lucu dengan warna yg bervariasi. Oleh karena itu, indikator kualitas produk yang meliputi daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas dan estetika memberikan kepuasan bagi konsumen atau pengguna helm merek Bogo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya.

### Pengaruh Desain Produk ( $X_2$ ) Terhadap Minat Beli ( $Y_1$ ) Helm Merk Bogo

Berlatarkan hasil uji t yang telah diuji menjabarkan hasil bahwa nilai t 2,709 dengan sig. 0,008 yang menerangkan desain produk berpengaruh secara positif terhadap minat beli pada helm merk Bogo. Dengan demikian, desain produk yang meliputi variasi desain, model terbaru, dan desain yang mengikuti trend dapat menarik minat beli konsumen karena dirasa desain produk helm Bogo tersebut sangatlah menarik dan variatif. Sehingga, mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya tertarik untuk membelinya.

Oleh karena itu, desain produk yang berkualitas yakni suatu desain yang mampu memahami keinginan konsumen baik dari segi keunikan, bentuk maupun desain yang terkesan modern mengikuti kemajuan zaman. Sehingga, seringkali konsumen menganggap, bahwa produk yang menarik khususnya helm merk Bogo tersebut yakni produk yang mempunyai desain sesuai dengan kebutuhan dan permintaan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya.

### Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ) Helm Merk Bogo

Para mahasiswa UNIPA lebih memilih desain produk dari pada kualitas dalam membeli helm Bogo, faktor ini bisa dilihat dari hasil uji t yang telah dilakukan memperlihatkan hasil bahwa

nilai  $t$  2,066 dengan sig. 0,041 yang memperlihatkan kualitas produk berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli pada helm merk Bogo. Hal tersebut dapat dikatakan demikian karena kualitas produk helm merk Bogo belum sepenuhnya dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan apakah membeli helm merk Bogo atau tidak. Sehingga, tidak berpengaruhnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya sedikit banyak akan mempengaruhi minat beli atau konsumsi mereka terhadap produk helm merk Bogo tersebut.

Baik buruknya kualitas produk helm merk Bogo tentu konsumen telah mengetahui dan paham mengapa akhirnya memilih helm merk Bogo untuk mereka gunakan. Hal tersebut tentu tidak terlepas dari pengaruh negatif kualitas produk terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo tersebut. Oleh karena itu bisa ditarik hasil mahasiswa UNIPA Surabaya telah mengetahui terkait informasi dan telah mengevaluasi daripada kualitas produk helm merk Bogo tersebut, sehingga tidak sepenuhnya mereka masih mempercayai kualitas produk helm merk Bogo tersebut.

### **Pengaruh Desain Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ) Helm Merk Bogo**

Berlatarkan hasil uji  $t$  yang telah dilakukan memperlihatkan hasil bahwa nilai  $t$  2,220 dengan sig. 0,029 yang memperlihatkan desain produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pada helm merk Bogo. Artinya, kualitas desain helm merk Bogo tersebut masih dapat mempengaruhi minat beli mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya yang pada akhirnya akan mengarah pada keputusan pembelian.

Dalam hal ini, desain produk helm merk Bogo dirasa telah memenuhi lima tahap keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller artinya konsumen sudah paham betul mengenai kualitas desain helm merk Bogo itu sendiri. Sehingga, karakteristik desain helm merk Bogo ini sangatlah diminati oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya dan tertarik untuk menggunakannya.

### **Pengaruh Minat Beli ( $Y_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ) Helm Merk Bogo**

Berlatarkan hasil uji  $t$  yang telah diuji memperlihatkan hasil bahwa nilai  $t$  2,289 dengan sig. 0,024 yang memperlihatkan bahwa minat beli berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pada helm merk Bogo. Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo yakni pengaruh tertinggi daripada semua variabel dalam penelitian ini.

Apabila mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya telah memutuskan untuk menggunakan atau membeli suatu barang khususnya helm merk Bogo, maka tahapan dalam konteks keputusan pembelian haruslah terpenuhi, setelah itu barulah mereka berminat untuk membeli helm merk Bogo tersebut. Hal tersebut dikatakan demikian karena keputusan pembelian sangatlah berkaitan erat dalam menentukan atau memutuskan minat beli mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya terhadap helm merk Bogo tersebut.

### **Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ) melalui Minat Beli ( $Y_1$ ) Helm Merk Bogo**

Variabel kualitas produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Faktor yang menyebabkan yakni nilai pengaruh langsung  $<$  daripada pengaruh tidak langsung ( $0,0380 < 0,0461$ ).

### **Desain Produk (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y<sub>2</sub>) melalui Minat Beli (Y<sub>1</sub>) Helm Merk Bogo**

Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui minat beli dikarenakan nilai pengaruh langsung lebih kecil daripada pengaruh tidak langsung ( $0,0104 < 0,0470$ ).

#### **SIMPULAN**

1. Disimpulkan serta dapat dipastikan kualitas produk ada pengaruh terhadap Minat Beli Helm Merk Bogo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya dengan hasil uji t 2,188 serta sig. 0,031.
2. Disimpulkan serta dapat dipastikan desain produk ada pengaruh terhadap Minat Beli helm merk bogo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya dengan hasil uji-t 2,709 dengan sig. 0,008.
3. Disimpulkan kualitas produk ada pengaruh terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya dengan hasil uji-t 2,066 serta sig. 0,041.
4. Disimpulkan desain produk ada pengaruh terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya dengan hasil uji t 2,220 serta sig. 0,029.
5. Disimpulkan minat beli ada pengaruh terhadap keputusan pembelian helm merk bogo. pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya dengan hasil uji t 2,289 serta sig. 0,024.
6. Disimpulkan kualitas produk ada pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui Minat Beli. Variabel Kualitas Produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Faktor ini disebabkan oleh nilai pengaruh langsung < daripada pengaruh tidak langsung ( $0,0380 < 0,0461$ ).
7. Disimpulkan desain produk terbukti ada pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui Minat Beli. Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli dikarenakan nilai pengaruh langsung < dari pada pengaruh tidak langsung ( $0,0104 < 0,0470$ ).

#### **IMPLIKASI**

Desain produk yang meliputi variasi desain, model terbaru, dan desain yang mengikuti trend dapat menarik minat beli konsumen karena dirasa desain produk helm bogo tersebut sangatlah menarik dan variatif. Sehingga, mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Unipa Surabaya berminat untuk membelinya.

#### **KETERBATASAN PENELITIAN**

Riset ini mempunyai keterbatasan yakni terfokus terhadap konsumen yang pernah membeli helm bogo baik itu satu atau dua kali pembelian, sehingga peneliti kurang begitu mengetahui. Apakah konsumen yang menggunakan helm bogo benar-benar mengetahui kualitas dari helm tersebut. Untuk itu peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya memfokuskan responden yang benar-

benar mengetahui kualitas helm bogo, dengan cara mengambil responden yang telah melakukan pembelian helm bogo lebih dari satu kali dan digunakan lebih dari satu tahun.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, Muhammad Ari dkk. (2013). Peran Minat Pembelian Konsumen Sebagai Mediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Kue. *Binus Business Review* Vol. 4 No. 1
- Andi dkk (2020). The Effect Of Celebrity Endorser, Product Quality, And Product Design On Pelita Indonesia Students' Buying Interest Ofasus Smartphone. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol 8. No. 1
- Hasan Ali, (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS
- Nurdianto, Dedi dan Tri Yuniati. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Honda*. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2 (10), 1-24
- Rachman, Bayu Januar dan Suryono Budi Santoso. (2015). Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi pada Customer Distro Jolly Roger Semarang) *Diponegoro Journal Of Management* Volume 4, Nomor 1
- SutiyeM dkk (2019). Pengaruh desain produk dan harga terhadap minat beli konsumen mebel jati jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 8 No. 2.
- SutiyeM1, Thesa Alif Ravelby, Dan Dessy Trismiyanti. (2019). Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Jati Jepara Pada Toko Usaha Baru Furniture Di Lubuk Alung. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* No. 8 Vol. 2
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset

## PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *SALES PROMOTION* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA TOKOPEDIA DI DESA JOTANGAN MOJOKERTO

Fitra Dwi Prayogo<sup>1</sup>, Christina Menuk Srihandayani<sup>2</sup>, Noerchoidah<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : [fdp170845@gmail.com](mailto:fdp170845@gmail.com)<sup>1</sup>, [noerchoidah@unipasby.ac.id](mailto:noerchoidah@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>

Koresponden : [menukch@unipasby.ac.id](mailto:menukch@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*The rapid advancement of technology and the flow of information have caused some people, especially in Indonesia, to be increasingly able to open themselves to developments in global technology, especially the internet. Indirectly, this can bring about the phenomenon of changing new lifestyles in society, namely by using the internet as a means for digital shopping or what we usually know as e-commerce. This study aims to determine the influence of shopping lifestyle, sales promotion & e-service quality on purchasing decisions of Tokopedia users in Jotangan Mojokerto Village. The quantitative approach was used in this research and the sample size was 100 respondents who were taken through accidental sampling. The data were collected using a questionnaire that was arranged systematically and contained several statements that met the validity and reliability requirements. Multiple linear regression is used in analyzing data that has previously passed the classical assumption test and meets the requirements. The partial test results show that shopping lifestyle, sales promotion and e-service quality significantly influence the purchasing decisions of Tokopedia users and the test results simultaneously show that shopping lifestyle, sales promotion and e-service quality have a significant influence on the purchasing decisions of Tokopedia users.*

**Keywords :** *Shopping Lifestyle, Sales Promotion, E-Service Quality, Purchasing Decisions.*

### ABSTRAK

Pesatnya kemajuan suatu teknologi dan arus informasi menyebabkan sebagian masyarakat terutama di Indonesia semakin dapat membuka diri terhadap perkembangan teknologi Global, khususnya internet. Secara tidak langsung hal tersebut dapat membawa fenomena berubahnya gaya hidup yang baru di masyarakat yakni dengan memanfaatkan internet sebagai sarana untuk berbelanja digital atau biasa kita kenal dengan istilah *e-commerce*. Penelitian ini berisi tujuan agar dapat memahami pengaruh *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* pada keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam riset ini dan didapatkan sampel sejumlah 100 responden yang di ambil melalui pengambilan sampel *accidental sampling technique*. Kemudian data diambil dengan memakai kuesioner yang disusun secara runtut serta memuat sebagian pernyataan yang sudah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Regresi linier berganda digunakan dalam menganalisis data yang sebelumnya sudah melalui uji asumsi klasik dan memenuhi syarat. Hasil secara parsial pengujian menunjukkan bahwa *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* memiliki pengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian pengguna Tokopedia dan hasil uji secara simultan memperlihatkan *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian pengguna Tokopedia.

**Kata kunci :** *Shopping Lifestyle, Sales Promotion, E-Service Quality, Keputusan Pembelian.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet telah banyak berdampak besar bagi segala aspek salah satunya perkembangan bisnis dan pemasaran. Indonesia termasuk dalam jajaran sepuluh negara dengan jumlah pemakai internet terbanyak di Dunia (Jayani, 2019), Sejalan dengan hal tersebut mulai tercipta berbagai peluang bisnis yang relatif baru dimana sebagian besar transaksi bisnis dilakukan secara elektronik atau istilah yang biasa dikenal yaitu *e-commerce*. Pesatnya laju pertumbuhan *e-commerce* menempatkan Indonesia di Dunia sebagai negara yang pertumbuhan *e-commerce* melesat (Sri dan Aditya, 2020). Atas pencapaian itu, tentunya hal ini akan menggoda investor dari dalam ataupun luar negeri guna berinvestasi ke perusahaan *e-commerce* yang berada di Indonesia termasuk Tokopedia.

Dengan berkembangnya *e-commerce* yang sangat pesat ini akan mengakibatkan perubahan perilaku konsumen terkait gaya hidup dalam melakukan kegiatan belanjanya serta dikenal dengan istilah *shopping lifestyle* ke arah yang lebih modern. Gaya hidup berbelanja (*Shoping lifestyle*) adalah sikap atau tindakan seorang ketika memakai atau membelanjakan semua uangnya untuk memiliki suatu item atau barang tertentu (Maftukhan dan Srihandayani, 2017). Sebagian pelanggan kerap memanfaatkan *shopping lifestyle* untuk melakukan pembelian secara berlebihan, Hal tersebut terjadi karena adanya dorongan oleh stimulus atau penawaran-penawaran berupa promosi penjualan (*sales promotion*) yang sangat menarik dan dilakukan oleh para pelaku bisnis dengan harapan dapat meningkatkan daya beli pada pembelian online.

Felita dan Oktivera (2019) mengungkapkan *sales promotion* ialah aktivitas pemasaran dimana diberikan nilai lebih/insentif pada karyawan penjualan (*sales staff*), penyalur barang dan pelanggan utama, yang tujuan utamanya adalah untuk merangsang penjualan dengan cepat. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi saat ini, promosi penjualan ialah satu unsur yang harus dibentuk secara maksimal agar konsumen akan lebih mudah dalam mengambil keputusan pembelian karena semakin beragamnya bentuk *sales promotion* yang sajikan oleh para pelaku bisnis.

Disamping banyaknya *sales promotion* yang diberikan, tentunya juga harus dipertimbangkan bagaimana kualitas pelayanan (*service quality*) yang baik terutama dalam belanja *online*. Menurut (Laurent, 2016) kualitas layanan elektronik adalah bagaimana situs web secara efektif dan efisien menyediakan aktivitas berbelanja, pengiriman produk dan layanan serta pembelian. Sehingga hal tersebut diharapkan akan terciptanya peningkatan penjualan yang akan berimbas pada hubungan antara tokopedia dan konsumen dalam melakukan keputusan pembelannya.

Beberapa riset telah dilakukan terkait fenomena gaya hidup berbelanja yang terjadi di masyarakat. Wahyuni dan Setyawati (2020) melakukan studi pada 100 responden di kebumen yang sudah pernah menggunakan *e-commerce* Shopee dan ditemukan bahwa gaya hidup dalam berbelanja berdampak pada pengambilan keputusan customer secara tiba-tiba (*impulse buying*), Namun pada riset (Diany, 2018) dari 100 responden wanita bekerja yang melakukan pembelian online ditemukan bahwa gaya hidup berbelanja tidak berdampak pada keputusan pembelian *online* pada wanita bekerja.

Selanjutnya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tarigan, Syabrina, Syahputri (2020) pada 100 responden yang pernah melakukan pembelian kuliner secara online di Kota Medan dan ditemukan hasil promosi penjualan berdampak pada keputusan pembelian. Namun dalam penelitian Yuvita, Wahab, Sulastri (2019) dari 200 responden yang merupakan nasabah Bank BNI Syariah ditemukan bahwa *sales promotion* tidak berpengaruh pada keputusan pembelian.

Begitu pula riset yang telah dilakukan oleh Fahrevi dan Satrio (2018) dari 98 responden pada mahasiswa STIESIA Surabaya yang pernah membeli melalui Shopee, ditemukan hasil keputusan pembelian *online* dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Namun pada riset Ramadani (2019) dari 97

responden yang pernah membeli handphone di Las Vegas *Mobile Store* di Plasa Marina Surabaya, ditemukan hasil *service quality* tidak memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

Demikian halnya yang terjadi di masyarakat Desa Jotangan yang terletak di wilayah Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Kurangnya toko retail modern yang terdapat di wilayah Kabupaten Mojokerto, Khususnya di Kecamatan Mojosari menyebabkan para pelaku usaha banyak yang memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana dalam menawarkan produk mereka dan sebagian warga Desa Jotangan mulai untuk melakukan pembelian secara online dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Menurut pendapat Assauri (2015:12) manajemen pemasaran yaitu pencapaian tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang dengan menelaah, memikirkan, mewujudkan dan mengontrol program yang sudah disusun melalui penyusunan, pendirian dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran maupun transaksi melalui sasaran pasar. Manajemen pemasaran ialah membangun suatu hubungan yang saling menguntungkan dengan memilih sasaran pasar melalui seni dan ilmu (Kotler dan Armstrong, 2018:34). Berdasar definisi tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen pemasaran ialah pencapaian tujuan organisasional yang sudah direncanakan untuk mampu memuaskan keinginan pasar dengan menelaah, mewujudkan dan mengawasi program yang sudah dirancang.

### Shopping Lifestyle

Shopping lifestyle (Gaya Hidup berbelanja) adalah sikap yang menggambarkan sifat konsumtif seorang tentang apa yang dipilih dari seseorang terkait pola/ tata cara seseorang tersebut membelanjakan uangnya dan menghabiskan waktu untuk membeli suatu produk.(Maftukhan dan Srihandayani, 2017). *Shopping lifestyle* adalah kebiasaan seseorang dalam berbelanja yang dipengaruhi oleh pendapatan, status sosial dan perubahan jaman (Fauziyyah dan Oktafani, 2018). Untuk itu dapat disimpulkan bahwa *shopping lifestyle* ialah pola konsumsi tentang bagaimana seseorang menghabiskan waktu/uang mereka untuk berbelanja yang dari kegiatan tersebut dapat mencerminkan status sosial yang bersangkutan. Adapun parameter *shopping lifestyle* yang dikemukakan oleh Japarianto dan Sugiharto (2011) yaitu: 1) merespon setiap hal yang berkaitan dengan promosi barang, 2) belanja produk terupdate, 3) berburu produk brand terkenal, 4) percaya bahwa brand terkenal bermutu dalam hal kualitasnya, 5) kerap berbelanja beragam brand ternama, 6) percaya terdapat brand berbeda yang setara dengan yang dibelinya.

### Sales Promotion

Dalam kutipan Peter dan Donnelly (2015: 122) *sales promotion* merupakan kegiatan atau materi untuk menawarkan secara langsung kepada pelanggan, penjual pribadi, atau pengecer untuk berbelanja suatu produk. Dorongan ini yang bakal menambah nilai atau insentif bagi produk tersebut, dapat berupa kupon, undian, pengembalian uang, atau tampilan. *Sales promotion* yaitu suatu hal yang meyakinkan secara halus dengan berbagai cara dimana bisa memberikan rangsangan kepada *customer* untuk meningkatkan pembelian barang dengan segera (Malau, 2017:103). Dari penjabaran tersebut dapat diartikan bahwa *sales promotion* yaitu suatu cara berupa penawaran yang dilakukan supaya bisa menarik perhatian konsumen agar membeli serta menggunakan produk/jasa dengan segera. Adapun indikator *sales promotion* menurut Kotler dan Armstrong (2018:496) adalah yaitu : 1) Kupon, 2) Rabat, 3) Paket harga.

### **E-Service Quality**

Menurut Santoso dan Aprianingsih (2017) *e-service quality* merupakan sebuah hasil evaluasi dari evaluasi pelanggan keseluruhan terhadap kualitas dan keunggulan dalam penyampaian layanan elektronik di *market virtual*. *E-service quality* yaitu jasa bertema elektronik yang dipakai untuk menyediakan aktivitas berbelanja hingga pengiriman produk/jasa yang efektif dan efisien (Widiaputri, 2018). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan *e-service quality* yaitu suatu bentuk layanan yang dipakai untuk berbagai kegiatan mulai dari berbelanja sampai dengan semua layanan tambahan lainnya melalui teknologi pada seluruh tahapan transaksinya. Menurut Trisnawati dan Fahmi (2017) indikator *e-service quality* terbagi menjadi: 1) Efisiensi, 2) Reabilitas, 3) Responsivitas, 4) Kontak, 5) Pemenuhan, 6) Privasi, 7) Kompensasi.

### **Keputusan Pembelian**

Setiadi (2015:342) berpendapat bahwa keputusan pembelian merupakan sistem atau tahapan yang menggabungkan dan mengkombinasikan pendapat untuk menilai lebih dari satu sikap alternatif, dan menentukan pilihan salah satu diantaranya. Keputusan pembelian ialah sistem terintegrasi yang mana digabungkannya wawasan untuk melakukan penilaian lebih dari satu sikap alternatif dan menentukan pilihan pada salah satunya (Selly, 2019). Penjelasan dari definisi tersebut bisa diartikan bahwa keputusan pembelian yaitu kegiatan yang dilakukan seorang pelanggan untuk membeli produk setelah memilih dari dua maupun lebih pilihan alternatif yang mana keputusan tersebut terdapat aspek yang mempengaruhinya. Adapun parameter keputusan pembelian menurut Nopriani (2016) adalah sebagai berikut :1) kemantapan dari produk, 2) Memberikan rekomendasi pada orang lain, 3) Kebiasaan dalam membeli produk, 4) Melakukan pembelian ulang.

### **METODE PENELITIAN**

Tipe riset ialah riset (kuantitatif) yang berguna untuk melakukan penelitian terhadap populasi serta sampel tertentu, Teknik pengumpulan data melalui komponen penelitian berupa kuesioner, kemudian dilakukan analisis data yakni yang memiliki sifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menggambarkan serta melakukan pengujian hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2019:16–17). *Accidental sampling* digunakan dalam teknik pengambilan sampel dengan besar sampel dihitung memakai formula yang dikembangkan oleh Ferdinand (2014:173) yakni dengan asumsi populasi penelitian yang dituju terlalu besar dan besarnya yang tidak diketahui pasti, sehingga dapat ditetapkan sampel dengan membutuhkan paling sedikit 5 kali jumlah dari indikator dan didapatkan jumlah sampel berjumlah 100 responden. Analisis data memakai uji instrumen yang berisi uji validitas dan reliabilitas untuk pengujian alat instrumen yang berupa kuesioner, pengujian asumsi klasik mencakup normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, serta dilakukan regresi linier berganda serta uji-t dan uji F pada pengujian hipotesis.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Instrumen

#### 1. Hasil Uji Validitas

Agar mengetahui apakah instrumen dalam penelitian bisa dipakai atau tidak maka diperlukan uji validitas dan diperoleh hasil seperti dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Signifikan	Keterangan
Shopping Lifestyle (X <sub>1</sub> )	X1.1_1	,827**	,197	,000	Valid
	X1.1_2	,753**			
	X1.2_1	,790**			
	X1.2_2	,810**			
	X1.3_1	,755**			
	X1.3_2	,837**			
	X1.4_1	,832**			
	X1.4_2	,802**			
	X1.5_1	,690**			
	X1.5_2	,795**			
	X1.6_1	,755**			
	X1.6_2	,678**			
Sales Promotion (X <sub>2</sub> )	X2.1_1	,697**	,197	,000	Valid
	X2.1_2	,762**			
	X2.2_1	,767**			
	X2.2_2	,703**			
	X2.3_1	,800**			
	X2.3_2	,759**			
E-Service Quality (X <sub>3</sub> )	X3.1_1	,687**	,197	,000	Valid
	X3.1_2	,703**			
	X3.2_1	,627**			
	X3.2_2	,750**			
	X3.3_1	,634**			
	X3.3_2	,758**			
	X3.4_1	,725**			
	X3.4_2	,693**			
	X3.5_1	,704**			
	X3.5_2	,577**			
	X3.6_1	,623**			
	X3.6_2	,697**			
	X3.7_1	,577**			
	X3.7_2	,707**			
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1_1	,600**	,197	0,000	Valid
	Y1.1_2	,522**			
	Y1.2_1	,577**			
	Y1.2_2	,500**			
	Y1.3_1	,544**			
	Y1.3_2	,563**			
	Y1.4_1	,649**			

Y1.4\_2 ,628\*\*

Hasil uji validitas memberikan hasil yang mana semua item dari setiap variabel *shopping lifestyle* ( $X_1$ ), *sales promotion* ( $X_2$ ) dan *e-service quality* ( $X_3$ ) serta keputusan pembelian ( $Y$ ) mempunyai skor r-hitung lebih besar dari skor r-tabel dan skor signifikan  $< \alpha$  (0,05) sehingga bisa dinyatakan seluruh komponen pernyataan yang dipakai mumpuni untuk melakukan uji selanjutnya.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Penggunaan teknik instrumen dibolehkan apabila memiliki sifat reliabel dan kereliabelan instrumen akan diyakini jika mempunyai hasil cronbach alpha senilai  $> 0,7$ . Berdasarkan pengujian reliabilitas tersebut diperoleh hasil :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
$X_1$	,940	Reliabel
$X_2$	,842	
$X_3$	,908	
$Y$	,704	

Dengan berdasarkan tabel diatas, bisa kita ketahui bahwa seluruh item yang dipakai pada penelitian memiliki skor lebih dari 0,70 nilai *Alpha Cronbach*. Ini menandakan bahwa seluruh item dari setiap variabel yang dipakai pada riset ini bisa diandalkan atau reliabel.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian data pada tahap pengujian asumsi klasik telah memberikan hasil seperti dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
<b>Uji Normalitas</b>	0,798	Sig. $> 0,05$	Data terdistribusi normal
<b>Uji Multikolinieritas</b>	Tolerance VIF		
<i>Shopping Lifestyle</i> ( $X_1$ )	0,617 1,62	Tolerance $> 0,1$ VIF $< 10$	Bebas multikolinieritas
<i>Sales Promotion</i> ( $X_2$ )	0,611 1,64		
<i>E-Service Quality</i> ( $X_3$ )	0,912 1,1		
<b>Uji Heteroskedastisitas</b>			
<i>Shopping Lifestyle</i> ( $X_1$ )	Sig. = 0,335	Sig. $> 0,05$	Bebas heteroskedastisitas
<i>Sales Promotion</i> ( $X_2$ )	Sig. = 0,142		
<i>E-Service Quality</i> ( $X_3$ )	Sig. = 0,646		
<b>Uji Autokorelasi</b>	2,099	1,736 $< DW < 2,264$	Bebas autokorelasi

### 1. Uji Normalitas

Dengan melihat tabel 3 nilai *Asymp.Sig* sejumlah 0,798 lebih tinggi dibanding 0,05. maka bisa dinyatakan data memiliki distribusi dengan normal.

### 2. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 3 bisa dicermati pada seluruh variabel independen yang berawal pada  $X_1$  hingga  $X_3$  mempunyai skor *tolerancenya*  $> 0,10$  dan skor VIFnya (*Variance Inflation Factor*) senilai  $< 10$ . Untuk itu bisa diambil sebuah kesimpulan bahwa seluruh variabel independen yang dipakai pada penelitian adalah bebas multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut tabel 3 bisa dicermati bahwa skor seluruh variabel bebas yaitu *shopping lifestyle* ( $X_1$ ), *sales promotion* ( $X_2$ ) dan *e-service quality* ( $X_3$ ) memiliki skor signifikansi tinggi dibanding 0,05. Hal

tersebut menunjukkan seluruh variabel independen yang berada pada penelitian adalah bebas heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Dilihat dalam tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai hasil uji Durbin-Watson (dw) senilai 2,099 yang mengartikan bahwa model dari regresi yang dipakai tidak ada autokorelasi dikarenakan skor dw berada antara du dan 4-du, yakni skor du (1,736) dan skor 4-du (2,264).

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Agar memahami besar pengaruh *shopping Lifestyle* ( $X_1$ ), *sales Promotion* ( $X_2$ ) dan *e-service* ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto, digunakanlah analisis regresi linier berganda. Sehingga didapat hasil seperti berikut :

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	14,848	1,333
1 <i>Shopping Lifestyle</i>	,120	,023
<i>Sales Promotion</i>	,412	,053
<i>E-Service Quality</i>	,048	,022

Berdasarkan pada hasil regresi linier berganda yang telah tersajikan dalam tabel 4, maka terbentuk persamaan:

$$Y = 14,848 + 0,120X_1 + 0,412X_2 + 0,048X_3$$

Penjelasan terkait persamaan tersebut ialah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) senilai 14,848 mengartikan apabila *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* tidak ada/bernilai nol, keputusan pembelian tidak mengalami kenaikan dan memiliki nilai sebesar 14,848.
- Nilai koefisien variabel *shopping lifestyle* sebesar 0,120, memiliki arti dimana terdapat kenaikan setiap 1 satuan *shopping lifestyle* ( $X_1$ ) berakibat meningkatnya keputusan pembelian (Y) sejumlah 0,120 dengan anggapan variabel lain yang diteliti pada kondisi tetap.
- Nilai koefisien variabel *sales promotion* sejumlah 0,412, memiliki arti dimana terdapat kenaikan 1 satuan *sales promotion* ( $X_2$ ) berakibat meningkatnya keputusan pembelian (Y) sejumlah 0,412 dengan anggapan variabel lain yang diteliti pada kondisi tetap.
- Nilai koefisien variabel *e-service quality* sebesar 0,048, memiliki arti dimana *e-service quality* ( $X_3$ ) apabila terjadi kenaikan 1 satuan maka berakibat meningkatnya keputusan pembelian (Y) sejumlah 0,048 dengan anggapan variabel lain yang diteliti pada kondisi tetap.

#### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk memahami besarnya pengaruh variabel bebas pada variabel terikat dapat dipaparkan dalam koefisien determinasi yang tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary		
Model	R	Adjusted R Square
1	,849 <sup>a</sup>	,712

Dengan melihat tabel 5 nilai (R) senilai 0,849 memiliki hubungan yang sangat kuat berdasar interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2019:248). Nilai adjusted R square senilai 0,712 (71,2%), hal ini memiliki arti variasi maupun perubahan dari keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto sebesar 71,2% disebabkan oleh *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* serta

sisanya sebesar 28,8 disebabkan oleh variabel lainnya yang bukan bagian tipe konseptual yang dilakukan dalam riset ini.

## Uji Hipotesis

### 1. Hasil Uji t

Uji t ialah tahapan ujian yang diterapkan guna memberikan pemahaman apakah variabel dependen (keputusan pembelian) disebabkan oleh setiap aspek variabel independen (*shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality*) secara sendiri (parsial). uji t akan diperlihatkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji-t

Model	t	Sig.
(Constant)	11,139	,000
1 <i>Shopping Lifestyle</i>	5,201	,000
<i>Sales Promotion</i>	7,735	,000
<i>E-Service Quality</i>	2,208	,030

Bersumber hasil uji t pada tabel 6, dapat diuraikan beberapa hal yaitu sebagai berikut :

- Shopping lifestyle* ( $X_1$ ) memiliki t hitung senilai 5,201 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka bermakna H1 diterima. Artinya, *shopping lifestyle* ( $X_1$ ) berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- Sales Promotion* ( $X_2$ ) memiliki t hitung senilai 7,735 dan skor signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan maka bermakna H1 diterima. Yang mana berarti *sales promotion* ( $X_2$ ) berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- E-Service Quality* ( $X_3$ ) memiliki t hitung sejumlah 2,208 dan signifikansi  $0,030 < 0,05$ , maka bermakna H1 diterima. Artinya, bahwa *e-service quality* ( $X_3$ ) berdampak signifikan pada keputusan pembelian (Y).

### 2. Hasil Uji F

Pada hakikatnya untuk memperlihatkan bahwa seluruh variabel independen yang dimuat pada model mempunyai dampak secara bersama-sama pada variabel dependen maka diperlukan uji F yang tersajikan pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji F

	F	Sig.
Regression	82,552	,000 <sup>b</sup>

Dilihat pada tabel 7, dapat dijelaskan bahwa hipotesis keempat yang berbunyi “*shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto” diterima. Dimana diperoleh f hitung senilai 82,552 dengan signifikansi sejumlah  $< 0,05$ .

## PEMBAHASAN

- Tahap uji hipotesis yang dilakukan secara parsial memperlihatkan bahwa *shopping lifestyle* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto yang ditunjukkan dari besarnya t-hitung = 5,201 > t-tabel = 1,985 dan memiliki signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka hipotesis yang mengatakan *shopping lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto diterima. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Maftukhan dan Srihandayani (2017) dimana dinyatakan dengan

tersedianya uang dan waktu untuk berbelanja maka konsumen akan mempunyai kapabilitas untuk berbelanja yang lebih banyak. Adanya gaya hidup berbelanja (*shopping lifestyle*) yang semakin tinggi mampu memberikan dampak meningkatnya keputusan pembelian. Riset ini sejalan dan memperkuat riset yang pernah dilakukan Wahyuni dan Setyawati (2020) dimana ditemukan secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian dengan tiba-tiba pada *e-commerce* Shopee dipengaruhi oleh gaya hidup berbelanja. *Lifestyle* yang terus berkembang menjadikan berbelanja salah satu kegiatan yang digemari oleh konsumen atas tersedianya uang dan waktu yang lebih. Hal ini menimbulkan *shopping lifestyle* yang tinggi, sehingga semakin besar pula kemungkinan terjadinya suatu keputusan pembelian.

2. Pengujian hipotesis secara parsial memberikan hasil yang memperlihatkan bahwa *sales promotion* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto yang ditunjukkan dari besarnya  $t\text{-hitung} = 7,735 > t\text{-tabel} = 1,985$  dan memiliki signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka hipotesis yang mengatakan *sales promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto diterima. Dalam hal ini sejalan dengan pendapat Peter dan Donnelly (2015:122) yang menyatakan bahwa promosi penjualan merupakan kegiatan atau materi untuk menawarkan secara langsung kepada pelanggan, penjual pribadi, atau pengecer untuk membeli suatu produk. Hasil riset ini juga memperkuat hasil riset Tarigan, Sabrina, Syahputri (2020) dimana promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian online (*online purchase decision*). Kemajuan bisnis berbasis aplikasi pembelian online berdampak dengan banyaknya persaingan yang terjadi antar pelaku usaha di bidang bisnis yang sama sehingga makin beragam dan menariknya *sales promotion* yang diberikan akan mendorong terjadinya keputusan pembelian.
3. Pengujian hipotesis secara parsial memberikan hasil yang memperlihatkan keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto dipengaruhi oleh *e-service quality* dimana memiliki dampak positif dan signifikan serta ditunjukkan dari  $t\text{-hitung}$  sebesar  $2,208 > \text{skor } t\text{-tabel} = 1,985$  serta memiliki signifikansi sebesar  $0,030 < 0,05$ . kemudian hipotesis yang mengatakan *e-service quality* berpengaruh pada keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto diterima. Riset ini memiliki hasil yang sejalan dengan pendapat Widiaputri (2018) dimana dinyatakan bahwa *e-service quality* ialah jasa bertema elektronik yang dipakai untuk memfasilitasi aktivitas berbelanja hingga pengiriman produk/jasa secara efektif dan efisien. Riset ini sejalan dengan hasil riset Firdausya dan Oktini (2019) bahwa dalam melakukan kegiatan berdagang secara *online*, baik itu produk barang maupun jasa harus mempertimbangkan aspek kualitas pelayanan yang baik dan menarik agar dapat mempermudah pelanggan dalam berbelanja. Kemajuan bisnis dalam bidang ini tentunya harus menjadi perhatian khusus bagi pelaku bisnis pada bidang yang sama agar berlomba-lomba untuk memberikan kualitas pelayanan baik sehingga akan mendorong terjadinya keputusan pembelian.
4. Pengujian hipotesis secara simultan mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan pada Keputusan Pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto dengan ditunjukkan dari besarnya nilai  $F$  hitung senilai 82,552 serta memiliki signifikansi senilai  $0,000 < 0,05$ . Dimana hipotesis yang mengatakan *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto diterima. Riset ini selaras dengan hasil riset yang dilakukan Wahyuni dan Setyawati (2020), Wirakanda dan Pardosi (2020) serta Fahrevi dan Satrio (2018) yang mengaitkan dalam bisnis di bidang perdagangan khususnya *e-commerce* pastinya memiliki berbagai macam permasalahan yang sangat beragam. Ada beberapa hal yang menjadi pengaruh dalam keputusan pembelian pengguna Tokopedia. Hal ini harus menjadi atensi bagi pelaku bisnis dibidang

yang serupa agar dapat meningkatkan keputusan pembelian pengguna. Pada penelitian ini memfokuskan pada faktor *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality*.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penjabaran data pada bab sebelumnya, dapat didefinisikan bahwa: 1) *Shopping Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto, 2) *Sales Promotion* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto, 3) *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto, 4) *Shopping Lifestyle*, *Sales Promotion*, *E-Service Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto.

## IMPLIKASI

Pelaku bisnis online harus memahami cara berfikir konsumen khususnya masyarakat Desa tentang faktor yang menjadikan pelanggan berpikir untuk melakukan pembelian *online*, Para pembeli terutama masyarakat yang masih awam dan belum begitu mengenal tentang pembelian secara online tidak perlu khawatir karena pembelian secara online dapat dilakukan dengan cara memperhatikan toko online yang memiliki kredibilitas tinggi dan terdapat informasi yang lengkap serta tidak hanya tergiur oleh penawaran yang diberikan oleh para pelaku bisnis.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Peneliti hanya menganalisis 3 variabel bebas yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna aplikasi belanja online yaitu *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality*. Namun dari hasil yang diperoleh dari ketiga penyebab tersebut hanya dapat mempengaruhi 71,2% yang berarti masih terdapat variabel lain sebesar 28.8% yang mempengaruhi keputusan pembelian namun belum dibahas dalam riset ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Diany, A. A. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Media Sosial Instagram Terhadap Pembelian Produk Secara Online Pada Wanita Bekerja Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3), 342–352. <https://doi.org/10.35972/jieb.v4i3.238>
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(3), 1–15.
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 5264–5273. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.994>
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(2), 159–185.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdausya, C. P., & Oktini, D. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Manajemen*, 5(1), 757–763. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/16189>
- Japarianto, E., & Sugiharto, S. (2011). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1).

- <https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.32-41>
- Jayani, D. H. (2019). *Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet*. <https://databoks.katadata.co.id/>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Laurent, F. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 4(2), 95–100.
- Maftukhan, M., & Sri H, C. M. (2017). Shopping lifestyle dan store environment pengaruhnya terhadap keputusan pembelian baju cosmic di surabaya. *Majalah Ekonomi*, Vol.XXII(No.2), 292–304.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Nopriani. (2016). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis ABC (Studi UD. Toko Harapan Besar di Desa Suka Maju DK 4D). *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP*, 3(2).
- Peter, J. P., & Donnelly, H. J. J. (2015). *A Preface To Marketing Management* (14th ed.). Mc Graw-Hill Education.
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone. *IQTISHADequity*, 1(2), 36–46.
- Santoso, A., & Aprianingsih, A. (2017). *The Influence of Perceived Service and E-Service Quality to Repurchase Intention the Mediating Role of Customer Satisfaction Case Study : Go-Ride in Java*. 6(1), 32–43.
- Selly. (2019). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus pada Mahasiswa Semester VI Program Studi Sarjana Manajemen STIE Sultan Agung. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(1), 46–55.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (6 ed.). Prenamedia Group.
- Sri, C., & Aditya, K. (2020). Pengembangan Sistem E-Commerce dalam Peningkatan Strategi Pemasaran Online pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Seminar Nasional Teknologi dan Rekayasa (SENTRA)*, 287–294.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Tarigan, E. D. S., Sabrina, H., & Syahputri, Y. (2020). The Influence of Lifestyle and Sales Promotion on Online Purchase Decisions for Home-Cooked Culinary during COVID-19 in Medan City, Indonesia. *International Journal of Research and Review*, 7(October), 140–144.
- Trisnawati, O. M., & Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 174–184.
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144–154. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.457>
- Widiaputri, Y. S. (2018). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP PERCEIVED VALUE DAN E-CUSTOMER SATISFACTION (Survei pada Pelanggan Go-Ride yang Menggunakan Mobile Application Go-Jek di Kota Malang)*. 61(1), 1–10.
- Yuvita, H., Wahab, Z., & Sulastri. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang). *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 431–446.

## Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo

Mitha Lailatul Nadifah<sup>1</sup>, . Christina Menuk Srihandayani<sup>2</sup>, Noerchoidah<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : nmithalailatul@gmail.com<sup>1</sup>, choidahnoer123@gmail.com<sup>3</sup>

Koresponden : menukch@unipasby.ac.id<sup>2</sup>

### Abstract

*This study aims to analyze and determine the effect of product quality, menu diversity and promotion on purchasing decisions at the Yakini shop Krian Sidoarjo branch. The research method used in this study is a quantitative method. The population and samples used in this study amounted to 120 respondents. In collecting respondent data, the researcher used a non-probability sampling technique with incidental sampling. Data were taken using a questionnaire that was systematically arranged containing several statements. Data analysis used multiple linear regression which had previously been tested for instruments, classical assumption test, t test f test and had fulfilled the requirements. Partial test results show that product quality, menu diversity and promotions have a significant effect on purchasing decisions and simultaneous test results show that product quality, menu diversity and promotions have a significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** Product Quality, Menu Diversity, Promotion And Buying Decision

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas produk, keragaman menu dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 120 responden. Dalam mengumpulkan data responden, peneliti menggunakan teknik pengambilan *non probability sampling* dengan *sampling insidental*. Data diambil menggunakan kuesioner yang disusun secara sistematis berisi beberapa pernyataan. Analisis data menggunakan regresi linier berganda yang sebelumnya sudah dilakukan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji t uji f dan telah memenuhi syarat. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk, keragaman menu dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, keragaman menu dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** kualitas produk, keragaman menu, promosi, keputusan pembelian.

### PENDAHULUAN

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi pelaku usaha yang ada di Indonesia. Di satu sisi, era globalisasi memperluas pasar produk dari pelaku usaha di Indonesia, dan di sisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang semakin ketat baik antara pelaku usaha domestik maupun dengan pelaku usaha asing. Persaingan dalam dunia usaha akan mendorong para pelaku usaha berlomba-lomba agar bisa menjadi pemimpin pasar. Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan strategi-strategi bisnis yang baru agar bisa mempengaruhi pasar dan merebut pangsa pasar yang luas. Namun sering mereka tidak mampu menggunakan keunggulan mereka secara maksimal di lingkungan negara – negara berkembang. Pilihan masyarakat tentunya merupakan sebuah peluang bagi pelaku usaha untuk menciptakan produk yang diinginkan oleh masyarakat, oleh karena itu pelaku usaha harus benar – benar mengerti produk yang seperti apa yang diinginkan oleh konsumen (Suryani, 2011).

Perkembangan bisnis era sekarang dan dulu berbeda, dulu pelaku usaha tidak berkembang seperti ini dan produk yang dijual belum bervariasi seperti sekarang. Berawal dari pola hidup yang serba praktis sehingga berimbas kepada pemuda sekarang. Bahkan dalam hal pemilihan makanan, dan minuman. Makanan dan minuman yang dimaksud merupakan makanan yang selalu dianggap

praktis, dan kekinian bukan makanan tergolong kuno. Hal ini dibenarkan oleh (Adiasih dan Brahmana, 2015), bahwa makanan tradisonal tidak cukup menarik dan berkelas dikalangan muda dan masyarakat pada umumnya. Hal ini ditandai dengan banyaknya usaha kuliner yang berdiri, baik berskala kecil maupun berskala besar. Kondisi ini membuat para pelaku usaha harus mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing. Dalam memenangkan persaingan bisnis, salah satu hal yang dapat dijadikan keunggulan kompetitif dari sebuah usaha adalah keputusan pembelian konsumennya. Tidak mudah untuk memahami proses keputusan pembelian para konsumen. Dalam memilih sebuah produk, konsumen tentu mempertimbangkan unsur – unsur yang ada dalam sebuah produk, seperti desain, warna, ukuran, kemasan, dan lainnya, serta atribut yang tidak berwujud yaitu harga, layanan, dan kualitas. Salah satu yang dianggap ramai dalam persaingan bisnis yang sedang terjadi adalah bisnis Makanan dan Minuman.

Setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi karena kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Peran perilaku konsumen diperlukan untuk mencapai tuntutan dan kebutuhan pasar. Oleh karena itu pelaku usaha perlu mengambil inisiatif untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian melalui informasi yang ditujukan pada konsumen sehingga produk yang ditawarkan teraktualisasi pada keputusan pembelian. Untuk mempertahankan pangsa pasar pelaku usaha terlebih dahulu harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menciptakan produk yang menonjol sehingga memberikan kesan menarik oleh konsumen. Tuntutan sebuah produk yang semakin berkualitas membuat pelaku usaha berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produk. Definisi konvensional dari kualitas adalah sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti kinerja, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika, dan sebagainya.

Dalam definisi strategis kualitas adalah suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki (Sunyoto, 2012:231). Kualitas produk sangatlah perlu ditingkatkan guna meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas yang semakin baik akan semakin banyak konsumen percaya akan suatu produk tersebut dan membelinya.. kualitas dari produk juga memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Keragaman menu adalah sejumlah kategori barang (produk) yang berada di dalam toko, kedai, atau departemen store. Kedai dengan banyaknya jenis barang dagangan (produk) dapat dikatakan mempunyai keluasan yang bagus. Dalam definisi strategis, keragaman menu adalah keragaman mulai dari rasa, ukuran, kualitas, serta ketersediaan produk yang dapat memperluas target pasar dan memenuhi keinginan konsumen. Hal ini karena konsumen memiliki selera yang berbeda-beda Ali waluyo dan Listiyorini (2013). keragaman menu merupakan faktor yang sangat penting untuk dapat memperluas target pasar, dengan adanya keragaman menu yang menarik maka dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarah seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran Dharmamesta dan Irwawan (2010:349). usaha untuk mengenalkan produk produk kepada pasar yaitu dapat dilakukan dengan strategi promosi. Konsep yang dipakai untuk mengenalkan produk yaitu *promotion mix*, kegiatan – kegiatan yang mengkombinasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membeli. Dengan memanfaatkan strategi promosi, pelaku usaha harus mampu mengembangkan bisnisnya dan mampu meningkatkan konsumen untuk melakukan pembelian.

Keputusan pembelian mempunyai arti yaitu keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai, dan harga. Faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yaitu, kualitas produk yang ditawarkan, keberagaman dan kelengkapan menu yang ditawarkan, dan promosi yang ditawarkan. Namun ada hal penting yang harus diketahui pelaku usaha bahwa setiap konsumen memiliki perilaku yang berbeda sehingga belum tentu faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian. (Daryanto, 2011:94)berpendapat bahwa Pada dasarnya keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh motif-motif pembelian dimana bisa karena pembeli

melaksanakan pembelian hanya pertimbangan secara emosional, seperti bangga, sugesti, dan sebagainya. Tetapi juga pembeli membeli secara rasional seperti harganya.

Dari banyaknya kedai minuman yang ada di Sidoarjo, salah satunya berdiri usaha kedai minuman dengan nama Yakini. Kedai Yakini merupakan salah satu kedai yang berdiri sejak 2 Oktober 2018. Pertama kali kedai tersebut didirikan di Sidoarjo tepatnya di daerah Krian, seiring berjalannya waktu outlet kedai Yakini menyebar hingga 3 unit yang tersebar di wilayah Sidoarjo dan Gresik. Waralaba atau *franchise* menjadi konsep bisnis kedai minuman Yakini. Salah satu kedai Yakini berdiri di jln. Kyai Mojo, No 258 Krian sidoarjo. Berdasarkan data penjualan yang diperoleh selama 3 bulan kedai Yakini mengalami penurunan.

Tabel 1 Hasil Penjualan Minuman Kedai Yakini Sidoarjo  
Bulan Januari Tahun 2020

Nama produk	Produk Terjual	Penjualan Kotor	Total
Ice Greantea	152 pcs	Rp. 1,368,000	Rp. 1,368,000
Ice Capucino	129 pcs	Rp. 392,000	Rp. 392,000
Ice Dark Coklat	244 pcs	Rp. 3,591,000	Rp. 1,414,253
Ice Oreo	320 pcs	Rp. 2,880,000	Rp. 2,880,000
Ice Taro	295 pcs	Rp. 3,835,000	Rp. 3,835,000
Ice Redvalvet	240 pcs	Rp. 2,400,000	Rp. 2,400,000
Sunrise Mochacino	20 pcs	Rp. 60,000	Rp. 60,000
Red in love Mochaciatto	48 pcs	Rp. 648,000	Rp. 648,000
Strawberry Machiatto	110 pcs	Rp. 1,756,708	Rp. 1,756,708
Signature Taro Redvalvet	197 pcs	Rp. 2,658,111	Rp. 2,658,111
Candy Machiatto	69 pcs	Rp. 734,400	Rp. 734,400
Ice Meloenade	63 pcs	Rp. 693,000	Rp. 693,000
Watermelon Mojito	35 pcs	Rp. 383,489	Rp. 383,489

Sumber Data: Kedai Minuman Yakini

Agar dapat menarik jangkauan pasar yang lebih luas, maka kedai Yakini membuat beragam menu yang menarik dengan tujuan agar konsumen tertarik untuk membelinya. Banyaknya konsumen yang sudah melakukan pembelian minuman di kedai Yakini, secara tidak langsung mereka ikut menyebarkan dan mempromosikan tentang produk tersebut mulai dari, kualitas produk, keragaman menu, dan promosi dll di sosial media mereka masing – masing, sehingga dapat menarik seseorang untuk mencoba produk tersebut.

### Tinjauan Pustaka

Kualitas Produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kotler dan Keller(2016:164). Sedangkan menurut Mowen (2012:61), kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu produk. Dari pengertian kualitas produk diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan kualitas produk didorong oleh kondisi persaingan yang terjadi antar perusahaan. Dengan adanya perkembangan teknologi saat ini, maka perusahaan berusaha untuk tetap menjaga reputasi dan kualitas dari barang atau produk yang dihasilkan. Karena kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual memiliki nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Sehingga, perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan dan membandingkannya dengan produk pesaing. Menurut Kotler (2016:203) faktor yang digunakan dalam mengukur kualitas produk, yaitu :(1) bentuk, (2) cirri-ciri produk, (3) kinerja, (4) ketepatan atau kesesuaian, (5) daya tahan, (6) keandalan, (7) kemudahan perbaikan, (8) gaya, (9) desain.

Menurut Ali Waluyo dan Listiyorini (2013) keragaman menu adalah keragaman mulai dari rasa, ukuran, kualitas, serta ketersediaan produk yang dapat memperluas target pasar dan memenuhi keinginan konsumen. Hal ini karena konsumen memiliki selera yang berbeda-beda. Menurut Engel et.al (2011) faktor yang digunakan dalam mengukur keragaman menu, yaitu : (1) kelengkapan produk, (2) merek produk, (3) variasi ukuran produk, (4) variasi kualitas produk.

Menurut Dharmamesta dan Irawan (2010:349) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah, yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi merupakan perpaduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sasaran pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan, gabungan dari alat-alat promosi yang dirancang untuk mencapai tujuan serta memberikan informasi yang mengarahkan konsumen untuk terbujuk melakukan pembelian Kotler dan Armstrong (2014:429). Menurut Kotler dan Armstrong (2014:429) indikator promosi ada 5 yaitu : (1) periklanan, (2) penjualan perseorangan, (3) promosi penjualan, (4) hubungan masyarakat, (5) pemasaran langsung.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *peopledan*, *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli Buchari Alma (2013:96). Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusan menimbulkan keputusan pembelian tertentu. Tugas pemasaran adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembeli mulai dari adanya dorongan dari luar hingga munculnya keputusan pembelian pembeli Lembang (2010:14). Menurut Kotler & Armstrong (2016:188) indikator keputusan pembelian yaitu : (1) pilihan produk, (2) pilihan merek, (3) pilihan saluran, (4) waktu pembelian, (5) jumlah pembelian, (6) metode pembayaran.

## METODE

Jenis penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pelanggan di Kedai minuman Yakini Cabang Krian Sidoarjo. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 120 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan jenis teknik *sampling insidental*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, studi kepustakaan dengan mencari referensi yang berhubungan dalam penelitian melalui sumber-sumber yang jelas. Variabel yang diteliti meliputi Kualitas Produk ( $X_1$ ), Keragaman Menu ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) sehingga dapat diketahui pengaruh Keputusan Pembelian ( $Y$ ) 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 25.0 (*Statistik Program For Social Science*)

## HASIL PENELITIAN

### Uji Validitas

Dasar pengambilan keputusan pada uji validitas yaitu jika R-hitung > 0,3 maka pernyataan dapat dikatakan Valid.

Tabel 2  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Uraian	Correlations	Kriteria	Ket.
Kualitas Produk	$X_{1.1.1}$	0,825	0,30	Valid

(X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1.2</sub>	0,803	0,30	Valid	
	X <sub>1.2.1</sub>	0,797	0,30	Valid	
	X <sub>1.2.2</sub>	0,788	0,30	Valid	
	X <sub>1.3.1</sub>	0,801	0,30	Valid	
	X <sub>1.3.2</sub>	0,866	0,30	Valid	
	X <sub>1.4.1</sub>	0,848	0,30	Valid	
	X <sub>1.4.2</sub>	0,873	0,30	Valid	
	X <sub>1.5.1</sub>	0,848	0,30	Valid	
	X <sub>1.5.2</sub>	0,820	0,30	Valid	
	X <sub>1.6.1</sub>	0,804	0,30	Valid	
	X <sub>1.6.2</sub>	0,819	0,30	Valid	
	X <sub>1.7.1</sub>	0,653	0,30	Valid	
	X <sub>1.7.2</sub>	0,643	0,30	Valid	
	X <sub>1.8.1</sub>	0,877	0,30	Valid	
	X <sub>1.8.2</sub>	0,860	0,30	Valid	
	X <sub>1.9.1</sub>	0,857	0,30	Valid	
	X <sub>1.9.2</sub>	0,857	0,30	Valid	
	Keragaman Menu (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1.1</sub>	0,897	0,30	Valid
		X <sub>2.1.2</sub>	0,829	0,30	Valid
X <sub>2.2.1</sub>		0,869	0,30	Valid	
X <sub>2.2.2</sub>		0,719	0,30	Valid	
X <sub>2.3.1</sub>		0,841	0,30	Valid	
X <sub>2.3.2</sub>		0,855	0,30	Valid	
X <sub>2.4.1</sub>		0,901	0,30	Valid	
X <sub>2.4.2</sub>		0,892	0,30	Valid	
Promosi (X <sub>3</sub> )	X <sub>3.1.1</sub>	0,907	0,30	Valid	
	X <sub>3.1.2</sub>	0,907	0,30	Valid	
	X <sub>3.2.1</sub>	0,903	0,30	Valid	
	X <sub>3.2.2</sub>	0,862	0,30	Valid	
	X <sub>3.3.1</sub>	0,952	0,30	Valid	
	X <sub>3.3.2</sub>	0,913	0,30	Valid	
	X <sub>3.4.1</sub>	0,931	0,30	Valid	
	X <sub>3.4.2</sub>	0,917	0,30	Valid	
	X <sub>3.5.1</sub>	0,902	0,30	Valid	
	X <sub>3.5.2</sub>	0,921	0,30	Valid	
Keputusan Pembelian (Y)	Y <sub>1.1</sub>	0,912	0,30	Valid	
	Y <sub>1.2</sub>	0,912	0,30	Valid	
	Y <sub>2.1</sub>	0,896	0,30	Valid	
	Y <sub>2.2</sub>	0,909	0,30	Valid	
	Y <sub>3.1</sub>	0,857	0,30	Valid	
	Y <sub>3.2</sub>	0,891	0,30	Valid	
	Y <sub>4.1</sub>	0,916	0,30	Valid	
	Y <sub>4.2</sub>	0,902	0,30	Valid	
	Y <sub>5.1</sub>	0,904	0,30	Valid	
	Y <sub>5.2</sub>	0,926	0,30	Valid	
	Y <sub>6.1</sub>	0,917	0,30	Valid	
	Y <sub>6.2</sub>	0,914	0,30	Valid	

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver. 25 Pengujian Instrumen (Data Diolah)

Semua item dari semua variabel independen dan dependen mendapatkan nilai *correlations* lebih besar dari 0,3 (*correlations* > 0,3). Sehingga disimpulkan bahwa semua item telah valid.

### Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusannya jika nilai *alpha cronbach* > 0,6 maka pernyataan dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Ket.
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	0,970	0,6	Reliabel
Keragaman Menu (X <sub>2</sub> )	0,945	0,6	Reliabel
Promosi(X <sub>3</sub> )	0,977	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian(Y)	0,980	0,6	Reliabel

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver. 25 Pengujian Instrumen (Data Diolah)

Semua variabel independen dan dependen mendapatkan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 (*cronbach's alpha* > 0,6). Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian yang digunakan telah reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

Berikut Hasil Uji Asumsi Klasik:

Tabel 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil	Keterangan
<b>Uji Normalitas</b>	<i>asympt.sig</i> = 0,064 (> 0,05)	Normal
<b>Uji Multikolinearitas</b>		
Kualitas Produk	VIF = 2,370 (<10)	Bebas Multikolinieritas
Keberagaman Menu	VIF = 1,959 (< 10)	Bebas Multikolinieritas
Promosi	VIF = 1,950 (< 10)	Bebas Multikolinieritas
<b>Uji Autokorelasi</b>	DW = 1,693	Bebas Autokorelasi
<b>Uji Heterokedastisitas</b>		
<i>Scatterplot</i> terlampir	Tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y	Tidak terkena heterokedastisitas

Sumber : Data diolah

#### Uji Normalitas

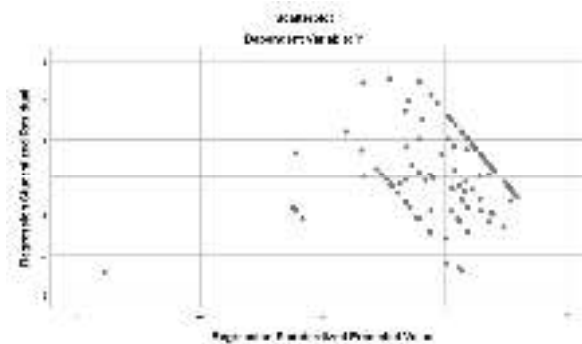
Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu jika nilai *Asymp. 2-Tailed* > 0,05 maka data berdistribusi normal. Dari tabel uji normalitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. 2-Tailed* lebih besar dari 0,05 (0,064 > 0,05). Sehingga dapat disimpulkan model regresi yang digunakan telah berdistribusi normal.

#### Uji multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10 maka dapat dikatakan data bebas multikolinearitas. Dari tabel uji multikolinearitas diatas menunjukkan bahwa nilai *VIF* lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan telah bebas multikolinieritas.

#### Uji heteroskedastisitas

Hasil uji heterosjedastisitas dengan gambar *scatterplot*.



Gambar 1 Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari tabel uji heteroskedastisitas diatas menunjukkan bahwa titik-titik pola pada gambar tersebut tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah bebas dari heteroskedastisitas

### Uji Autokorelasi

Dari tabel uji autokorelasi diatas menunjukkan bahwa nilai DW (Durbin Watson) sebesar 1,693 yang mana nilai tersebut berada diantar 1,5-2,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah bebas autokorelasi.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), keragaman menu ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

Tabel 5 Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	3,821	2,564	
Kualitas Produk	,145	,047	,206
Keragaman Menu	,331	,088	,230
Promosi	,633	,069	,561

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver. 25 Analisis Regresi Linear Berganda

Melalui perolehan analisis persamaan garis regresi dapat ditarik hasil sebagai berikut :

$$Y = 3,821 + 0,145 X_1 + 0,331 X_2 + 0,633 X_3 + e$$

Persamaan garis regresi dari masing-masing variabel diatas dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (a) sebesar 3,821. Artinya apabila kualitas produk ( $X_1$ ), keragaman menu ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) bernilai nol (0), maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan bernilai 3,821.
2. Nilai koefisien kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,145. Artinya apabila nilai kualitas produk ( $X_1$ ) mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,145.
3. Nilai koefisien keragaman menu ( $X_2$ ) sebesar 0,331. Artinya apabila nilai keragaman menu ( $X_2$ ) mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan juga sebesar 0,331.
4. Nilai koefisien promosi ( $X_3$ ) sebesar 0,633. Artinya apabila nilai promosi ( $X_3$ ) mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan juga sebesar 0,633.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil pengujian koefisien determinasi, sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square
-------	---	----------

1	0,884	0,781
---	-------	-------

Sumber: Lampiran Uji Determinasi (Data Diolah)

Dari tabel koefisien determinasi diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,781 atau 78,1%, didapatkan peneliti terletak pada nilai 0,51-0,99. Artinya korelasi yang didapatkan kuat.

### Pengujian Hipotesis

Tabel 7 Hasil Uji t Hipotesis Pertama (H<sub>1</sub>)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,821	2,564		1,490	,139
	Kualitas Produk	,145	,047	,206	3,074	,003

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver. 25 Analisis Regresi Linear Berganda

Sesuai hasil uji t hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) pada tabel 4.17 diatas menunjukkan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 (0,003 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) yang diajukan peneliti diterima. Artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 8 Hasil Uji t Hipotesis Kedua(H<sub>2</sub>)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,821	2,564		1,490	,139
	Keragaman Menu	,331	,088	,230	3,778	,000

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver. 25 Analisis Regresi Linear Berganda

Sesuai hasil uji t hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) pada tabel 4.18 diatas menunjukkan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) yang diajukan peneliti diterima. Artinya keragaman menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 9 Hasil Uji t Hipotesis Ketiga(H<sub>3</sub>)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,821	2,564		1,490	,139
	Promosi	,633	,069	,561	9,237	,000

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver. 25 Analisis Regresi Linear Berganda

Sesuai hasil uji t hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) pada tabel 4.19 diatas menunjukkan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) yang diajukan peneliti diterima. Artinya promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### Uji F

Tabel 10 Hasil Uji F

Model		ANOVA <sup>a</sup>			F	Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square		
1	Regression	4768,896	3	1589,632	137,710	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1339,029	116	11,543		
	Total	6107,925	119			

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver. 25 Analisis Regresi Linear Berganda

Sesuai hasil uji F hipotesis keempat ( $H_4$ ) pada tabel 4.20 diatas menunjukkan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat ( $H_4$ ) yang diajukan peneliti diterima. Artinya Kualitas produk, keragaman menu, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti pada sub-bab sebelumnya, peneliti membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo dengan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ( $0,003 < 0,05$ ). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diah Ernawati (2019), Ahmad et al., (2014) dan Alfred (2013) bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Bahwa keragaman menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo dengan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sanny Hanjaya (2016), Oetomo dan Nughraeni (2011) serta Listiyorini, Waluyo dan Ali (2013) yang menyatakan bahwa keragaman menu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif.

Bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo dengan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mila Yuni Pratiwi (2017) dan Zain (2013), dengan hasil ini penelitian yang menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Bahwa kualitas produk, keragaman menu dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kedai Yakini cabang Krian Sidoarjo dengan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

## SIMPULAN

1. Kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil diperoleh dari pengujian menggunakan uji t nilai signifikan  $< 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dan terbukti kebenarannya.
2. Keberagaman menu mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil diperoleh dari pengujian menggunakan uji t nilai signifikan  $< 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil diperoleh dari pengujian menggunakan uji t nilai signifikan  $< 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dan terbukti kebenarannya.
4. Kualitas produk, keberagaman menu dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil diperoleh dari pengujian uji-F diperoleh nilai signifikan  $< 0,05$ . Dari hasil dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dan terbukti kebenarannya

## IMPLIKASI

Pihak kedai Yakini perlu memperhatikan kualitas produk yang dijual agar kualitas produk terus terjaga baik, selain itu keberagaman menu perlu disesuaikan dengan keinginan pembeli serta selalu meningkatkan promosi agar pembeli mengerti produk yang apa saja yang dijual, dengan memperhatikan semua hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.

## KETERBATASAN PENELITIAN

- a. Jawaban yang diberikan responden terkadang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

- b. Pada saat penyebaran kuesioner terdapat kendala dampak covid 19, yang mengharuskan peneliti, maupun responden harus mematuhi protokol kesehatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin, L. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Store Atmosfir Terhadap Keputusan PembelianKonsumen Pada KFC Mega Mas Manado. *efisiensi*, 15(5).
- Anggraini, E. I., Hidayat, K., & Sunarti, S. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73(1), 118124.
- Antika, Y., & Suprianto, B. (2016). Pengembangan media pembelajaran berbasis prezi sebagai upaya meningkatkan hasil belajar siswa kompetensi dasar aplikasi rangkaian OP AMP mata pelajaran Rangkaian Elektronika Di SMK Negeri 2 Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Teknik Elektro*, 5(2).
- Cahyo, A. N., Hufron, M., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Warung Ketan Ibu'e Amik Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(23).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Genda, N. P. T., & Sastika, W. (2019). Analisis Pengaruh Harga Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Omg Event Asia Kota Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 181-190.
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk pada Ud. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo. *UNEJ e-Proceeding*, 463-482.
- Jufidar, J., Abbas, F., & Safwadi, I. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Merek dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Skuter Metik Merek Honda di Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 3(1), 14-25.
- Mani, J. (2018). Pengaruh Peran Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 2(2), 263-280.
- Minarsih, M. M. (2019). Strategi perusahaan dalam penanganan berkurangnya fokus pegawai di kecamatan GunungPati. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(2), 149-166.

## Pengaruh Harga, Lokasi dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Rumah Sederhana

Vivi Devianti<sup>1</sup>, I Ketut Surabagiarta<sup>2</sup>, Suharyanto<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : [vividevianti98@gmail.com](mailto:vividevianti98@gmail.com)<sup>1</sup>, [suhariyanto@unipasby.ac.id](mailto:suhariyanto@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>

Koresponden : [i.ketut.surabagiarta51@gmail.com](mailto:i.ketut.surabagiarta51@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the influence of Price, Location, and Income on Simple Home Purchase Decisions in Permata Alam Residence Housing. The population in this study was 100 respondents. To determine the number of samples to be taken in this study by using simple random side, with an error rate of 5% then obtained a sample size (n) as many as 80 respondents.*

*The research instrument used in this study is the kuestioner. The data analysis used is Multiple Linear Regression Analysis while the hypothesis testing uses Test t and Test F. The results obtained in this study show that Price, Location, and Revenue have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Based on the results of hypothesis testing using the t test showed Price has a t-count value of 2.816 with a significance level of 0.006, Location has a t-count value of 3.348 with a significance level of 0.001, Income has a t-count value of 2.154 with a significance level of 0.83. While the F test obtained a result of 26,969 with a sign value of 0.000.*

**Keywords: Price, Location, Revenue, Purchase Decision**

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan menganalisa pengaruh Harga, Lokasi, dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Rumah Sederhana di Perumahan Permata Alam Residence. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 Responden. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini dengan cara menggunakan simple random sampling, dengan tingkat kesalahan 5% maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 80 responden.*

*Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuestioner. Analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda sedangkan pengujian hipotesisnya menggunakan Uji t dan Uji F. Hasil yang didapat pada penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Lokasi, dan Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan Harga memiliki nilai t-hitung sebesar 2,816 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006, Lokasi memiliki nilai t-hitung sebesar 3,348 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001, Pendapatan memiliki nilai t-hitung sebesar 2,154 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,83. Sedangkan uji F diperoleh hasil 26,969 dengan nilai sign 0,000.*

**Kata Kunci: Harga, Lokasi, Pendapatan, Keputusan Pembelian**

## PENDAHULUAN

Persoalan perumahan dan permukiman di Indonesia sesungguhnya tidak terlepas dari dinamika yang berkembang dalam kehidupan masyarakat maupun kebijakan pemerintah yang ada. Permintaan rumah dipengaruhi oleh faktor-faktor diantaranya adalah lokasi, pertumbuhan penduduk, pendapatan, kemudahan pendanaan, fasilitas, dan sarana umum. Selain itu juga dipengaruhi harga pasar, selera konsumen serta peraturan perundang-undangan. Seiring dengan gaya hidup atau lifestyle masyarakat modern yang dinamis lebih cenderung membutuhkan rumah dengan berbagai fasilitas seperti tempat ibadah, keamanan, akses lokasi yang mudah dan lokasi yang strategis.

PT. Jaya Safira Propertindo berdiri pada tahun 2017 yang bergerak dibidang Jasa Transportasi dan Property. PT. Jaya Safira Propertindo berlokasi di Ruko Griya Permata Gedung III Blok N1/11 Kec. Gedangan Kab. Sidoarjo. Proyek pertama PT. Jaya Safira Propertindo semenjak berdiri yaitu Pembangunan Perumahan Permata Alam Residence di Gedangan, Sidoarjo. Pada dasarnya harga rumah per unit yang ditawarkan relatif terjangkau bagi masyarakat golongan bawah daripada harga rumah untuk kategori sederhana yang ditawarkan oleh pengembang lainnya, serta lokasi perumahan yang nyaman dan tenang, sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat golongan bawah terhadap perumahan Permata Alam Residence ini. Rumah sederhana yang dimaksud adalah rumah tipe 36/91, yaitu rumah dengan luas bangunan mencapai 36 m<sup>2</sup> dan luas tanah 91 m<sup>2</sup>. Namun, seiring dengan waktu yang berjalan, harga rumah selalu mengalami perubahan karena naiknya harga tanah akibat semakin berkurangnya penggunaan lahan.

Usaha pemerintah melalui pihak pengembang (*developer*) dalam memenuhi kebutuhan perumahan bagi masyarakat perkotaan dengan keadaan ekonomi menengah kebawah terhadap perumahan adalah dikembangkannya program rumah sederhana.

Menurut Sofjan Assauri (2012) Harga merupakan beban atau nilai bagi konsumen, yang didapatkan dengan memperoleh dan menggunakan suatu produk, termasuk biaya keuangan dari konsumsi, disamping biaya sosial yang bukan keuangan, seperti dalam bentuk waktu, upaya, psikis, risiko, dan prestise atau gengsi social.

Menurut Machfoedz (2005) "Tujuan penetapan harga meliputi (1.) Orientasi laba: mencapai target baru, dan meningkatkan laba; (2.) Orientasi penjualan: meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar dari perusahaan.

Menurut Dengah et al, 2013 lokasi adalah Jarak menuju tempat kerja, tempat hiburan, dan fasilitas umum sebagai motif efisiensi waktu dan biaya transportasi merupakan faktor ekonomi yang menjadi pertimbangan konsumen di dalam memilih lokasi rumah yang dimaksud.

Dalam analisis mikro ekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi sumber daya alam, tenaga kerja dan modal yang masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan laba secara berurutan.

Pendapatan masyarakat merupakan cermin atau gambaran utama dari daya beli masyarakat, sehingga akan mempengaruhi permintaan barang dari segi kuantitaas maupun kualitas. Masyarakat yang memiliki pendapatan setiap bulannya yang tinggi akan berbeda jenis dan jumlah barang yang dibeli atau diminta karena pendapatan sangat mendukung barang-barang yang diinginkan sesuai dengan daya belinya.

Pada tingkat pendapatan masyarakat yang tinggi, permintaan barang dan jasa akan mengalami peningkatan. Transaksi akan berjalan dengan lancar, distribusi ekonomi lancar karena masyarakat mengalami kecukupan untuk membeli barang sesuai permintaannya. Sebaliknya pada tingkat pendapatan masyarakat yang rendah, permintaan barang dan jasa akan mengalami penurunan.

Menurut Alma (2011), keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut Swastha dan Handoko (2011) berpendapat bahwa lima peran individu dalam sebuah keputusan membeli, yaitu:

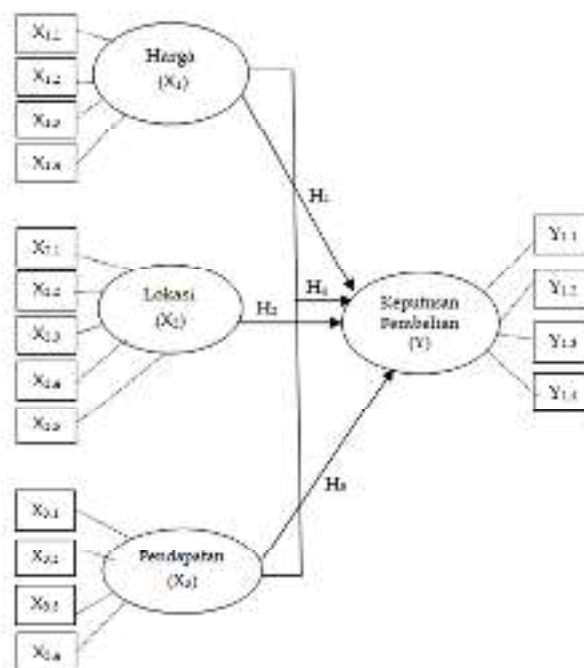
- 1) Pengambilan inisiatif (*initiator*),
- 2) Orang yang mempengaruhi (*influencer*),
- 3) Pembuat keputusan (*decider*),
- 4) Pembeli (*buyer*),
- 5) Pemakai (*user*)

### Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka rumusan masalah yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?
- 2) Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?
- 3) Apakah pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?
- 4) Apakah harga, lokasi dan pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Perumahan Permata alam Residence?

### KERANGKA KONSEPTUAL



Variabel bebas :

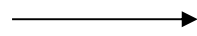
1. Harga (X<sub>1</sub>)
2. Lokasi (X<sub>2</sub>)
3. Pendapatan (X<sub>3</sub>)

**Gambar 1**  
Kerangka Konseptual

Variabel Terikat

1. Keputusan Pembelian

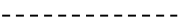
Garis parsial



Garis Simultan



Garis indikator



### Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yaitu :

- H1 : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah sederhana di Perumahan Permata Alam Residence
- H2 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah sederhana di Perumahan Permata Alam Residence
- H3 : Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sederhana di Perumahan Permata Alam Residence
- H4 : Harga, Lokasi, dan Pendapatan berpengaruh simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian rumah sederhana di Perumahan Permata Alam Residence

### METODE

#### Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini, yaitu peneliti mengambil seluruh konsumen yang memiliki unit rumah sederhana di Permata Alam Residence sebanyak 100 responden. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini dengan cara menggunakan *simple random sampling*, dengan tingkat kesalahan 5% maka diperoleh ukuran sampel (n) sebanyak 80 responden.

#### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan pengambilan sampel non-probabilitas. Sampel non-probabilitas yang digunakan adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016:85) Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah memiliki unit rumah sederhana di Permata Alam Residence yang terletak di Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo.

#### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data subyek. Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, yang nantinya didapatkan berupa angka. Dari angka yang diperoleh selanjutnya akan di analisis lebih lanjut.

Dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber data, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Primer

Data primer adalah sebuah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang memutuskan membeli unit rumah sederhana di Permata Alam Residence yang terletak di Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo.

##### 2. Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian yang berasal dari literatur, artikel, dan berbagai sumber lainnya yang berubungan dengan penelitian tersebut,

Dalam penelitian ini data diperoleh dari Konsumen Perumahan Permata Alam Residence di Sidoarjo.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan Skala Likert.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah kantor PT. Jaya Safira Propertindo yang beralamat di Ruko Griya Permata Gedangan III Blok N1/11 Desa Keboananom, Kec. Gedangan, Kab. Sidoarjo.

Pelaksanaan pengumpulan data dimulai bulan Januari 2021 sampai dengan Maret 2021.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Pengujian Instrumen Penelitian**

Untuk mengetahui hasil penelitian, diperlukan instrumen yang valid dan reliable. Valid yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, serta hasil penelitian bisa dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Secara rinci hasil pengujian instrumen penelitian disajikan, sebagai berikut:

#### **Uji Validitas**

Valid yang berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan alat ukur program statistic product and service solution (SPSS). Dasar analisis yang dipergunakan untuk pengujian validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka variabel tersebut valid.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

**Tabel 2. Uji Validitas**

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa setelah melakukan perhitungan uji validitas dari hasil tersebut menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka semua item dari setiap pernyataan dinyatakan valid.

#### **Uji Reliabilitas**

Hasil penelitian bisa dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.

Variabel	Item	Correlated item - Total Correlations	r Tabel	Ket
HARGA (X1)	X1.1	.721	0.2100	VALID
	X1.2	.578	0.2100	VALID
	X1.3	.562	0.2100	VALID
	X1.4	.909	0.2100	VALID
	X1.5	.607	0.2100	VALID
	X1.6	.723	0.2100	VALID
	X1.7	.477	0.2100	VALID
	X1.8	.750	0.2100	VALID
LOKASI (X2)	X2.1	.830	0.2100	VALID
	X2.2	.760	0.2100	VALID
	X2.3	.607	0.2100	VALID
	X2.4	.791	0.2100	VALID
	X2.5	.734	0.2100	VALID
	X2.6	.769	0.2100	VALID
	X2.7	.781	0.2100	VALID
	X2.8	.653	0.2100	VALID
	X2.9	.714	0.2100	VALID
	X2.10	.646	0.2100	VALID
PENDAPATAN (X3)	X3.1	.342	0.2100	VALID
	X3.2	.667	0.2100	VALID
	X3.3	.787	0.2100	VALID
	X3.4	.451	0.2100	VALID
	X3.5	.789	0.2100	VALID
	X3.6	.612	0.2100	VALID
	X3.7	.802	0.2100	VALID
	X3.8	.571	0.2100	VALID
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	Y.1	.690	0.2100	VALID
	Y.2	.701	0.2100	VALID
	Y.3	.746	0.2100	VALID
	Y.4	.488	0.2100	VALID
	Y.5	.698	0.2100	VALID
	Y.6	.897	0.2100	VALID
	Y.7	.776	0.2100	VALID
	Y.8	.873	0.2100	VALID

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa setelah melakukan perhitungan uji validitas dari hasil tersebut menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka semua item dari setiap pernyataan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Hasil penelitian bisa dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.

**Tabel 3. Uji Reliabilitas**

Variable	Nilai alpha cronbach	Nilai kritis	Keterangan
Harga (X1)	,790	0,6	Reliable
Lokasi (X2)	,891	0,6	Reliable
Pendapatan (X3)	,790	0,6	Reliable
Keputusan pembelian (Y)	,823	0,6	Reliable

Dari tabel 3 diatas diperoleh nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha dengan menggunakan program SPSS versi 20, pada variable Harga (X1) sebesar 0,790, variable Lokasi (X2) sebesar 0,891, variable Pendapatan (X3) sebesar 0,790, dan variable Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,823. Dari semua variable koefisien reliabilitas cronbach alpha lebih dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan atau instrument kuesioner yang digunakan sangat reliable.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga, Lokasi dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian, selain itu analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

**Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.678	3.207		1.147	.255
1 HARGA	.302	.111	.305	2.713	.008
LOKASI	.365	.097	.421	3.739	.000
PENDAPAT	.110	.077	.120	1.425	.158
AN					

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel 4 diatas, didapatkan model persamaan regresi sebagai berikut :  

$$Y = 3,678 + 0,302X_1 + 0,365X_2 + 0,110X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 3.678  
Menunjukkan bahwa jika koefisiensi regresi pada konstanta adalah sebesar 3,678. Artinya apabila Harga, Lokasi dan Pendapatan nilainya adalah 0 maka keputusan pembelian meningkat sebesar 3,678.
2. Nilai koefisien variable Harga (X1) sebesar 0,302.  
Artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Harga (X1) akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,302.
3. Nilai koefisien variable Lokasi (X2) sebesar 0,365.  
Artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Lokasi (X2) akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,365.
4. Nilai koefisien variable Pendapatan (X3) sebesar 0,110.  
Artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Pendapatan (X3) maka akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,110.

### Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Untuk pengujian hipotesis pertama dilakukan secara parsial dengan menggunakan Uji t sebagai berikut :

**Tabel 6. Uji t Parsial**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.	
	Unstandardized	Standardized			
	Coefficients Std. Error	Coefficients Beta			
(Constant)	3,419	3,322	1,029	,307	
HARGA (X1)	,323	,115	,320	2,816	,006
1 LOKASI (X2)	,334	,100	,377	3,348	,001
PENDAPATAN (X3)	,139	,079	,150	2,154	,083

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Berdasarkan tabel 6 tersebut bisa disimpulkan bahwasanya tingkat signifikan seluruh variabel  $<0,05$  jadi dapat dipastikan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

#### Uji Hipotesis secara Simultan (uji F)

Untuk pengujian hipotesis kedua, dilakukan secara parsial dengan menggunakan Uji F sebagai berikut :

**Tabel 7. Uji F Simultan**

Model	ANOVA <sup>a</sup>				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	541.929	3	180.643	26.969	,000 <sup>b</sup>
1 Residual	509.058	76	6.698		
Total	1050.987	79			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, LOKASI, HARGA

Berdasarkan Tabel 7 Uji F Parsial diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh Harga (X1), Lokasi (X2), dan Pendapatan (X3) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan nilai F hitung  $26,969 > F$  Tabel 2,72, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh Harga (X1), Lokasi (X2) dan Pendapatan (X3) secara simultan terhadap Keputusan pembelian (Y).

## HASIL PENELITIAN

### Pembahasan

#### **Harga (X1) berpengaruh terhadap variable Keputusan Pembelian (Y)**

Hasil analisis variable Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y), yang artinya harga yang diterima oleh konsumen akan menimbulkan suatu keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Anissa Budi Utami, dkk (2016), Muhammad Taufik R. A, dkk (2017), Hakam Hafaris P (2020), Rani Puspa, dkk (2017), Febriano Clinton Polla, dkk (2018), Asral Dan Djumarno (2017), Niko Arrizal Muttaqin (2018) berdasarkan hasil yang telah diuji pengaruh antar variable menunjukkan variable Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap variable Keputusan Pembelian (Y).

#### **Lokasi (X2) berpengaruh terhadap variable Keputusan Pembelian (Y)**

Hasil analisis variable Lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), yang artinya lokasi yang ditentukan dalam proses pembelian akan membantu konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Anissa Budi Utami, dkk (2016), Muhammad Taufik R. A dan Khuzaini (2017), Rani Puspa, dkk (2017), Grace Marleen Wariki, dkk (2015), Febriano Clinton Polla, dkk (2018) berdasarkan hasil yang telah diuji pengaruh antar variable menunjukkan variable Lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap variable Keputusan Pembelian (Y).

#### **Pendapatan (X3) berpengaruh terhadap variable Keputusan Pembelian (Y)**

Hasil analisis variable Pendapatan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), yang artinya tingginya pendapatan yang dimiliki oleh konsumen akan membawa dampak akan keinginan untuk memiliki rumah yang mampu mendukung gengsi dan kepentingan pribadi di masa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Anissa Budi Utami, dkk (2016), Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto Iskandar (2018), Hakam Hafaris P (2020) berdasarkan hasil yang telah diuji pengaruh antar variable menunjukkan variabel Pendapatan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variable keputusan Pembelian (Y).

#### **Harga (X1), Lokasi (X2), dan Pendapatan (X3) berpengaruh terhadap variable Keputusan Pembelian (Y)**

Diperoleh analisis bahwa variable Harga (X1), Lokasi (X2), dan Pendapatan (X3) yang diuji secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) berpengaruh signifikan. Artinya Harga, Lokasi, dan Pendapatan yang sesuai dan baik dengan produk yang dihasilkan atau yang diterima oleh konsumen maka akan menimbulkan suatu Keputusan Pembelian (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Anissa Budi Utami, dkk (2016), Muhammad Taufik R. A dan Khuzaini (2017), Rani Puspa, dkk (2017), Hakam Hafaris P (2020).

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang mengacu pada tujuan penelitian, hipotesis dan model analisa, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Adanya keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat , serta daya saing harga yang dihasilkan atau di terima konsumen maka akan menimbulkan suatu keputusan pembelian.
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Adanya akses yang mudah di jangkau dan berada dekat dengan kawasan tempat bisnis maka akan mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

3. Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Adanya alokasi pendapatan untuk pembelian rumah, pekerjaan sampingan untuk menambah pendapatan konsumen sehingga menimbulkan pengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Harga, Lokasi, dan Pendapatan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya keterjangkauan harga, akses yang mudah dijangkau, dan alokasi pendapatan untuk membeli rumah maka akan menimbulkan pengaruh untuk memutuskan pembelian pada produk tersebut.

### IMPLIKASI

Dari hasil penelitian ini diharapkan untuk pihak PT. Jaya Safira Propertindo agar mempertahankan dan meningkatkan hasil yang sudah baik, juga melakukan evaluasi dan memperhatikan hal-hal yang kurang dalam instrumen penelitian, sehingga dapat di jadikan arahan kebijakan di masa depan.

### KETERBATASAN PENELITIAN

1. Kurang luasnya sampel penelitian sehingga kemungkinan adanya data yang belum sepenuhnya diambil dalam sebuah lingkungan penelitian tersebut.
2. Kemungkinan adanya kesalahan yang ditimbulkan oleh para informan karena kurangnya tingkat pemahaman tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeth.
- Annisa Budi Utami, F. Z. (Oktober 2015). Pengaruh Harga, pendapatan, dan Lokasi terhadap keputusan Pembelian rumah di D'Kranji Residence tahap II. *Epigram Vol. 12 No. 2*.
- Armstrong, d. K. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi kesembilan Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing Edisi 1 Cet. 1*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu Swasta, D. d. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Dharmmesta, B. d. (1982). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Heni Wijayanti, Cristina Menuk Sri Handayani. 2015. Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite Pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto. *Majalah Ekonomi, Volume XX, No.1. Juli 2015 No ISSN 1411-9501*.
- Asral, A., & Djumarno, D. Pengaruh Produk, harga, lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Perumahan Greenhill Residences Jati Asih Bekasi. *Swot*, 7(1), 279563.
- Hamdani., L. d. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Handoko, B. S. (2004). *Manajemen Permasaran - Perilaku Konsumen Edisi ketiga Belas*. Yogyakarta.
- Harjanto, D. (2016). *Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian rumah pada CV. Interhouse Design*.
- Ali, M. T. R., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).

- Muttaqin, N. A. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di PT. Kinansyah Adi Jaya Land (Perumahan Kaliurang Green Garden Jember).
- Kotler, P. &. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 & 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnadi. (2000 : 9). *Akuntansi Keuangan menengah (intermediate) : Prinsip, Prosedur, dan Metode*.

## PENGARUH BUDAYA KERJA, PENGAWASAN, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP DISIPLIN KERJA

Siti Sarifah<sup>1</sup>, Moch. Munir Rachman<sup>2</sup>, Edy Sulistiyawan<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>  
Email : [sitisarifah239@gmail.com](mailto:sitisarifah239@gmail.com)<sup>1</sup>, [edy.s@unipasby.ac.id](mailto:edy.s@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>  
Koresponden : [hnn\\_munir@yahoo.com](mailto:hnn_munir@yahoo.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*The purpose of this research as knowledge to analyze the impact of work culture, supervision and work motivation toward discipline of employee work at PT. Sawunggaling Karya Kontruksi Sidoarjo. Samples were taken as many as 80 employees using the saturated sample method because the entire population was used to become respondents in this research. Data is collected through the distribution of questionnaires. Research shows the work culture, and supervision can affect partial and significant work discipline, while occupational motivational variables can affect partial and significant job discipline. With a variable culture of t-count 3.688 at sig 0,000 value, supervision of tcount 2.092 with a sig 0.040 value, a t-count's working work motivation of 2.990 with a sig 0.004. While simultaneous test f results are 63,875 with a value of sig 0,000.*

**Keyword s:** *work culture, supervision, work motivation and work discipline.*

### ABSTRAK

*Tujuan penelitian sebagai pengetahuan untuk menganalisis pengaruh budaya kerja, pengawasan dan motivasi kerja terhadap disiplin kerja karyawan pada PT. Sawunggaling Karya Kontruksi di Sidoarjo. Sampel yg diambil sebanyak 80 karyawan dengan menggunakan metode sampel jenuh karena menggunakan seluruh populasi untuk menjadi esponden dalam penelitian ini. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner . Hasil penelitian menunjukkan budaya kerja, dan pengawasan dapat mempengaruhi secara parsial dan signifikan terhadap disiplin kerja, sedangkan variabel motivasi kerja dapat mempengaruhi secara parsial dan signifikan terhadap disiplin kerja. Dengan hasil variabel budaya kerja thitung sebar 3,688 dengan nilai sig 0,000, Pengawasan thitung sebesar 2,092 dengan nilai sig 0,040, Motivasi kerja thitung sebesar 2,990 dengan nilai sig 0,004. Sedangkan uji F simultan diperoleh hasil 63,875 dgn nilai sig 0,000.*

**Kata kunci :** *budaya kerja, pengawasan, motivasi kerja dan disiplin kerja.*

### PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan hal yg paling penting untuk diperhatikan, karena ditangan manusialah tujuan perusahaan atau organisasi dapat dicapai dengan baik. Jadi untuk mencapai itu semua diperlukan sumber daya manusia yang memiliki disiplin kerja yg tinggi disiplin yang baik mencerminkan besarnya tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugas yg diberikan.

Disipin kerja ialah proses seorang yang mengontrol perilaku dlm menaati aturan dan upaya meningkatkan kualitas kerja. Proses ini didalam diri seseorang yang mewujudkan sikap dan perilaku disiplin melibatkan proses pemahaman terhadap peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan atau

instansi. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan disiplin kerja perilaku konsisten yang menunjukkan kesediaan untuk taat pada ketertiban terhadap peraturan sebagai upaya meningkatkan kualitas dan kinerja. Namun kenyataan yang terjadi masih terdapat beberapa karyawan yang belum menunjukkan disiplin kerja yang tinggi. Sehingga permasalahan yg dihadapi PT. Sawunggaling Karya Kontruksi di Sidoarjo perlu mendapatkan perhatian yang serius agar fenomena yang belum menunjukkan disiplin kerja yang tinggi lebih dini (menurut Guffr dan helms 2001).

Salah satu kendala yang menjadikan permasalahan PT. Sawunggaling Karya kontruksi di Sidoarjo tersebut adalah masalah budaya kerja. Menurut Suparyadi (2015:465), menyatakan budaya kerja merupakan nilai-nilai, yang dimiliki oleh individu maupun kelompok masyarakat baik sebagai individu maupun sebagai bagian dari sebuah organisasi, yang membentuk sikap dan mendorong individu tersebut selalu berperilaku tertentu dalam bekerja. Budaya kerja yang membantu organisasi memberikan kepastian bagi anggotanya untuk berkembang bersama organisasi, sedangkan budaya lemah tidak akan mampu mendorong karyawan bersama perusahaan.

## METODE

Populasi yang dijadikan untuk penelitian ini adalah PT. Sawunggaling Karya Kontruksi di Sidoarjo. Sampel yang diambil sebanyak 80 responden. teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan *non-probability* sampling dgn menggunakan sampel jenuh.

Penelitian yang berada dilokasi di PT. Sawunggaling Karya Kontruksi Sidoarjo, penelitian dilaksanakan selama 3 bulan dari bulan Januari-Maret 2021 yang beralamat Sambikerep, Jemundo, Kec. Taman Kabupaten Sidoarjo.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data Penelitian

#### Pengujian Hipotesis

Tabel 3.  
Uji t Parsial

Standardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	0.150	.0
BUDAYA KERJA (B2)	0.899	.0
PENGARAHAN (B3)	2.082	0.040
MOTIVASI KERJA (B4)	1.320	0.006

Berdasarkan hasil pada gambar diatas jika tingkat signifikan <0,05 maka sudah dipastikan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap disiplinkerja.

Tabel 4.  
Uji F Simultan

	F	Sig.
Regresikan	99.875	.000 <sup>a</sup>

Berdasarkan hasil gambar diatas dapat diketahui bahwa nilai Fhitung = 63.875 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel budaya kerja (X1), pengawasan (X2), motivasi kerja (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Disiplin Kerja (Y).

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh budaya kerja secara signifikan berpengaruh terhadap disiplin kerja yg berarti semakin baik penerapan budaya kerja yang semakin tinggi tingkat disiplin kerja pada PT. Sawunggaling Karya Kontruksi. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Nur Rohma Aini (2018) & Nurul Novermina, dkk (2020), menyatakan bahwa budaya kerja secara signifikan berpengaruh terhadap disiplin kerja yg memiliki arti semakin baik penerapan budaya kerja maka semakin tinggi tingkat disiplin kerja karyawan PT. Sawunggaling Karya Kontruksi. Hal ini dgn penelitian yg dilakukan oleh Widi Agustina dan Lia Bismaldan (2014), menyatakan pengawasan berpengaruh signifikan terhadap disiplin kerja karyawan PT. Sawunggaling Karya Kontruksi. Dan penelitian ini yang dilakukan oleh diah puspaningrum, setyo adji, dkk (2019), menyatakan motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap disiplin kerja karyawan PT. Sawunggaling Karya Kontruksi.

## **SIMPULAN**

- 1) budaya kerja berpengaruh signifikan terhadap disiplin kerja karyawan PT. Sawunggaling Karya Kontruksi.
- 2) pengawasan berpengaruh signifikan terhadap disiplin kerja karyawan pada PT. Sawunggaling Karya Kontruksi
- 3) motivasi kerja berpengaruh terhadap disiplin kerja karyawan pada PT. Sawunggaling Karya Kontruksi.
- 4) budaya kerja, pengawasan, motivasi kerja berpengaruh signifikan secara simultan terhadap disiplin kerja karyawan pada PT. Sawunggaling Karya Kontruksi.

## **IMPLIKASI**

Bagi PT. Sawunggaling Karya Kontruksi Sidoarjo supaya tetap mempertahankan budaya kerja dan pengawasan sehingga para karyawan mempunyai disiplin yang lebih baik lagi. Pentingnya meningkatkan motivasi kerja para karyawan untuk meningkatkan disiplin kerja agar tujuan perusahaan bisa tercapai.

## **KETERBATASAN PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada satu tempat saja yaitu di PT. Sawunggaling karya Kontruksi di Sidoarjo. Variabel penelitian terbatas hanya menggunakan 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Jumlah sampel yang diteliti hanya mengambil 80 responden karyawan PT. Sawunggaling Karya Kontruksi Sidoarjo.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber dari Artikel

- Hasibuan, M,S,P. 2006. manajemen sumber daya manusia. Edisi Revisi Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Henry, S. 2004. Pengaruh Lingkungan kerja, Disiplin Kerja & Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil di Sekretariat DPRD Kabupaten Madiyn. *Jurnal JIBEKA*, Vol, No.1
- Nur Rohma Vaikatul Aini (2018). Pengaruh Penerapan Absensi Fingerprint & Budaya Kerja terhadap Disiplin Kerja Karyawan Pada PT. Forin Transbuana Logistic Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, ISSN : 2461-0593.
- Nurul Noverina, Arik Susbiyani & Abadi Sanosra (2020). Pengaruh Beban Kerja & Budaya Kerja terhadap Disiplin Kerja & Kinerja Pegawai. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*. Vol 10. No. 2, Hal 177-186.
- sudaryo yoyo, dkk, (2018). Manajemen Sumber daya manusia, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Triguna.2004. budaya krja, menciptakan lingkungan Yg kondusif untuk Meningkatkan Produktifitas krja. Jarkarta: PT. Golden Trayon, Hal 33.
- Widia Agustina, lila Bismala 2014. Dampak Pengawasan & Kepuasan Kerja Dlm Mempengaruhi Disiplin Kerja Karyawan PT. Perkebunan Nusantara IV (persero) Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisns*. Vol 14, No. 1.

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KEDAI GUBOG KOPI

Roobi'atul Adawiyah<sup>1</sup>, Moch. Munir Rachman<sup>2</sup>, Edy Sulistiyawan<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : [adawiyahada@gmail.com](mailto:adawiyahada@gmail.com)<sup>1</sup>, [edy.s@gmail.com](mailto:edy.s@gmail.com)<sup>3</sup>

Koresponden : [hnn\\_munir@yahoo.com](mailto:hnn_munir@yahoo.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*This research analyzes whether there is an effect of product quality, service quality and atmosphere on customer satisfaction at Kedai Gubog Kopi Menganti. The sample used is a number of 88 respondents. According to the results of product quality testing, the tcount was 3.132 and sig.002, the service quality was 2.878 and sig.005, the atmosphere got a tcount of 2.102 and sig. , 039. In simultaneous testing, it was obtained Fcount 65.486 and sig. , 000.*

**Keyword:** Product quality, service quality, atmosphere, customer satisfaction.

### ABSTRAK

*Riset ini menganalisa apakah terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Gubog Kopi Menganti. Adapun sampel yang dipakai yakni sejumlah 88 responden. Sesuai hasil pengujian kualitas produk didapatkan hasil  $t_{hitung}$  sebesar 3.132 serta sig.002, kualitas pelayanan diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2.878 serta sig.005, suasana mendapatkan  $t_{hitung}$  sebesar 2.102 serta sig. ,039. Pada pengujian simultan didapat  $F_{hitung}$  65.486 serta sig. ,000.*

**Kata kunci:** Kualitas produk, kualitas pelayanan, suasana, kepuasan pelanggan.

## PENDAHULUAN

Saat ini sektor bisnis telah tumbuh serta mengalami pergeseran budaya dengan sangat cepat, seiring meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa. Masyarakat saat ini juga sudah mengalami kebiasaan yang berbeda dari waktu sebelumnya, kini masyarakat cenderung lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan atau minuman cepat saji, dari sinilah produsen harus dapat menjawab keresahan yang sedang *trend* dikalangan masyarakat, apabila hal tersebut mampu untuk disikapi dengan baik akan memberikan keuntungan. Produsen harus dapat berinovasi dalam mengolah produk, produk yang memiliki ciri khas dari produsennya sendiri akan memberi kesan yang menarik bagi pelanggannya.

Selain melakukan inovasi produk yang dapat dijadikan strategi produsen dalam menggaet pelanggan sebanyak-banyaknya, hal lain yang terus diperhatikan ialah kualitas pelayanan yang prima yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha, saat ini pelayanan telah menjadi komponen penting bagi setiap usaha agar dapat bertahan dari sengitnya persaingan, pelayanan harus selalu ditingkatkan dari waktu ke waktu, hal tersebut juga harus didasarkan evaluasi yang dilakukan secara berkala, pelaku usaha harus mendengar segala kritik serta saran dari pelanggan perihal kekurangan yang masih dirasakan ketika berkunjung.

Selain itu, perlunya memperhatikan perihal suasana yang ada di tempat usaha, suasana sangat vital peranannya dalam segi menciptakan kenyamanan yang dirasakan oleh para pelanggan, pelanggan akan menilai secara langsung hal tersebut, sehingga pelaku usaha harus memperhatikan dengan detail, suasana tempat usaha harus kondusif serta segala penataan tempat diatur dengan rapi, dengan kondisi yang enak dilihat otomatis pelanggan akan senang saat berkunjung serta menikmati suasana bersantai dengan nyaman.

Kepuasan pelanggan sebagai komponen utama dari tujuan para pelaku usaha, strategi yang matang harus dilakukan dengan penuh hati-hati dan maksimal agar kepuasan pelanggan dapat tercapai, saat ini dalam menyikapi perilaku pelanggan harus dilakukan dengan ketelitian, kepuasan serta ketidakpuasan yang terjadi pada para pelanggan akan menjadi hasil evaluasi dari produk yang telah dirasakan.

Sebagaimana fenomena bisnis kedai atau cafe yang mulai bermunculan dari cafe *brand* lokal maupun *brand* ternama. Dahulu kedai atau cefe berfungsi hanya untuk bersantai di akhir pekan, tetapi saat ini menjadi tempat berkumpul bagi masyarakat. Hal ini disebabkan perilaku konsumen akan gaya hidup *modern* serta aktivitas diluar rumah dan menjadi peluang bagi pelaku bisnis café atau kedai untuk semakin berinovasi dan kompetitif dalam berbisnis.

Menurut Tjiptono dalam (Yafie, Suharyono, & Abdillah, 2016) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan ialah hasil evaluasi ketidaksesuaian yang diterima oleh konsumen setelah konsumen merasakan produk yang digunakan. Dengan hal tersebut kepuasan pelanggan merupakan tujuan

dan sasaran dalam menciptakan keinginan konsumen dalam menarik minat pelanggan untuk datang kembali.

Menurut Levy dan Weitz dalam (Ilham, 2019) Suasana ialah lingkungan yang tercipta sesuai dengan desain cahaya, warna, music dan aroma yang berpengaruh terhadap pelanggan dalam berkunjung. Seperti halnya dengan memberikan suasana yang nyaman lengkap dengan fasilitas secara tidak langsung mempengaruhi konsumen untuk berlama-lama dan terciptanya rasa puas pada konsumen. Suasana bagian strategi yang saat ini dilakukan sebagian usaha kedai atau cafe dalam menarik minat konsumen dalam berkunjung dengan memberikan suasana yang unik, menarik dan kekinian dengan memberikan Spot foto yang merupakan kebutuhan konsumen saat ini dalam berkunjung di suatu tempat. Dengan hal tersebut menjadi cara bagi pemilik usaha dalam meyakinkan konsumen mengenai kepuasan melalui suasana.

### **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Gubog Kopi Menganti?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Gubog Kopi Menganti?
3. Apakah suasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Gubog Kopi Menganti?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Gubog Kopi Menganti?

### **METODE PENELITIAN**

Riset dilakukan dengan memakai pendekatan eksplanatori, Populasi yang dipakai yakni 750 konsumen Kedai Gubog Kopi Menganti dari bulan Oktober 2020 sampai November 2020 dengan sampel yang ditetapkan sejumlah 88 responden.

### **INSTRUMEN PENELITIAN**

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang bersifat tertutup. Terdapat beberapa pernyataan yang nantinya responden diperintahkan memilih salah satu jawaban disetiap pernyataan yang sesuai dengan keadaan di Kedai Gubog Kopi Menganti.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Validitas

1. Kualitas Produk ( $X_1$ )  
Hasil penelitian uji validitas Kualitas Produk dari *Corrected Item Total Correlation* sejumlah 15 pernyataan terbukti valid dengan hasil nilai  $> 0.3$ .
2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )  
Hasil penelitian uji validitas Kualitas Pelayanan dari *Corrected Item Total Correlation* sejumlah 15 pernyataan terbukti valid dengan hasil nilai  $> 0.3$ .
3. Suasana ( $X_3$ )  
Hasil penelitian uji validitas Suasana dari *Corrected Item Total Correlation* sejumlah 12 pernyataan terbukti valid dengan hasil  $> 0.3$
4. Kepuasan Pelanggan (Y)  
Hasil penelitian uji validitas Kepuasan Pelanggan dari *Corrected Item Total Correlation* sejumlah 15 pernyataan terbukti valid dengan hasil  $> 0.3$

### Uji Reliabilitas

1. Kualitas Produk ( $X_1$ )  
Hasil uji reliabilitas Kualitas Produk dari *Cronbach's Alpha* menyatakan reliabel karena hasil nilai  $> 0.6$
2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )  
Hasil uji reliabilitas Kualitas Pelayanan dari *Cronbach's Alpha* menyatakan reliabel karena hasil nilai  $> 0.6$
3. Suasana ( $X_3$ )  
Hasil uji reliabilitas Suasana dari *Cronbach's Alpha* menyatakan reliabel karena hasil nilai  $> 0.6$
4. Kepuasan Pelanggan (Y)  
Hasil uji reliabilitas Kepuasan Pelanggan dari *Cronbach's Alpha* menyatakan reliabel karena hasil nilai  $> 0.6$

### Uji Normalitas

**Tabel 1**  
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters**	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	5.41265982
Most Extreme Differences	Absolute	0.093
	Positive	0.093
	Negative	-0.075
Test Statistic		0.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.056

Sumber: Data olah SPSS

Sesuai hasil tabel diatas telah didapatkan bahwa data berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 2**  
Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk X <sub>1</sub>	0.344	2.904
Kualitas Pelayanan X <sub>2</sub>	0.342	4.125
Suasana X <sub>3</sub>	0.290	3.446

Sumber: Data olah SPSS

Didapatkan hasil sesuai pengujian diatas bahwa telah terbukti data terbebas dari adanya gangguan multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 3**  
Uji Hetroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.696	2.521		3.847	0.000
Kualitas Produk X <sub>1</sub>	0.007	0.069	0.018	0.100	0.921
Kualitas Pelayanan X <sub>2</sub>	-0.031	0.082	-0.080	-0.374	0.709
Suasana X <sub>3</sub>	-0.098	0.095	-0.202	-1.035	0.304

Sumber: Data olah SPSS

Hasil diatas memperlihatkan bahwa data terbebas dari gangguan heteroskedastisitas.

### Uji Autokolerasi

**Tabel 4**  
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.837 <sup>a</sup>	0.700	0.690	5.50847	2.229

Hasil diatas memperlihatkan bahwa data terbebas dari adanya gangguan autokorelasi

**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 5**  
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.709	3.866		0.959	0.340
Kualitas Produk X <sub>1</sub>	0.332	0.106	0.319	3.132	0.002
Kualitas Pelayanan X <sub>2</sub>	0.363	0.126	0.349	2.878	0.005
Suasana X <sub>3</sub>	0.307	0.146	0.233	2.102	0.039

Sumber: Data olah SPSS

**Pengujian Hipotesis**

Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

**Tabel 6**  
Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	0.959	0.340
Kualitas Produk	3.132	0.002
Kualitas Pelayanan	2.878	0.005
Suasana	2.102	0.039

- a) Didapatkan hasil t-hitung kualitas produk 3.132 serta signifikansi .002 sehingga ( $.002 < .05$ ), Artinya terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- b) Didapatkan hasil t-hitung kualitas pelayanan 2.878 serta signifikansi .005 sehingga ( $.002 < .05$ ), Artinya terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- c) Didapatkan hasil t-hitung suasana 2.102 serta signifikansi .039 sehingga ( $.039 < .05$ ), Artinya terbukti bahwa suasana berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### Uji Simultan (Uji f)

**Tabel 7**  
Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5961.125	3	1987.042	65.486	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2548.829	84	30.343		
	Total	8509.955	87			

Sesuai hasil diatas didapatkan  $F_{hitung}$  65.486 serta signifikan  $.000 < .005$ .

### SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan terbukti adanya pengaruh signifikan dan positif. Kualitas produk memiliki cita rasa yang sesuai dengan keinginan konsumen, kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan secara baik dan profesional, dan suasana yang diberikan membuat konsumen merasa berlama-lama dalam berkunjung dan secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### IMPLIKASI

Dari hasil penelitian ini dapat membantu pihak Kedai Gubog Kopi untuk berinovasi dalam segi kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana untuk kepuasan pelanggan. Sehingga kedai gubog kopi menjadi tempat favorit bersantai dengan keluarga atau kerabat.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian di satu tempat di Kedai Gubog Kopi Menganti. Dengan variabel terbatas menggunakan tiga variabel bebas dan variabel terikat. Dan sampel yang digunakan sejumlah 88 responden dari konsumen yang berkunjung di Kedai Gubog Kopi Menganti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadila, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Kedai Kober Mie Setan Semolowaru Nomor 5 Surabaya. *Docroral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945*.
- Riswanto, D. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosumen (Survei Pada Konsumen Restoran Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Banteng No. 14, Bandung). *Docroral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas*.
- Wahyudi, M. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, Suasana, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Lele Kepruk. *Docroral Dissertation, UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang*.
- Wijaya, O. S. (n.d.). Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan. *Docroral Dissertation, Universitas Medan Area*.

## PENGARUH HARGA, LOKASI, WOM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA CAFE SENEWEN TIME SURABAYA

Wiwid Novitasari<sup>1</sup>, Christina Menuk Sri Handayani<sup>2</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : [wiwidnovita98@gmail.com](mailto:wiwidnovita98@gmail.com)<sup>1</sup>

Koresponden : [menukch@unipasby.ac.id](mailto:menukch@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*This study analyzes the effect of price, location, word of mouth and service quality on repurchase interest at Cafe Senewen Time Surabaya. The approach used is quantitative, while the population is consumers at Cafe Senewen Time Surabaya and 110 respondents as a sample. According to the statistical test, the results show that price, location, word of mouth and service quality are proven to have an effect on repurchasing interest in Cafe Senewen Time Surabaya. In addition, the simultaneous test proved that there was an effect of price, location, word of mouth and service quality on repurchase interest at Cafe Senewen Time Surabaya.*

**Keywords:** Price, location, word of mouth, service quality, repurchase interest

### ABSTRAK

*Penelitian ini menganalisa terkait pengaruh harga, lokasi, word of mouth dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada Cafe Senewen Time Surabaya. Pendekatan yang dipakai ialah kuantitatif, adapun populasi ialah konsumen di Cafe Senewen Time Surabaya serta 110 responden sebagai sampel. Sesuai uji statistik diperoleh hasil bahwa harga, lokasi, word of mouth dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap minat beli ulang Cafe Senewen Time Surabaya. Selain itu pada uji secara simultan terbukti bahwa terdapat pengaruh harga, lokasi, word of mouth dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada Cafe Senewen Time Surabaya.*

**Kata kunci:** Harga, lokasi, word of mouth, kualitas pelayanan, minat beli ulang

### PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya pertumbuhan industri saat ini membuat persaingan menjadi sangat ketat, setiap perusahaan mempunyai peluang yang sama untuk bisa menguasai pasar sasaran agar memperoleh banyak konsumen dan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu melakukan inovasi produk dan memperhatikan segala keluhan yang dialami oleh konsumen. Salah satu kunci kesuksesan perusahaan bisa bertahan ditengah persaingan saat ini ialah dengan menjaga hubungan yang baik dengan para konsumen, kepekaan terhadap keluhan dan memberikan sesuatu yang berbeda akan memperkuat loyalitas konsumen untuk tetap bertahan pada satu produk. Salah satu sektor bisnis yang tidak pernah kehilangan peminatnya ialah dibidang kuliner.

Saat ini bisnis dibidang kuliner telah menjamur di semua wilayah, artinya bisnis kuliner cenderung memiliki prospek bisnis jangka panjang yang baik dan harus dibarengi dengan produk makanan yang unik dan enak. Para pebisnis bisa memanfaatkan peluang disektor kuliner untuk mendirikan cabang-cabang diberbagai wilayah yang masyarakatnya memiliki kebiasaan mengkonsumsi makanan diluar rumah. Cafe pada era sekarang digunakan sebagai tempat nongkrong yang sekarang ini telah menjadi kebiasaan baik dari usia remaja hingga orang

dewasa terutama para pelajar atau mahasiswa dengan berbagai tujuan selain untuk menyantap hidangan, seperti berkumpul dengan keluarga atau kerabat, sebagai tempat mengerjakan tugas, tempat nongkrong, untuk pertemuan bisnis, berdiskusi dan ada juga yang hanya untuk menghilangkan kepenatan karena banyaknya tugas.

Terlebih cafe yang awalnya mempunyai fungsi sebagai kedai kopi, mengalami pergeseran sesuai dengan perkembangan zaman yaitu sebagai tempat menikmati hidangan. Kebiasaan ini telah membuat banyak pengusaha melirik bisnis tersebut. Agar bisnis kuliner tetap memiliki banyak peminat, diperlukan strategi penetapan harga yang bisa dijangkau oleh para konsumen. Konsumen telah memperhitungkan harga yang akan dikeluarkan untuk memperoleh makanan yang diinginkan harus sesuai dengan ekspektasi. Oleh sebab itu setiap bisnis kuliner memberikan harga produk yang sesuai dengan kualitas. Tingginya minat beli konsumen terhadap kuliner menjadi keuntungan yang bisa dimanfaatkan oleh para pebisnis, karna itulah harga sangat menjadi pertimbangan yang harus dilakukan dengan matang agar bisnis kuliner tetap bisa terus bertahan meski banyak pesaing yang mendirikan usaha dibidang yang sama.

Selain itu pentingnya untuk memperhatikan lokasi dalam pemilihan tempat berjualan harus sesuai dengan rencana, mendirikan lokasi berjualan ditempat yang ramai aktivitas masyarakat dapat menjadi pilihan utama. Peran penting yang diberikan oleh strategi *Word Of Mouth* harus dioptimalkan sebaik mungkin. Dengan selalu memberikan kualitas produk yang terbaik kepada konsumen akan memunculkan persepsi yang baik, sehingga konsumen yang telah memiliki pengalaman akan memberikan informasi kepada orang lain untuk mencobanya.

Menjaga kualitas pelayanan agar konsisten dalam melayani setiap konsumen yang datang menjadi poin penting yang harus selalu dilakukan setiap saat, sangat penting untuk terus mendengarkan segala keluhan konsumen dan dijadikan sebagai masukan bahan evaluasi. Pelayanan yang baik akan membuat persepsi konsumen juga tercapai, sehingga keberhasilan bisnis dapat diketahui dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dijelaskan riset ini hanya memfokuskan pada Cafe Senewen Time Surabaya yang beralamatkan di Jl. Menanggal V No.78, Menanggal, Kec. Gayungan, Surabaya karena banyak konsumen yang datang tiap harinya. Konsumen yang datang tiap harinya kurang lebih 50 orang bahkan bisa lebih untuk hari *weekend*.

## **METODE**

Riset ini memakai pendekatan kuantitatif, adapun populasi ialah konsumen di Cafe Senewen Time Surabaya dengan jumlah tidak diketahui serta sampel sebanyak 110 responden.

**HASIL**

**Uji Instrumen**

**1. Uji Validitas**

Table 1.  
Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Kritis	Ket.	Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Kritis	Ket.
Harga (X <sub>1</sub> )	X1.1_1	0.685	0,3	Valid	X1.3_1	0.502	0,3	Valid
	X1.1_2	0.669	0,3	Valid	X1.3_2	0.723	0,3	Valid
	X1.1_3	0.692	0,3	Valid	X1.3_3	0.669	0,3	Valid
	X1.2_1	0.707	0,3	Valid	X1.4_1	0.698	0,3	Valid
	X1.2_2	0.482	0,3	Valid	X1.4_2	0.652	0,3	Valid
	X1.2_3	0.657	0,3	Valid	X1.4_3	0.742	0,3	Valid
Lokasi (X <sub>2</sub> )	X2.1_1	0.432	0,3	Valid	X2.3_1	0.623	0,3	Valid
	X2.1_2	0.655	0,3	Valid	X2.3_2	0.655	0,3	Valid
	X2.1_3	0.674	0,3	Valid	X2.3_3	0.354	0,3	Valid
	X2.2_1	0.622	0,3	Valid	X2.4_1	0.398	0,3	Valid
	X2.2_2	0.630	0,3	Valid	X2.4_2	0.671	0,3	Valid
	X2.2_3	0.723	0,3	Valid	X2.4_3	0.636	0,3	Valid
Word Of Mouth (X <sub>3</sub> )	X3.1_1	0.520	0,3	Valid	X3.3_3	0.580	0,3	Valid
	X3.1_2	0.620	0,3	Valid	X3.4_1	0.653	0,3	Valid
	X3.1_3	0.601	0,3	Valid	X3.4_2	0.641	0,3	Valid
	X3.2_1	0.626	0,3	Valid	X3.4_3	0.624	0,3	Valid
	X3.2_2	0.621	0,3	Valid	X3.5_1	0.477	0,3	Valid
	X3.2_3	0.656	0,3	Valid	X3.5_2	0.520	0,3	Valid
	X3.3_1	0.531	0,3	Valid	X3.5_3	0.606	0,3	Valid
	X3.3_2	0.503	0,3	Valid				
Kualitas Pelayanan (X <sub>4</sub> )	X4.1_1	0.575	0,3	Valid	X4.3_3	0.733	0,3	Valid
	X4.1_2	0.660	0,3	Valid	X4.4_1	0.568	0,3	Valid
	X4.1_3	0.703	0,3	Valid	X4.4_2	0.765	0,3	Valid
	X4.2_1	0.721	0,3	Valid	X4.4_3	0.695	0,3	Valid
	X4.2_2	0.765	0,3	Valid	X4.5_1	0.655	0,3	Valid
	X4.2_3	0.714	0,3	Valid	X4.5_2	0.685	0,3	Valid
	X4.3_1	0.747	0,3	Valid	X4.5_3	0.789	0,3	Valid
	X4.3_2	0.730	0,3	Valid				
Minat Beli Ulang (Y)	Y1.1_1	0.662	0,3	Valid	Y1.3_1	0.631	0,3	Valid
	Y1.1_2	0.704	0,3	Valid	Y1.3_2	0.732	0,3	Valid
	Y1.1_3	0.618	0,3	Valid	Y1.3_3	0.415	0,3	Valid
	Y1.2_1	0.611	0,3	Valid	Y1.4_1	0.358	0,3	Valid
	Y1.2_2	0.608	0,3	Valid	Y1.4_2	0.731	0,3	Valid
	Y1.2_3	0.642	0,3	Valid	Y1.4_3	0.658	0,3	Valid

Sesuai tabel diatas membuktikan seluruh item telah terbukti valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Table 2.  
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Harga ( $X_1$ )	0.878	0,7	Relabel
Lokasi ( $X_2$ )	0.830		Relabel
Word Of Mouth ( $X_3$ )	0.860		Relabel
Kualitas Pelayanan ( $X_4$ )	0.925		Relabel
Minat Beli Ulang (Y)	0.850		Relabel

Dijelaskan dari tabel diatas telah terbukti seluruh data dinyatakan reliabel.

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Table 3.  
Uji Normalitas

Unstandardized Residual	
N	110
Test Statistic	0.66
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Sesuai tabel diatas terbukti data berdistribusi normal.

### 2. Uji Multikolinieritas

Table 4.  
Uji Multikolinieritas

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Harga ( $X_1$ )	0.246	4,061
Lokasi ( $X_2$ )	0.138	7,266
Word Of Mouth ( $X_3$ )	0.263	3,800
Kualitas Pelayanan ( $X_4$ )	0,312	3,210

Dari hasil tabel diatas telah terbukti data terbebas dari gejala multikolinieritas.

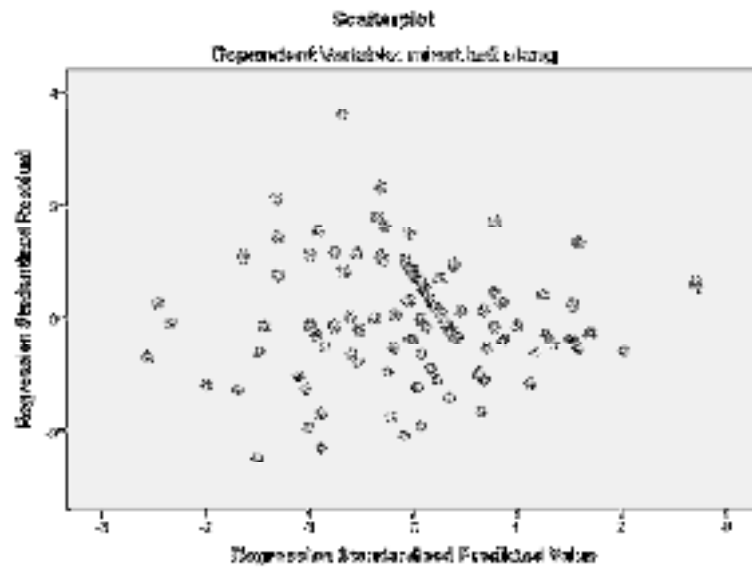
### 3. Uji Autokorelasi

Tabel 5.  
Uji Autokorelasi

<b>Durbin-Watson</b>
2.188

Sesuai tabel diatas terbukti data terbebas dari gangguan autokolerasi.

#### 4. Uji Heterokedastisitas



Gambar 1.  
 Uji Heterokedastisitas  
 Dari gambar diatas disimpulkan data terbebas dari gejala heterokedastisitas.

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6.  
 Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	1,572	1,749
Harga (X <sub>1</sub> )	-0,292	0,063
Lokasi (X <sub>2</sub> )	0,740	0,087
Word Of Mouth (X <sub>3</sub> )	0,283	0,053
Kualitas Pelayanan (X <sub>4</sub> )	0,126	0,0045

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,572 + -0,292X_1 + 0,740X_2 + 0,283X_3 + 0,216X_4$$

#### Koefisien Determinasi

Tabel 7.  
 Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi

R	R Square	Adjusted R Square
---	----------	-------------------

Model	.943 <sup>a</sup>	0.889	0.885
-------	-------------------	-------	-------

Didapatkan hasil Koefisien determinasi tabel diatas sebesar 0,885 yang berarti variabel bebas memberi kontribusi terhadap minat beli ulang 88,5%. Sedangkan 11,5% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji t

Tabel 8.  
Uji t

<i>Standardized Coefficients</i>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
(Constant)	0.889	0.371
Harga (X <sub>1</sub> )	-4.654	0.000
Lokasi (X <sub>2</sub> )	8.529	0.000
<i>Word Of Mouth</i> (X <sub>3</sub> )	5.360	0.000
Kualitas Pelayanan (X <sub>4</sub> )	2.824	0.006

1. Didapatkan hasil t-hitung harga -4,654 serta signifikansi ,000<0,05. Artinya terbukti harga berpengaruh terhadap minat beli ulang.
2. Didapatkan hasil t-hitung lokasi 8,529 serta signifikansi ,000<0,05. Artinya terbukti lokasi berpengaruh terhadap minat beli ulang.
3. Didapatkan hasil t-hitung WOM 5,360 serta signifikansi ,000<0,05. Artinya terbukti WOM berpengaruh terhadap minat beli ulang.
4. Didapatkan hasil t-hitung kualitas pelayanan 2,824 serta signifikansi ,000<0,05. Artinya terbukti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang.

### 2. Uji F

Tabel 9.  
Uji F

	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<i>Regression</i>	211.163	.000 <sup>b</sup>

Didapatkan hasil f-hitung 211,163 serta signifikansi ,000<,05. Artinya secara simultan terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

## SIMPULAN

1. Disimpulkan harga terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada Cafe Senewen Time Surabaya.
2. Disimpulkan lokasi terbukti berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Cafe Senewen Time Surabaya.
3. Disimpulkan WOM terbukti berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Cafe Senewen Time Surabaya.

4. Disimpulkan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap minat beli ulang pada Cafe Senewen Time Surabaya.
5. Disimpulkan secara simultan terbukti variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

### IMPLIKASI

Pihak Cafe Senewen Time Surabaya telah memperhatikan harga produk yang sesuai dengan kualitas, selain itu pentingnya untuk memperhatikan lokasi dalam pemilihan tempat berjualan harus sesuai dengan rencana, mendirikan lokasi berjualan ditempat yang ramai aktivitas masyarakat dapat menjadi pilihan utama. Peran penting yang diberikan oleh strategi *Word Of Mouth* harus dioptimalkan sebaik mungkin. Dengan selalu memberikan kualitas produk yang terbaik kepada konsumen akan memunculkan persepsi yang baik, sehingga konsumen yang telah memiliki pengalaman akan memberikan informasi kepada orang lain untuk mencobanya.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Selama proses penelitian dilapangan terdapat kendala yaitu terbatasnya waktu akibat adanya pandemi covid-19 dan dana yang digunakan juga sedikit, serta kendala lain yakni responden dalam mengisi kuesioner terkadang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ana, Ramadhayanti. 2019. Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar. Cetakan Pertama. PT Elex Media Komputindo.
- Berman, B., & Evans, J. R. (2017). *Retail Management: A Strategic Approach* (10 th ed.). Pearson.
- Faradiba, F., & Astuti, S. R. T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (*Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang*). 2, 1–10.
- Fauzi. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Sate Kupa Bromo Medan.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25* (ke sembilan). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, C. M. S., Fauziyah, F., & Aripriatno, T. (2020). Teputain And Word-Of-Mouth Perception : Case Studies In Institutional Management. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i02.1073>
- Harfania, F. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek SA ' I Yogyakarta). 3, 581–591.
- Juniantoko, Dwi Ardy dan Supriono. 2017. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Waroeng Latte dan café Cemiland di Kota Madiun)*. Jurnal Administrasi Bisnis.53(2).
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (13 jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Pearson Education.
- Saidani. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*. JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (3 jilid 1).
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat*

- Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. Jurnal Indovisi, 1(1).*
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta, CV.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml dan Bitner. 2015. *Service, Quality dan Satisfaction.* Yogyakarta: Andi.

## PENGARUH PROMOSI DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI PRODUK WARDAH STUDI PADA MAHASISWI MANAJEMEN

Nur Fakhitah<sup>1</sup>, I Ketut Surabagiarta<sup>2</sup>, Wira Yudha Alam<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : [Nurfakhitah99@gmail.com](mailto:Nurfakhitah99@gmail.com)<sup>1</sup>, [wirayudhaalam@unipasby.ac.id](mailto:wirayudhaalam@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>  
Koresponden : [i.ketutsurabagiartaVI@gmail.com](mailto:i.ketutsurabagiartaVI@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*With this research aims to analyze whether there is an influence between promotional variables and celebrity endorser on the interest of buying wardah products partially and together or simultaneously, is a form of quantitative research with a total sample used by 73 respondents using the calculation of slovin formula. Sampling techniques use purposive sampling, with peimary and secondary data sources. For data retrieval tools with questionnaires. Analysis using multiple linear regressions. The result obtained form the analysis carried out include 1). Promotions have an effect on the buying interest of wardah products. With a value of t-count of 2.389 and a sig. of 0.020. 2). Celebrity endorser has an effect on the interest in buying wardah products. With a value of t-count of 3.385 and a sig. of 0.001. 3). Promotion and celebrity endorser simultaneously or jointly influence the interest in buying wardah products. With a values of F-count (14.400) and sig. 0.000b.*

**Keyword** : promotion, celebrity endorser, buying interest

### ABSTRACT

Dengan dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat suatu pengaruh antar variabel promosi dan *celebrity endorser* pada minat beli produk wardah secara parsial dan Bersama-sama atau simultan, merupakan bentuk penelitian kuantitatif dengan total sampel yang dipakai 73 responden menggunakan perhitungan rumus slovin. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sumber data primer dan sekunder. Untuk alat pengambilan data dengan kuisioner. Analisis menggunakan regresi linier berganda. Adapun diperoleh hasil dari analisis yang dilakukan meliputi 1). Promosi berpengaruh pada minat beli produk wardah. Dengan nilai dari  $t_{hitung}$  2.389 dan sig 0.020. 2). *Celebrity endorser* berpengaruh pada minat beli produk wardah. Dengan nilai dari  $t_{hitung}$  3.385 dan sig 0.001. 3). Promosi dan *celebrity endorser* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh pada minat beli produk wardah. dengan nilai dari  $F_{hitung}$  (14.400) dan sig 0.000<sup>b</sup>.

**Kata kunci**: promosi, *celebrity endorser*, minat beli

## PENDAHULUAN

Perempuan merupakan makhluk hidup yang melekat dengan kecantikan serta keindahan, produk kecantikan sudah menjadi kebutuhan primer bagi semua kalangan perempuan, selain untuk menunjang penampilan, menambah daya tarik, juga untuk menjaga Kesehatan kulit mereka. tentunya para konsumen lebih selektif membeli produk kecantikan dengan kualitas yang bermutu, merek terkenal dan yang paling penting yaitu dengan harga yang relative rendah. Bagi para pecinta *make up* siapa yang tidak mengenal *brand* kosmetik wardah? Produk merek tersebut sudah menjadi *brand* lokal yang sangat dikenal dan mudah ditemukan ditengah-tengah masyarakat. Selain dijual dengan harga yang ramah lingkungan, produk *brand* wardah memiliki kualitas yang tidak kalah dengan *brand* merek lainya yang harganya jauh lebih mahal. Oleh karena itu, tidak heran jika produk wardah sangat diminati oleh para konsumen.

Dalam menghadapi persaingan industri kosmetik di Indonesia yang semakin pesat perusahaan dituntut harus lebih selektif dalam Melakukan strategi pemasaran. yang paling penting yaitu Melakukan kegiatan promosi dengan maksimal. Dimana Kotler dan Armstrong (2012:76) menjelaskan bahwasanya promosi adalah suatu kegiatan yang menjelaskan suatu manfaat suatu produk dan merayu para calon konsumen untuk memiliki dan membeli produk tersebut. Dengan Melakukan strategi promosi akan mempermudah bagi suatu perusahaan untuk memperkenalkan produk yang mereka produksi kepada para konsumen serta meningkatkan minat beli para konsumen. Salah satunya yaitu Melakukan kegiatan promosi melalui bantuan *smartphone*, Dengan memanfaatkan akun sosial media maupun *e-commerce* sebagai trobosan dalam memperluas pangsa pasar. Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi minat beli produk wardah yaitu dengan adanya pemakaian jasa *celebrity endorser*. Shimp (2014:258) menjelaskan bahwasanya *celebrity endorser* dianggap sebagai seorang *public figure* atau aktor yang diketahui para konsumen berdasarkan prestasi yang dimilikinya pada bidang-bidang yang tentunya berbeda-beda sesuai dengan produk yang didukungnya. Sebagai salah satu perusahaan kosmetik terbesar dan mempunyai citra merek yang berkualitas dalam menghadapi persaingan dengan produk perawatan kulit lainya ,dari dulu hingga sekarang perusahaan wardah menggunakan *advertising* jenis *celebrity endorser* dalam mempromosikan produknya, mereka semua merupakan selebriti yang dikenal mempunyai talenta maupun prestasi serta di sukai oleh masyarakat dari semua kalangan (Lusyana, 2020). Dalam hal ini promosi dan *celebrity endorser* menjadi penunjang dalam upaya meningkatkan minat beli. Dimana Kotler dan Keller (2016:181) menjelaskan bahwasanya minat beli merupakan kemungkinan besar para konsumen ingin mempunyai sesuatu produk dan jasa atau kemungkinan besar para konsumen berpaling dari merek satu ke merek yang lainya.

Dari suatu penjelasan diatas rumusan masalah terdiri, 1) Apakah promosi berpengaruh pada minat beli produk wardah?. 2) Apakah *celebrity endorser* berpengaruh pada minat beli produk wardah?. 3) Apakah promosi dan *celebrity endorser* berpengaruh secara simultan pada minat beli produk wardah?. Adapun untuk tujuan terdiri dari 1) Bertujuan mengetahui dan menganalisa pengaruh promosi pada minat beli produk wardah. 2) Bertujuan mengetahui dan menganalisa pengaruh *celebrity endorser* pada minat beli produk wardah. 3) Bertujuan

mengetahui dan menganalisa pengaruh promosi dan *celebrity endorser* secara simultan pada minat beli produk wardah.

## METODE

Adapun penelitian ini menggunakan suatu metode kuantitatif, dimana menganalisis adanya suatu pengaruh pada variabel promosi dan *celebrity endorser* pada variabel minat beli. Poulasi yaitu mahasiswi Prodi Manajemen UNIPA Surabaya Angkatan 2017 dan 2018 dengan total 272 orang mahasiswi. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini total 73 responden dengan perhitungan rumus slovin. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling* sumber data yang dipakai meliputi (primer dan sekunder). Untuk pengambilan data dengan kuisisioner.

Pengujian penelitian meliputi uji instrumen Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (uji normalitas, multikolenieritas, heteroskedastitas serta autokorelasi). Kemudian Analisis Regresi Linier Berganda dan uji Hipotesis (uji t-secara parsial dan uji F- secara simultan).

## HASIL

### 1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini Karakteristik yang dijadikan acuan berdasarkan faktor usia dengan hasil dibawah ini:

**Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Usia**

Interval Usia	Jumlah	Presentase
20 – 21 Tahun	35	47,9%
22 – 23 Tahun	38	52,1%
Total	73	100%

Sumber : hasil pengolahan Data Primer, 2021

Hasil diatas menunjukkan bahwasanya responden berdasarkan usia 20 – 21 tahun berjumlah 35 orang dengan tingkat presentase 47,9%. Sedangkan responden berdasarkan usia 22 – 23 tahun berjumlah 38 orang dengan tingkat presentase 52,1%. Dapat disimpulkan bahwa pengguna produk Wardah didominasi responden yang berusia 22 – 23 tahun.

### 2. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Hasil dari ujiinstrumen validitas diketahui bahwasanya variabel promosi dengan 10 item pertanyaan, variabel *celebrity endorser* 8 item pertanyaan dan varibel minat beli 8 item pertanyaan semua dinyatakan valid. hasil menunjukkan bahwasanya semua indikator dari masing-masing variabel mempunyai r hitung > nilai kritis 0,3.

#### b. Uji Reliabilitas

Hasil dari pengujian reliabilitas diketahui bahwasanya semua variabel dinyatakan reliabel. Karena pada tiap-tiap variabel mempunyai tingkat koefisien reliabilitas  $\alpha_{Cronbach} > 0,6$ .

**3. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

Dari Pengujian Normalitas dengan *Kolmogorov-simirnov* (K-S) nilai *asyp.sig.*(2-tailed) diperoleh hasil  $0.862 > 0.05$ . Dalam hal ini Data yang digunakan berdistribusi Normal.

**Tabel 2. uji normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	73
Normal Q-Q	1.114
Sample Quantiles	-.533, .000, .533, 1.067
Most Extreme Differences	.030
Positive	.030
Negative	-.030
Kolmogorov-Smirnov Z	.062
Asymp. Sig. (2-tailed)	.862

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.

**b. Uji multikolinieritas**

Dari hasil pengujian multikolinieritas diperoleh hasil bahwasanya semua variabel bebas nilai VIF < 10. Artinya penelitian ini bebas dari Multikolinieritas.

**Tabel 3. uji multikolinieritas**

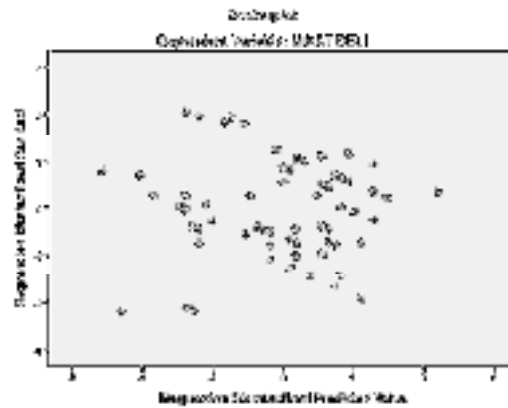
**Collinearity Statistics**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.888	3.025		3.929	.000		
	Promosi	.499	.245	.204	2.035	.044	.989	1.007
	Quality Customer	.395	.212	.184	1.862	.069	.989	1.007

a. Dependent Variable: Ethical Sial

**c. Uji Heteroskedastitas**

Hasil dari uji heteroskedastitas diketahui bahwasanya titik-titik pada gambar scatterplot tersebar secara acak yang berada diantara 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola. Artinya tidak terjadi heteroskedastitas pada suatu regresi.



Gambar 1. Uji Heteroskedastitas  
Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

d. Uji Autokorelasi

Dari pengujian autokorelasi di peroleh nilai DW (Durbin-Watson) sebesar 1.850. artinya tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4. Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.543 <sup>a</sup>	.292	.271	3.41088	1.850

a. Predictors: (Constant), Celebrity Endorser, Promosi  
b. Dependent Variable: Minat Beli

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	11.004	3.348		2.987	.004
	Promosi	.199	.060	.334	2.298	.025
	Celebrity Endorser	.398	.117	.337	3.368	.001

a. Dependent Variable: Minat Beli

hasil tabel diatas dapat di analisis dan diperoleh persamaan suatu regresi:

$$Y = 11.004 + 0,199X_1 + 0,398X_2 + e$$

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 11.004

Konstanta sebesar 11.004 menunjukkan bahwa koefisien regresi konstanta adalah sebesar 11.004. artinya jika Promosi dan *Celebrity Endorser* nilainya 0 maka, minat beli meningkat 11.0004.

- 2) Nilai suatu koefisien variabel Promosi ( $X_1$ ) 0,199  
Artinya setiap kenaikan atau penambahan satu satuan promosi ( $X_1$ ) maka mempengaruhi meningkatnya minat beli (Y) 0,199.
- 3) Nilai suatu koefisien variabel *Celebrity Endorser* ( $X_2$ ) 0,398  
Artinya setiap kenaikan atau penambahan satu satuan *Celebrity Endorser* ( $X_2$ ) maka mempengaruhi meningkatnya minat beli (Y) sebesar 0,398.

5. Uji Hipotesis

a. Uji (t)

Tabel 6. Uji (t)

CONTRAST<sup>2</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,004	3,848		2,727	,007
	Promosi	,199	,079	,194	2,525	,020
	Celebrity Endorser	,398	,117	,274	3,368	,001

a. Dependent Variable: Minat Beli

maka dapat disimpulkan bahwasanya:

1. Variabel Promosi ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung} = 2.389 > t_{tabel} = 1.994$  serta signifikansi  $0.020 < 0.05$  dengan artian menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ , analisis menunjukkan bahwa variabel Promosi ( $X_1$ ) terdapat pengaruh pada variabel Minat Beli (Y).
2. Variabel *Celebrity Endorser* ( $X_2$ ) diperoleh nilai dari  $t_{hitung} = 3.385 > t_{tabel} = 1.994$  serta signifikansi  $0.001 < 0.05$  dengan artian menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ , analisis menunjukkan bahwa variabel *Celebrity Endorser* ( $X_2$ ) terdapat pengaruh pada variabel Minat Beli (Y).

b. Uji (F)

Tabel 7. Uji (F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresi	346,207	2	173,103	14,400	,000 <sup>b</sup>
	Sesial	617,289	70	11,273		
	Total	963,497	72			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Celebrity Endorser, Promosi

pada tabel diatas, diketahui tingkat sig.  $0,000 < 0.05$ . Untuk hasil uji F didapatkan  $14,400 > F\text{-tabel } 3,13$  ( $df=70$ ). Maka hasil pengujian membuktikan bahwa menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Yang artinya variabel Promosi ( $X_1$ ) dan *Celebrity*

*Endorser* ( $X_2$ ) secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh pada variabel minat beli ( $Y$ ).

Dari suatu hasil penelitian diatas pembahasan yang dapat diambil yaitu:

1. Promosi ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap minat beli ( $Y$ )  
Dari variabel Promosi ( $X_1$ ) diperoleh nilai dari  $t$ -hitung = 2.389 dengan signifikansi  $0.020 < 0.05$  yaitu menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Dalam artian variabel promosi ( $X_1$ ) terdapat pengaruh pada minat beli produk wardah. Dalam hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dibuat oleh Elisabet Tambunan (2019), bahwasanya variabel promosi berpengaruh pada variabel minat beli.
2. *Celebrity endorser* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap minat beli ( $Y$ )  
Dari variabel *Celebrity Endorser* ( $X_2$ ) diperoleh nilai dari  $t$ -hitung = 3.385 dengan signifikan  $0.001 < 0.05$  yaitu menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Dalam artian variabel *Celebrity Endorser* ( $X_2$ ) terdapat pengaruh pada Minat Beli produk wardah. Dalam hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dibuat Dadang Suhardi & Rika Irmayanti (2019), bahwasanya variabel *celebrity endorser* berpengaruh pada variabel minat beli.
3. Promosi ( $X_1$ ) dan *Celebrity endorser* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Minat beli ( $Y$ )  
Dari analisis menunjukkan hasil bahwa variabel promosi dan *celebrity endorser* secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh pada minat produk wardah. Hal ini dapat dinyatakan dengan hasil uji  $F$  diperoleh sebesar  $14,400 > F$ -tabel 3,13 ( $df=70$ ) Dengan signifikan  $0,000 < 0.05$ . dengan hasil pengujian membuktikan bahwa menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Yang artinya variabel Promosi ( $X_1$ ) dan *Celebrity Endorser* ( $X_2$ ) secara simultan atau Bersama-sama berpengaruh pada variabel minat beli ( $Y$ ).

## SIMPULAN

Hasil dari penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwasanya Promosi dan *Celebrity Endorser* terdapat pengaruh yang positif serta signifikan pada minat beli produk wardah. Hasil hipotesis yang menyatakan Promosi dan *Celebrity Endorser* terdapat pengaruh pada variabel minat beli dinyatakan diterima. Karena dengan adanya strategi promosi yang baik dan *celebrity endorser* yang memiliki prestasi yang mendukung dalam mengiklankan suatu produk maka akan memberikan pengaruh atau dampak pada minat beli para konsumen.

## IMPLIKASI

Adapun untuk mempertahankan minat beli konsumen perusahaan wardah harus selalu Melakukan strategi promosi dengan sebaik mungkin, salah satunya dengan penggunaan jasa *celebrity endorser* sebagai penunjang dan daya Tarik minat para konsumen. Dengan begitu perusahaan kosmetik wardah akan terus bisa bersaing dengan perusahaan kosmetik lainnya. Khususnya menghadapi persaingan industri kosmetik yang semakin bertambah pesat setiap tahunnya.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Adanya sedikit kendala dalam penyebaran kuesioner kepada responden. serta keterbatas waktu penelitian.

### DAFTAR PUSTAKA

- kotler, Philip Dan G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13 J). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler Dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). Jakarta: Pt Indeks.
- Lusyana, E. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia*. 2(0411), 65–75.
- Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek , Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*. 3(1), 53–62.
- Tambunan, Elisabet S. M. (2019). *No Tipengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Farmasi Pada Kosmetik Wardah Di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medantle. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen*, 5(1).

## Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Kacang Mete Terhadap Kepuasan Konsumen di Koperasi PLITA Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT

Elisabeth Ema Doreina Hekin<sup>1</sup>, Ferry Hariawan<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : [ernnahekinaputry@gmail.com](mailto:ernnahekinaputry@gmail.com)<sup>1</sup>  
Koresponden : [ferry@unipasby.ac.id](mailto:ferry@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

"PLITA" cashew nuts are one of the cashew nut products produced by the Puna Liput Padung Tawa Producers Cooperative (KOPSEN PLITA) which is located in Leworahang - NTT. The PLITA Producers Cooperative is a business cooperative. One of the products that is cultivated is cashew nuts and is the superior product of the cooperative. The purpose of this study is to (1) whether promotion has an effect on consumer satisfaction. (2) To find out whether price has an effect on customer satisfaction. (3) To determine whether product quality has an effect on customer satisfaction. (4) To determine whether promotion, price and product quality simultaneously influence customer satisfaction. In this study, the population of the study were all PLITA cashew nut product consumers. The population taken in this study is Lewolema District, East Flores Regency - NTT. The sample used was 50 respondents. The results of this study are: Promotion (X1) has a significant impact on customer satisfaction, Price (X2) has a significant effect on customer satisfaction, Product Quality (X3) has a significant effect on customer satisfaction and all three simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.

**Keywords:** Promotion, Price, Quality, Customer Satisfaction

### ABSTRAK

Kacang mete "PLITA" adalah salah satu produk kacang mete yang diproduksi oleh Koperasi Produsen Puna Liput Padung Tawa (KOPSEN PLITA) yang berkedudukan di Desa Leworahang – NTT. Koperasi Produsen PLITA merupakan kopresai serba usaha. Salah satu produk yang diusahakan adalah kacang mete dan merupakan produk unggulan koperasi tersebut. Tujuan diadakan penelitian (1) Untuk ketahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (2) Agar diketahui adakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (3) Mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (4) Mengetahui adakah promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen. Populasi penelitian adalah semua konsumen produk kacang mete PLITA. Populasi pada penelitian ini terdapat pada Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur - NTT. Sampel yang digunakan yaitu 50 responden. Hasil penelitian ini adalah: Promosi (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan ketiga secara bersamaan berpengaruh signifikan dengan kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Promosi, Harga, Kualitas, Kepuasan Konsumen

## PENDAHULUAN

Era globalisasi dan perdagangan bebas yang berkembang pesat, merupakan tantangan sekaligus peluang bagi perkembangan dunia usaha; diantaranya persaingan pasar yang semakin ketat. Tantangan terbesar adalah bagaimana menghadapi perilaku konsumen yang beragam serta tuntutan konsumen milenial yang semakin kompleks.

Kacang mete “PLITA” adalah salah satu produk kacang mete yang diproduksi pada Koperasi Produsen Puna Liput Padung Tawa (KOPSEN PLITA) yang berkedudukan di Desa Leworahang – NTT. Koperasi Produsen PLITA merupakan koperasi serba usaha. Salah satu produk yang diusahakan adalah kacang mete dan merupakan produk unggulan koperasi tersebut.

Dalam penelitian yaitu: (1) Nova Listaria dan Mohammad Yani (2019), promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada laundry Dinda di Sampit. (2) Gloria J.M Sianipar (2019), harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen bertempat Perumnas Mandala Medan. (3) Elpawati (dkk) (2019), kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pt. Perkebunan Nusantara VIII Bandung.

Menurut pendapat Adam (2015) suatu promosi dapat dijelaskan sebagai kegiatan pemasaran yang bertujuan mengkomunikasikan suatu informasi mengenai perusahaan dan suatu produk kepada setiap orang agar menimbulkan permintaan.

Pendapat yang disampaikan oleh Kotler (2013) yang menyampaikan bahwa jumlah uang yang dibebankan untuk barang, jasa atau jumlah uang yang ditukar. Harga untuk konsumen yaitu biaya agar mendapatkan produk atau jasa yang akan dibutuhkan.

Pendapat diberikan oleh Kotler dan Keller (2016) yang menjelaskan bahwa Kualitas produk memiliki kemampuan untuk memuaskan yang disebutkan atau kebutuhan yang dilihat dari karakteristik suatu produk atau pelayanan.

Pendapat yang disampaikan mengenai kepuasan konsumen oleh Nugroho (2015) adalah suatu elemen yang sangat penting dalam peningkatan suatu kinerja pemasaran disuatu perusahaan.

Hipotesis dijelaskan seperti dibawah ini:

- H 1. Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H 2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H 3. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H 4. Promosi, harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

## METODE

Metode kuantitatif juga pendekatan kausal yang digunakan pada penelitian ini.

### Populasi

Semua konsumen produk kacang mete PLITA. Karena melihat dengan pertimbangan lain-lainnya, batas diambil pada penelitian ini yaitu pada Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur – NTT.

### Sampel

Pada penelitian ini yang digunakan yaitu 50 responden.

### Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan menggunakan *purposive sampling*. Peneliti menentukan sampel yaitu hanya konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur – NNT. Dalam Kecamatan ini terdapat tujuh desa. Yaitu: Ile Padung, Lewobebe, Sinar Hading, Riang Kotek, Bantala, Painapang, dan Baluk Hering.

### **Sumber Data**

Menggunakan prime (studi lapangan) dan juga sekunder (studi kepustakaan). Berikut ini adalah penjelasannya:

a. Primer

Yaitu secara tatap muka dan menyerahkan kuesioner untuk diisi oleh konsumen (Sogiyono, 2018). Kecamatan Lewolema sebagai konsumen.

b. Sekunder

Dapat diartikan sebagai sumber yang didapatkan pada perusahaan (sugiyono, 2018). Koperasi PLITA sebagai pengumpulan informasi.

## **HASIL**

### **Analisis Data Penelitian**

#### **Instrumen Penelitian**

##### Validitas

Diketahui indikator per variabel dalam setiap pernyataan dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur karena menunjukkan r hitung pada setiap variable > dari nilai 0,05 (r – tabel 0,2739).

##### Reliabilitas

Tabel 2. Reliabilitas

Variabel	Hasil	N. kritis	Ket
Promosi	617	0.06	
Harga	950	0.06	
Kualitas Produk	969	0.06	Reliabel
Kepuasan Konsumen	947	0.06	

Sumber: Data Diolah, (2021)

Dapat dilihat dari tabel 2 diatas maka setiap variabel dikatakan reliabel dan bisa digunakan karena diperoleh nilai koefisien cronbach alpha pada promosi yaitu (,617). Harga yaitu (,950). Kualitas Produk yaitu (,969) dan Kepuasan Konsumen yaitu (,947) > cronbach alpha 0,6.

## Asumsi Klasik

Tabel 3. Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
<b>Normalitas</b>	.200 <sup>c,d</sup>	sig>0.05	Normal
<b>Multikolinieritas</b>			
Promosi	1.000	VIF<10	Bebas Multikolinieritas
Harga	1.000	VIF<10	Bebas Multikolinieritas
Kualitas produk	1.000	VIF<10	Bebas Multikolinieritas
<b>Heterokeastisitas</b>			
Promosi	.537	sig> 0,05	Bebas Heterokeastisitas
Harga	.943	sig> 0,05	Bebas Heterokeastisitas
Kualitas produk	.964	sig> 0,05	Bebas Heterokeastisitas
<b>Autokorelasi</b>	1.976	1.674<DW<2.326	Bebas Autokorelasi

Sumber: Data Diolah SPSS, (2021)

Pada tabel bagian 3 diatas bisa mengetahui bahwa:

a. Normalitas

Terlihat bahwa nilai signifikansinya sebesar (,200). Dapat disimpulkan bahwa pola sebaran residual distribusi normal karena nilai signifikan > ,05. Sehingga bebas dari normalitas.

b. Multikolinieritas

Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel Promosi VIF yaitu (1.000). Harga VIF yaitu (1.000). Pada Kualitas Produk VIF yaitu (1.000). Hasil meunjukkan kalau variabel promosi, harga dan kualitas produk bebas dari multikolinieritas karena nilai VIF < 10.

c. Heterokeastisitas

Hal ini dinyatakan signifikansi untuk promosi sebesar (,537) variabel Harga sebesar (,943) dan variabel Kualitas Produk sebesar (,964). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dikarenakan hasil signifikansi > ,05.

d. Autokorelasi

Menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1.976. Jadi dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dari autokorelasi karena  $du < d < 4 - du$ .

**Analisis Menggunakan Regresi Linear Berganda**

Tabel 4. Hasil Regresi

Variabel	B
(Constant)	-1.485
Promosi	0.093
Harga	0.606
Kualitas Produk	0.265

Sumber: SPSS (2021)

Tabel 4 didapat hasil regresi linier yaitu:

$$Y = -1.485 + .093X_1 + .606X_2 + .265X_3$$

Hasil ini menunjukkan bahwa:

1. -1.485 adalah nilai konstanta (a)  
Menunjukkan koefisien regresi pada konstanta adalah sebesar -1.485. Promosi, Harga dan Kualitas Produk bernilai (0), Kepuasan Konsumennya adalah -1.485.
2. .093 adalah nilai koefisien variabel Promosi (X1)  
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (.093). Setiap peningkatan atau penambahan satu unit promosi.
3. .606 adalah nilai koefisien variabel Harga (X2)  
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (.606). Kenaikan penambahan satu harga satuan.
4. Nilai koefisien variabel Kualitas Produk (X3) adalah (.265).  
Menunjukkan peningkatan kepuasan konsumen adalah (.265). Penambahan satu satuan kualitas produk.

**Hipotesis**

Hipotesis Secara Parsial

Tabel 6. Uji t Parsial

Variabel	t	Nilai Sig
(Constant)	-1.877	0.067
Promosi	3.703	0.001
Harga	6.644	0.000
Kualitas Produk	6.031	0.000

Sumber: Data Diolah, (2021)



Berdasarkan hasil tabel 6 maka:

1. Promosi (X1), memperoleh nilai signifikan  $001 < 05$ . Oleh karena itu secara parsial, variabel Promosi (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.
2. Variabel Harga (X2), diperoleh nilai signifikan  $000 < 05$ . Dikatakan dengan cara tersendiri, Harga berpengaruh signifikan terhadap (Y) pada Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.
3. Pada variabel Kualitas Produk (X3), diperoleh nilai signifikan  $000 < 05$ . Dapat dikatakan secara parsial (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.

#### Hipotesis Secara Simultan

Tabel 7. Uji F

	F	Sig
Regresion	2579.730	.000 <sup>b</sup>

Sumber: Data Diolah SPSS (2021)

Dilihat pada tabel 7 yang menyatakan hasil signifika  $000 < 05$ . Jadi ketiga variabel secara bersamaan berpenaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian dalam skripsi maka, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal:

- a. Adanya pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Semakin meningkat cara mempromosikan suatu produk maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen.
- b. Adanya pengaruh harga terhadap kaepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Penetapan harga memang sangat penting dalam suatu produk.
- c. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Kualitas produk juga sangat penting untuk diperhatikan.
- d. Promosi, harga dan kualitas produk bersamaan berpengaruh dengan kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Dengan adanya promosi yang selalu membuat orang tertarik untuk membeli produk tersebut, dan menentukan harga yang wajar serta memberikan kualitas suatu produk terbaik.

## IMPLIKASI

Penemuan pada hasil yaitu:

- a. Variabel promosi berpengaruh signifikan dengan kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Sebaiknya Koperasi PLITA tetap mempertahankan cara promosi dan memperbanyak lagi promosi lewat media sosial seperti Instagram, Twitter dan media sosial lainnya. Dengan begitu orang-orang lebih tau dan mengenal produk tersebut.
- b. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Untuk harga tetap mempertahankan harga yang wajar dan stabil agar konsumen tetap membeli produk tersebut dan tidak berpindah ke tempat lain yang menjual produk sejenis.
- c. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur-NTT. Pada kualitas produk ini disarankan tetap meningkatkan kualitas kacang mete PLITA agar konsumen tetap memilih untuk membeli produk tersebut.

## KETERBATASAN DALAM PENELITIAN

Penelitian sudah dilakukan sesuai dengan aturan ilmiah, tetapi masih ada kekurangan yaitu:

- a. Kekurangan penelitian terletak pada lembar pernyataan, kadang pengisian responden bukan sesuai dengan kenyataan sebenarnya.
- b. Responden yang lama mengembalikan kuesioner sehingga peneliti lama untuk mengolah data.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Elpawati, Achmad tjachja Nugraha, Tyas Abimanyu, 2019, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Walini Di Industri Hilir Teh Pt. Perkebunan Nusantara VIII Bandung, *Jurnal Agribisnis*, Vol. 13, No. 7.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan penerbit Universitas di Ponegoro.
- Gloria J.M Sianipar, 2019, Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart, *Jurnal Ilmiah Simantek*, Vol. 3 No. 1.
- Kotler, P. dan Keller. 2016. *Marketing Manajemen*. Edisi 14. Global Edision Pearson. Prentice.
- Kotler. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nugroho, T, D. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Rokok Surya. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)* Vol. 3 No. 1
- Nova Listatia Fajar dan Mohammad Yani, 2019, Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Laundry Dinda Di Sampit, *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)* Vol. 4/No. 2.
- Sugiono. 2018. *Metode penelitian Kuantitati*



## Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Guru Taman Kanak-Kanak di Kecamatan Semampir Surabaya

Alisa Qotrun Nada<sup>1</sup>, Bambang Dwi Waryanto<sup>2</sup>, Nurdina<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email: [alisanada.1202@gmail.com](mailto:alisanada.1202@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurdina@unipasby.ac.id](mailto:nurdina@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>

Koresponden: [bambangdwi275@gmail.com](mailto:bambangdwi275@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstract

*The purpose of this study was to determine the effect of the work environment, motivation and work discipline on the work productivity of kindergarten teachers in Semampir sub-district, Surabaya. This research method uses causal associative analysis, with data analysis techniques using a quantitative approach. Saturated sampling technique was applied in this study, as well as 50 teacher respondents as the number of samples. The results of this study prove that the conditions of the work environment, work motivation and work discipline are in good criteria. Then it is proven that the work environment affects teacher productivity, work motivation affects teacher productivity, work discipline affects teacher productivity.*

*Keywords: Work Environment, Work Motivation, Work Discipline, Work Productivity*

### Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi pengaruh lingkungan kerja, motivasi dan disiplin kerja terhadap produktivitas kerja guru taman kanak-kanak di kecamatan Semampir Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan analisis asosiatif kausal, dengan teknik analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling jenuh diterapkan dalam penelitian ini, serta 50 responden guru sebagai jumlah sampel. Hasil penelitian ini membuktikan kondisi lingkungan kerja, motivasi kerja dan disiplin kerja berada dalam kriteria baik. Kemudian terbukti lingkungan kerja berpengaruh terhadap produktivitas guru, motivasi kerja berpengaruh terhadap produktivitas guru, disiplin kerja berpengaruh terhadap produktivitas guru. Serta lingkungan kerja, motivasi kerja, dan disiplin kerja secara simultan memiliki pengaruh terhadap produktivitas guru.

Kata Kunci: Lingkungan, Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Produktivitas Kerja

## PENDAHULUAN

Sumber daya manusia berkompeten diperlukan oleh setiap organisasi pemerintah dan swasta. Pendidikan ialah suatu aspek utama dan faktor terpenting dalam proses pengembangan pola pikir dan sikap pribadi manusia. Dalam Undang-Undang No 14 tahun 2005 tentang guru dan dosen yang diuraikan bahwa guru adalah tenaga ahli yang memiliki fungsi untuk menjaga martabat guru selaku agen pengajar serta mengupayakan tingkat mutu pendidikan.

Dalam aspek ilmu manajemen, pendidikan dapat dikatakan efektif apabila dapat melakukan dan mendayagunakan seluruh sumber daya manusia sekolah secara efisien dan menerapkan perilaku yang objektif sesuai dengan ilmu manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pengawasan dan pengendalian). Faktor pengembangan sumber daya manusia pengajar dapat dijadikan dalam sebuah upaya mendorong kinerja guru agar terus meningkat. (Badawi, 2014)

Pengajar harus produktif agar dapat bekerja secara efektif dan efisien. Produktivitas adalah sebuah ukuran seberapa banyak pengajar dapat melakukan tugas dalam kuantitas dan kualitas yang sudah ditetapkan (Aspiyah dan Martono, 2016)

Lingkungan kerja ialah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi produktivitas kerja. Lingkungan kerja yang kondusif dapat menumbuhkan motivasi pengajar. Misalnya hubungan harmonis antar sesama pengajar, komunikasi berjalan lancar, ruangan ber AC. Suasana lingkungan yang kondusif sangat dibutuhkan dalam upaya peningkatan motivasi kerja (Engkoswara & Komariah, 2012). Menurut Sedarmayanti (2011) terdapat beberapa faktor yang berhubungan dengan indikator lingkungan kerja antara lain: a) Suhu udara; b) Penerangan; c) Keamanan ; d) Kebisingan; e) *Background*; f) Sirkulasi udara; g) Hubungan Kerja.

Arianty, Bahagia, Lubis dan Siswadi (2016) menyatakan bahwa motivasi internal berasal dari keinginan untuk mendapatkan pendapatan, pengakuan, kekuasaan, dan penghormatan. Motivasi eksternal dapat berasal dari rekan kerja, keluarga dan atasan. Motivasi kerja umumnya berkaitan dengan upaya kearah sasaran dan tujuan organisasi agar cerminan minat tuggal terhadap perilaku yang berkaitan dengan pekerjaan (Sekartini, 2016).

Menurut Rasyid dan Tanjung (2020) terdapat jenis motivasi kerja, sebagai berikut: motivasi positif ialah tindakan mempengaruhi seseorang dengan memberi suatu hadiah atau *reward*; motivasi negatif ialah tindakan memaksa seseorang dengan memberikan ketakutan kehilangan uang, kehilangan status dan kehilangan pengakuan.

Menurut Mappasomba (2017) indikator-indikator motivasi kerja sebagai berikut : a) situasi kerja ialah situasi dimana dapat memberikan rasa nyaman dan aman yang didukung dengan alat kerja yang mumpuni; b) peluang untuk maju adalah suatu pengembangan pengajar di tempat kerja; c) tanggung jawab ialah kewajiban dalam melakukan pekerjaan dengan baik; d) supervisi merupakan seorang atasan yang dapat membantu meningkatkan produktivitas pengajar.

Sekartini (2016) menyatakan bahwa disiplin adalah suatu aspek penting yang ada dalam setiap organisasi, dikarenakan kedisiplinan dapat berpengaruh dalam produktivias kerja. Mangkunegara & Anwar (2011) menyatakan bahwa bentuk disiplin kerja yaitu; a) *preventive dicipline*, suatu usaha menarik pengajar untuk mematuhi peraturan; b) *corrective dicipline*, suatu usaha menarik pengajar untuk tetap mengikuti peraturan; c) *progresive dicipline*, kegiatan memberi hukuman kepada pelanggar.

Menurut Hasibuan (2012) indikator dalam standar disiplin kerja terdapat empat indikator yaitu: a) tujuan yaitu suatu usaha yang harus dilakukan berdasarkan kemampuan karyawan; b) keteladan pimpinan yaitu sikap teladan pimpinan yang baik dapat dijadikan tiruan semua karyawan; c) balas jasa merupakan suatu sikap timbal balik dengan memberikan penilaian kepada organisasi. d) keadilan merupakan sikap yang menerapkan semua karyawan diperlakukan dengan sama.

Siregar & Zain (2020) menyatakan bahwa produktivitas adalah upaya yang dilakukan oleh individu untuk mencapai hasil optimal. Menurut Zuliawati (2016) produktivitas merupakan suatu bandingan antara *output* dan *input* dengan adanya sistem kerja dan keterampilan dari pengajar.

Indikator-indikator produktivitas kerja guru pada PP RI nomor 19 tahun 2017 tentang guru pasal 52 bahwa beban kerja guru antara lain: a) merencanakan pembelajaran, seorang guru diharapkan dapat merencanakan pembelajaran seperti menyusun kurikulum, menyusun rencana pelaksanaan pembelajaran; b) melaksanakan pembelajaran, seorang guru memiliki kewajiban melaksnakan pembelajaran sesuai dengan kurikulum yang telah ditetapkan; c) menilai hasil pembelajaran, guru diwajibkan memberika penilaian; d) membimbing dan melatih anak didik, guru memiliki tugas untuk memberikan bimbingan dan pelatihan kepada anak didiik; e) melaksanakan tugas tambahan, tugas tambahan memiliki tujuan untuk memenuhi beban jam kerja guru (Saputra, Sunaryo dan Pardiman, 2020).

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian asosiasi kausal menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:55), asosiatif kausal ialah penelitian untuk mengetahui hubungan antar variabel yang dilakukan sebagai pembuktian. Penelitian ini memiliki fungsi untuk meramalkan, menjelaskan, dan mengontrol suatu permasalahan

Sugiyono (2018:8) menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif ialah metode penelitian yang berdasarkan sampel dan populasi, instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data, memiliki sifat statistik untuk pengujian hipotesis data.

Penelitian ini menggunakan 2 jenis data, antara lain:

1) Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:213), sumber data sekunder ialah informasi yang tidak langsung diberikan kepada peneliti.

2) Data Primer

Sugiyono (2018:194) menyatakan bahwa sumber data primer yaitu informasi yang secara nyata diberikan kepada peneliti.

Hasil jawaban responden kemudian dimasukkan kedalam statistik menggunakan program SPSS bertujuan agar dapat menunjukkan pengaruh antar variabel. Uji data tersebut dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2012:53) uji ini memiliki tujuan untuk membuktikan kevalidan kuesioner. Uji validitas mempunyai batas *factor loading* maksimal 0,30

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:268) uji reliabilitas memiliki tujuan untuk membuktikan kestabilan data dengan melihat *cronbach alpha* dari tiap item instrumen yang mempunyai nilai *cronbach alpha* maksimal 0.6.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik mempunyai tujuan agar mengetahui kelayakan model analisis regresi (Ghozali, 2013:97). Uji asumsi klasik ini meliputi seperti di bawah ini:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk melihat model regresi memiliki distribusi normal atau sebaliknya (Ghozali, 2013:160). Uji ini dapat dilihat dari probabilitas, jika probabilitas lebih dari 0.05, artinya distribusi berjalan normal dan begitupun sebaliknya.

Tabel 1. Uji *kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Empiris dan Teoritis
N		58
Normal Persebaran <sup>a,b</sup>	Mean	.000
	Std. Deviation	2,85910048
Most Extreme Difference	Positive	.000
	Negative	-.000
	Two-Sided	.000
Kolmogorov-Smirnov Z		.000
Asymp. Sig. (2-Sided)		.000

a. Test Statistic is Normal.  
 b. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Lampiran Output SPSS (2021)

Pada tabel 1 diketahui jika uji kolmogorov-smirnov memiliki nilai 0.655 pada signifikansi 0.784, artinya dapat disimpulkan nilai sig. > 0.05, maka residual terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2013:105), uji ini mempunyai tujuan mengetahui apakah terjadi korelasi antar variabel atau tidak, uji ini dapat dilihat dari korelasi variabel bebas yang lebih dari 0,10.

Tabel 2 Uji Multikolinieritas

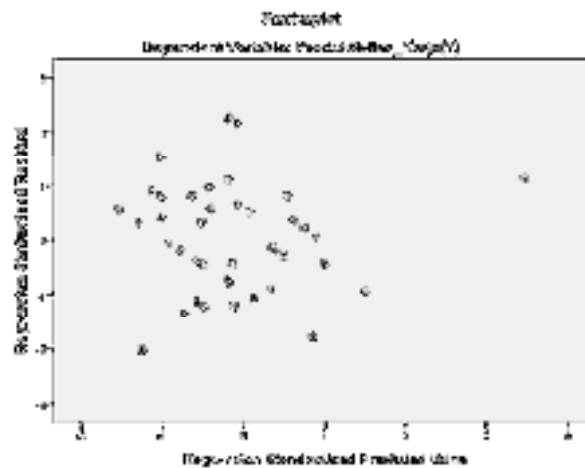
Model	Collinearity Statistics					
	Tolerance		VIF	λ	R <sup>2</sup>	Condition Index
	Collinearity	Constant				
1	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2	.999	.999	1,001	1,000	.999	1,001
3	.999	.999	1,001	1,000	.999	1,001
4	.999	.999	1,001	1,000	.999	1,001

Sumber: Lampiran Output SPSS (2021)

Pada tabel 2 di atas diketahui hasil perhitungan nilai VIF Lingkungan Kerja adalah 1.102, nilai VIF Motivasi Kerja adalah 1.237, nilai VIF Disiplin Kerja adalah 1.288, maka disimpulkan perolehan semua VIF adalah > 0.10, maka dapat diartikan multikolinieritas tidak berlaku di penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2013:139) uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan pada model regresi atau tidak. Syarat model regresi apabila tidak terjadinya heteroskedastisitas.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada grafik scatterplot di atas dapat dikatakan bahwa titik-titik tersebut tersebar luas, acak dan memiliki bentuk tertentu, maka dapat diartikan bahwa heteroskedastisitas tidak berlaku pada penelitian ini.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2016:192) menyatakan bahwa analisis linier berganda memiliki tujuan untuk menguji hipotesis variabel independen dan variabel dependen dengan persamaan regresi berganda.

Tabel 3. Regresi Linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
	1. (Constant)	6,4602	2,3451		2,753	,008	
2. Lingkungan Kerja (LK)	,265	,070	,381	3,792	,001	,928	1,066
3. Gaya Hidup (GL)	,590	,075	,789	7,729	,000	,928	1,066
4. Gaya Hidup (GL)	,274	,072	,374	3,808	,001	,928	1,066

Sumber: Data diolah SPSS (2021)

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (regresi simultan)

Ghozali (2012:98) menyatakan bahwa uji F bertujuan untuk membuktikan bahwa variabel dependen masuk bersama variabel independen.

Tabel 4. Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Jumlah Kuadrat	df	Rata-rata Kuadrat	F	Sig.
1	Regresi (a)	822,443	3	274,148	14,206	,000 <sup>b</sup>
	Residual	206,107	36	5,725		
	Total	1028,550	39			

a. Dependent Variable: Perilaku Berkelanjutan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Dampak\_Media\_Sosial, Lingkungan\_Rupa, Adanya\_Rupa

Sumber: Data olah SPSS (2021)

Dari tabel di atas, disimpulkan bahwa variabel dependen diuji secara simultan terhadap variabel independen. Ditunjukkan hasil signifikan < 0.05. Sedangkan hasil uji F sebesar  $14.206 > 3.18$  (df=50). Sehingga dapat diartikan hasil uji simultan hipotesis  $H_1$  diterima.

b. Uji t (regresi parsial)

Menurut Ghazali (2012:98), uji t-statistik pada umumnya menunjukkan besarnya variabel independen menjelaskan perubahan variabel dependen.

Tabel 5. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	2,662	6,081		,278	,778		
Language (Inggris)	,752	,135	,544	5,569	,000	,987	1,022
Media Sosial	,275	,117	,234	1,997	,069	,988	1,022
Demografi (usia)	,250	,145	,171	1,736	,091	,979	1,022

Sumber: Data diolah SPSS (2021)

5. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Ghozali (2017:96), korelasi memiliki tujuan untuk mengukur kekuatan linier antar variabel.

Tabel 6. Koefisien Korelasi (R)

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,876 <sup>a</sup>	,534	,875	2,751

Sumber: Lampiran Output SPSS (2021)

Tabel 6 menunjukkan nilai R senilai 0.876 yang artinya kedua variabel memiliki hubungan yang sangat kuat.

6. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Ghozali (2017:97), koefisien determinasi digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,876 <sup>a</sup>	,534	,875	2,751

Sumber: Lampiran Output SPSS (2021)

Pada tabel 7, nilai R-Square adalah 0.534. Terlihat bahwa variabel dependen memiliki pengaruh sebesar 53.4% terhadap variabel independen, dan sisanya sebesar 46.6% dapat dipengaruhi oleh faktor lain.

## HASIL

### 1. Pengaruh Lingkungan Kerja ( $X_1$ ) Terhadap Produktivitas Kerja (Y).

Hasil penelitian membuktikan jika variabel lingkungan kerja memiliki pengaruh positif terhadap produktivitas kerja guru TK kecamatan Semampir Surabaya. Hal ini terbukti dengan adanya nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.996 dengan taraf signifikansi 2.009 serta tingkat signifikansi  $0.004 < 0.05$ . Artinya, kecocokan dan kenyamanan situasi kerja dapat dinilai dalam waktu lama. Lingkungan kerja yang nyaman dan bersih memberikan ketenangan pikiran bagi guru (Aspiyah & Martono, 2016).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Prasasti (2014) menyebutkan bahwa ruang sekolah mempengaruhi produktivitas tenaga kerja. Kondisi lingkungan kerja, kualitas sirkulasi udara, kualitas pencahayaan, keamanan dan kebersihan yang mempengaruhi efisiensi pengajar serta dapat mengoptimalkan kualitas pengajar.

### 2. Pengaruh Motivasi Kerja ( $X_2$ ) Terhadap Produktivitas Kerja (Y)

Hasil penelitian membuktikan jika variabel motivasi kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja guru TK kecamatan Semampir kota Surabaya. Hal ini terbukti dengan adanya nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.136 dengan taraf signifikansi 2.009 serta tingkat signifikansi  $0.038 < 0.05$ . Artinya, motivasi sebagai pendorong dalam menyelesaikan tugas yang telah ditetapkan, sehingga dorongan tersebut mempengaruhi produktivitas guru.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Saputra, Sunario, Pardiman (2021), menyebutkan bahwa motivasi berarti penghargaan atau motivasi yang dapat membangkitkan semangat kerja.

### 3. Pengaruh Disiplin Kerja ( $X_3$ ) Terhadap Produktivitas Kerja (Y)

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel disiplin kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja guru TK kecamatan Semampir kota Surabaya. Hal ini terbukti dengan adanya nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.491 dengan taraf signifikansi 2.009 serta tingkat signifikansi  $0.038 < 0.05$ . Artinya, perbuatan perilaku yang telah sesuai dengan peraturan tertulis dan tidak tertulis.

### 4. Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan kerja, motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap produktivitas kerja guru TK di Kecamatan Semampir Kota Surabaya. Diketahui  $F_{hitung}$  sebesar 14.206 dengan tingkat sig.  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima, artinya lingkungan kerja, motivasi kerja, dan disiplin kerja memiliki pengaruh terhadap produktivitas kerja guru TK di Kecamatan Semampir Kota Surabaya.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan hasil yang telah dijelaskan di atas, maka dapat disimpulkan:

1. Hasil uji pada variabel lingkungan kerja secara parsial membuktikan memberi pengaruh positif terhadap produktivitas kerja guru TK di kecamatan Semampir Kota Surabaya. Karena semakin baik lingkungan kerja seperti pencahayaan yang cukup, sirkulasi udara yang baik, keamanan, serta hubungan kerja antar guru, maka produktivitas guru akan semakin tinggi.
2. Hasil uji pada variabel motivasi kerja secara parsial membuktikan memberi pengaruh positif terhadap produktivitas kerja guru TK di kecamatan Semampir Kota Surabaya. Karena tingginya tingkat motivasi guru seperti keinginan untuk memiliki (ekonomis), keinginan untuk

mendapatkan pengakuan (psikologis), dan keinginan untuk hidup. Maka akan menyebabkan peningkatan produktivitas kerja guru.

3. Hasil uji pada variabel disiplin kerja secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap produktivitas kerja guru TK di kecamatan Semampir Kota Surabaya. Karena semakin tinggi tingkat disiplin kerja guru seperti peraturan fleksibel yang tidak memberatkan, teladan pimpinan yang baik, maka semakin tinggi pula peningkatan produktivitas kerja guru.
4. Hasil uji secara simultan bahwa keempat variabel yaitu lingkungan kerja, motivasi kerja dan disiplin kerja secara bersama memiliki pengaruh terhadap produktivitas kerja guru.

Teruji dengan hasil nilai  $F_{hitung}$  sebesar 14.206 dengan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Sehingga pengujian ini bisa diterima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D., Saputri, I. P., & Suhendar, A. I. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja, Iklim Organisasi, dan Komitmen Organisasi Terhadap Produktivitas Kerja Guru. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 268-279.
- Arianty, N., Bahagia, R., Lubis, A. A., & Siswadi, Y. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Medan: Perdana Publishing.
- Aspiyah, M., & Martono. (2016). Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja, dan Pelatihan pada Produktivitas Kerja. *Management Analysis Journal* 5 (4) , 339-346.
- Badawi, A. (2014). Pengaruh Lingkungan, Disiplin Kerja, dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan kerja serta Implikasinya pada Kinerja Guru. *Kontiges*, 17-27.
- Engkoswara, & Komariah, A. (2012). *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghazali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi ketujuh*. . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate engan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. S. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: PT Bumi Askara.
- Khair, H., Bismala, L., Arianty, N., & Pratami, L. (2018). *Manajemen Strategi*. Kumpulan Buku Dosen: 1(1).
- Lestari, M., Faozanudin, M., & Puspita, D. R. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Publikasi Ilmiah Guru PNS Di SMP Negeri 1 Rembang an SMP Negeri 3 Pengadegan Kabupaten Purbalingga. *Indonesian Journal of Public Administration (IJPA)*, 4(1).
- Mangkunegara, A. A., & Anwar, P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mappasomba. (2017). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja terhadap Prestasi kerja Karyawan pada PT PLN (PERSERO) Wilayah Sulselrabar. *Jurnal Riset Edisi XVIII*, 110-123.
- Prasasti, A. (2016). Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah, Kompetensi Guru dan Lingkungan Kerja terhadap Produktivitas Sekolah. *Journal of Accounting and Business Education* , 2(2).
- Rasyid, M. A., & Tanjung, H. (2020). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja Guru pada SMA Swasta Perkumpulan Amal Bakti 4 Sampali Medan. *Ilmiah Magister Manajemen*, 60-74.
- Saputra, A. E., Sunaryo, H., & Pardiman. (2021). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Guru Pada SMPN 1 Bululawang Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(06).

- Sedarmayanti. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Sekartini, N. L. (2016). Pengaruh Kemampuan Kerja, Disiplin Kerja, Motivasi kerja Terhadap kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Administrasi Universitas Warmadewa. *Ekonomi & Bisnis*, 64-75.
- Siregar, M., & Zain, F. (2020). Kontribusi Rekrutmen, Pemberian Hadiah dan Hukuman Terhadap Produktivitas Kerja Guru Di MTs N Kota Medan. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zuliawati, N. (2016). Pengaruh Kreativitas dan Motivasi Kerja terhaap Produktivitas Guru pendidikan Agama Islam Sekolah Dasar Sekecamatan Baturetno Kabupaten Wonogiri. *Jurnal At-Tanbawi*, 23-38.

## PENGARUH KEBIJAKAN HUTANG, KEBIJAKAN DEVIDEN & STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR TEKSTIL & GARMENT YANG TERDAFTAR DI BEI

Tria Nur Hidayah<sup>1</sup>, Mohammad Afrizal Miradji<sup>2</sup>, Bayu Adi<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email: [trianurhidayah97@gmail.com](mailto:trianurhidayah97@gmail.com)<sup>1</sup>, [bayuadin100@gmail.com](mailto:bayuadin100@gmail.com)<sup>3</sup>

Koresponden: [afrizal@unipasby.ac.id](mailto:afrizal@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstract**

*The company was established to maximize the profits derived from its operational activities and achieve its goals, so that the company can maintain a stable financial condition, the company needs to take the right policies. This study was conducted by the author to analyze the extent of the influence of debt policy, dividend policy & capital structure on the value of companies. The approach used is quantitative, a population of 18 companies and 14 companies were selected as samples. From the test results, it has been found that debt policy has proven to have no effect on firm value, dividend policy has proven to have an effect on firm value, capital structure has proven to have an effect on firm value, while testing with the F-test proved to have free variables on firm value.*

**Key Words** : Debt policy, dividend policy, capital structure & firm value.

### **Abstrak**

Perusahaan berdiri untuk memaksimalkan keuntungan yang didapat dari kegiatan operasionalnya serta mencapai tujuan, agar perusahaan dapat menjaga kondisi finansialnya tetap stabil, perusahaan perlu mengambil kebijakan yang tepat. Penelitian ini dilakukan oleh penulis untuk menganalisa sejauh mana pengaruh dari kebijakan hutang, kebijakan deviden & struktur modal terhadap nilai perusahaan. Pendekatan yang digunakan secara kuantitatif, populasi sebanyak 18 perusahaan serta 14 perusahaan dipilih sebagai sampel. Dari hasil pengujian telah didapatkan hasil bahwa kebijakan hutang terbukti tidak ada pengaruh terhadap nilai perusahaan, kebijakan deviden terbukti ada pengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal terbukti ada pengaruh terhadap nilai perusahaan, adapun pengujian dengan uji-F terbukti ada pengaruh variabel bebas terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci** : Kebijakan hutang, kebijakan deviden, struktur modal & nilai perusahaan.

## PENDAHULUAN

Saat ini jumlah perusahaan yang berdiri semakin bertambah, hal ini dikarenakan prospek bisnis diseluruh sektor usaha di Indonesia sangat menjanjikan, sehingga membuat para pemilik modal untuk berlomba mendirikan perusahaan dengan harapan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal. Setiap perusahaan yang berdiri diharuskan untuk mampu menerapkan strategi perusahaan yang tepat, sebab persaingan bisnis semakin ketat membuat tantangan perusahaan juga semakin berat, saat ini perusahaan mulai melakukan inovasi & kreasi sebagai upaya untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk. Perusahaan dalam upayanya harus menjaga kondisi keuangan perusahaan tetap stabil, dengan melakukan kebijakan perusahaan yang sesuai dengan keadaan bisnis saat ini. Baik perusahaan besar ataupun kecil memiliki risiko yang sama yakni mengalami kerugian akibat tidak mampu membiayai operasionalnya, sehingga manajemen perlu melakukan perhitungan yang cermat agar kondisi perusahaan tetap baik dan menjaga modal para investor agar tetap produktif.

Perusahaan juga dituntut untuk selalu menjaga nilai perusahaan agar tetap stabil, para investor akan mengawasi kinerja manajemen perusahaan, manajemen harus bekerja keras dalam meningkatkan nilai perusahaan agar dapat mensejahterakan para investor, apabila nilai perusahaan stabil dari waktu ke waktu, maka hal tersebut sangat baik digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan kebijakan perusahaan. Perusahaan harus mampu bersaing dengan para kompetitor, adapun langkah yang dapat dilakukan yakni dengan meningkatkan nilai saham perusahaan dipasar modal.

Apabila nilai saham perusahaan di pasar modal dapat konsisten untuk terus meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan minat para investor untuk segera berinvestasi. Kunci utama dalam menjaga komitmen perusahaan dengan investor ialah modal yang ditanamkan oleh para investor harus dimanfaatkan secara hati-hati dan produktif.

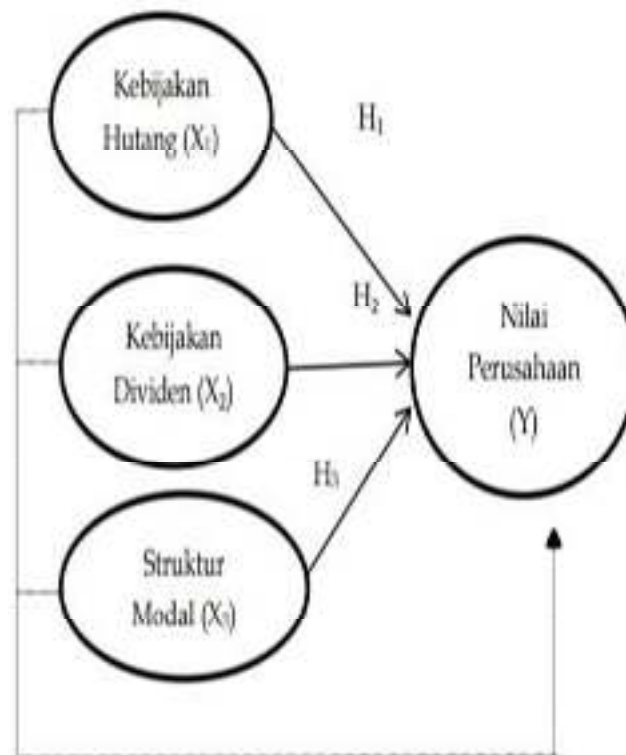
Nilai perusahaan berhubungan langsung dengan pengambilan keputusan yang tepat yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, perusahaan harus meningkatkan nilai saham perusahaan apabila menginginkan para investor untuk tetap menanamkan modalnya, oleh karena itu terdapat faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan, faktor tersebut salah satunya ialah hutang. Dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, pembiayaan perusahaan sebagian besar dibiayai oleh hutang, adapun hutang ini didapatkan dari modal para investor ataupun pihak perbankan. Oleh karena itu pemanfaatan sumber modal dari hutang harus dioptimalkan agar menghasilkan profit yang banyak untuk membayarnya di waktu yang telah disepakati bersama. Manajemen perlu melakukan kebijakan hutang yang sesuai dengan kondisi perusahaan, sehingga perusahaan tidak sampai mengalami kerugian akibat beban hutang yang terlalu besar untuk ditanggung perusahaan.

Selain dari kebijakan hutang, kebijakan yang digunakan untuk mengukur pengaruh pada nilai perusahaan adalah kebijakan dividen. Kebijakan dividen suatu perusahaan dapat diukur dengan rasio dividen payout ratio. Dimana dividen payout ratio ini merupakan faktor pertimbangan penting bagi investor untuk menentukan lama tidaknya perusahaan menahan sahamnya. Dividen payout ratio merupakan rasio perhitungan untuk menghitung kebijakan dividen suatu perusahaan dimana rasio ini mampu menunjukkan seberapa besar laba bersih yang dibagikan perusahaan dalam bentuk dividen untuk para pemegang saham di dalam perusahaan tersebut. Karena nilai perusahaan juga dapat dilihat dari kemampuan perusahaan ketika membayar dividen.

Nilai perusahaan dapat dilihat dari faktor struktur modal perusahaan. Dijelaskan bahwa struktur modal menjadi bagian penting yang ada di perusahaan, struktur modal merupakan perbandingan antara modal asing/hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Rasio yang digunakan untuk mengukur struktur modal perusahaan yaitu Debt to Equity Ratio. Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur struktur modal suatu perusahaan

yang digunakan dalam hal pendanaan biaya operasional pada perusahaan itu sendiri. Beberapa opsi cara perusahaan ketika untuk mendapatkan modal adalah dengan meminjam dana kepada pihak luar/eksternal. Dengan pemenuhan modal bersumber dari dana eksternal maka akan menentukan kemampuan perusahaan dalam melakukan aktivitas. Dimana hutang akan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, Sebaliknya jika komposisi dana eksternal menjadi berlebih maka akan ada peningkatan risiko keuangan atau meningkatkan risiko kebangkrutan apabila kondisi perusahaan tidak bagus.

### KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1 Kerangka  
Konseptual

### METODE PENELITIAN

Dijelaskan bahwa riset ini memakai pendekatan kuantitatif, populasi yang digunakan sebanyak 18

perusahaan serta sampel 14 perusahaan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN UJI  
ASUMSI KLASIK**

1. Uji Normalitas

Tabel 1 Uji  
Normalitas

		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,00E+00
	Std. Deviation	1,10510954
Most Extreme Differences	Absolute	0,09
	Positive	0,072
	Negative	-0,09
Kolmogorov-Smirnov Z		0,582
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,887

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Didapatkan hasil nilai *asym.sig* sebesar  $0,887 > 0,05$ . Sehingga terbukti data telah berdistribusi normal.

Tabel 2  
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
KH	0,378	2,646
KD	0,157	6,377
SM	0,207	4,823

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Diperoleh hasil bahwa data ini terbebas dari gangguan multikolinieritas.

Tabel 3  
Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
,974 <sup>a</sup>	0,949	0,945	1,1479	1,685

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Tabel diatas memperlihatkan bahwa data tidak terdapat autokorelasi  
Heteroskedastisitas

Model	T	Sig.
(Constant)	0,195	0,846
KH	-0,039	0,969
KD	-0,36	0,721
SM	0,038	0,97

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Diperoleh hasil tabel diatas telah terbukti tidak terjadi heterokedastisitas

Tabel 5  
Analisis regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	275,681	16,441
1 KH	0,514	2,966
KD	-69,427	3,481
SM	33,573	2,042

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :  $Y = 275,681 + 0,514 X_1 - 69,427 X_2 + 33,573 X_3 + 16,441$

Tabel 6  
Uji-T

Model	T	Sig.
(Constant)	16,768	0
KH	0,173	0,863
KD	-19,944	0
SM	16,443	0

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

1. Terbukti tidak ada pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,173 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,02269.
2. Terbukti ada pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar -19,944 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,02269.
3. Secara simultan ada pengaruh variabel bebas terhadap nilai perusahaan. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 16,443 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,02269.

Tabel 7  
Uji-F

Model	F	Sig.
Regression	235,311	,000 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Diperoleh hasil  $f_{hitung}$  sebesar 235,311 dan  $f_{tabel}$  sebesar 2,85 serta signifikan sebesar 0,00. Sehingga secara simultan ada pengaruh variabel bebas terhadap nilai perusahaan.

## SIMPULAN

1. Dapat disimpulkan tidak ada pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan.
2. Dapat disimpulkan terbukti ada pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.
3. Dapat disimpulkan terbukti ada pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
4. Secara simultan ada pengaruh variabel bebas terhadap nilai perusahaan.

## IMPLIKASI

Dari hasil yang didapat pada penelitian ini diharapkan dapat dipakai oleh perusahaan untuk melakukan pengambilan kebijakan terkait hutang, dividen serta struktur modal. Perusahaan harus mampu meningkatkan nilai perusahaan dipasar modal agar dapat menarik minat para investor, selain itu temuan riset ini dapat dipakai oleh investor dalam proses pengambilan keputusan sebelum berinvestasi di perusahaan yang ingin dituju untuk menanamkan modalnya, karna investor akan cenderung memilih perusahaan yang mempunyai kondisi keuangan yang stabil serta pembagian dividen yang besar.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Selama proses penelitian berlangsung, penulis mengalami beberapa hambatan yakni :

1. Peneliti berfokus hanya pada perusahaan manufaktur
2. Bagi peneliti selanjutnya agar memakai variabel lain agar lebih bervariasi
3. Riset ini hanya memakai data perusahaan yang penulis dapat dari situs BEI

## DAFTAR PUSTAKA

(Wijaya et al, 2010/2017), Pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 15.

A. P. (2015). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Affairs, R., Except, M., Patankar, P. M. and S., SEER, Implementation, U., Variable, C., Fritz, A., Services, H., Jan, A., Graffelman, M. J., Cavity, O., File, D., Provisions, G., Medicare, F., Plans, A., Advantage, M., Drug, P., Plans, P. D., Tang, N., ... Hofferkamp, J. (2018). [papers2://publication/uuid/512EBCE8-D635-4348-A67D-22DD52988F4C](https://papers2://publication/uuid/512EBCE8-D635-4348-A67D-22DD52988F4C)

- Alhogbi, B. G. (2017). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>. Diakses, 10 Februari 2021 pukul 16:00.
- Alhogbi, B. G. (2017). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>. Diakses, 10 Februari 2021 pukul 16:00.
- Alma, N., Mardani, R., & Salim, M. (2019). Pengaruh struktur modal, likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Study kasus pada perusahaan Manufaktur Sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2017). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODIMANAJEMEN*.
- Anisah, N., & Agustina, L. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Struktur Kepemilikan saham Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan Dewantara*.
- Arsadena, B. A. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Struktur Modal dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1011–1025.
- Aulia, R. Z., Asmeri, R., & Yani, M. (2019). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Nilai Pasar terhadap Investment Opportunity Set (pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Periode 2014-2017). *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*. <https://doi.org/10.37301/jkaa.v14i2.13>. Diakses, 10 Februari 2021 pukul 16:00.
- Azis, R. Y. (2017). Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Skripsi*.
- Damara, G. O. L. (2016). Penilaian Kinerja Cerah Jaya Abadi Dengan Metode Balanced Scorecard.
- Erawati, T., & Sulistiyanto, D. (2019). Pengaruh struktur modal, profitabilitas, likuiditas, dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Media Ekonomi*.
- Esana, R., & Darmawan, A. (2017). Pengaruh Kebijakan D. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Esana, R., & Darmawan, A. (2017). Pengaruh kebijakan deviden dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan serta dampaknya terhadap profitabilitas t+1 (Studi pada Sub

Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2006-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.

Hamidy, R. R., Gusti, I., Wiksuana, B., Gede, L., & Artini, S. (2015). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia. 10, 665–682.

Hartawan, F. (2020). Pengaruh kebijakan dividen, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri dasar dan kimia .... SKRIPSI-2020.

<http://egismy.wordpress.com/2008/02/16/bagian-i-tekstil-dan-produk-tekstil/>. Diakses, 24 Mei 2021pukul 14:00

## PENGARUH COMPUTER ANXIETY, COMPUTER ATTITUDE DAN COMPUTER SELF EFFICACY TERHADAP MINAT MAHASISWA AKUNTANSI MENGGUNAKAN SOFTWARE ACCOUNTING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA AKUNTANSI ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA)

Dhea Sania Primaderni<sup>1</sup>, Sugijanto<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Indonesia<sup>1,2</sup>  
Email : [dheasania25@gmail.com](mailto:dheasania25@gmail.com)<sup>1</sup>  
Koresponden : [sugijanto@unipasby.ac.id](mailto:sugijanto@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine the effect of CAX, CAT, and CSE together on the Interest of Accounting Students Using Software Accounting. This research is included as a quantitative research. The population used in this research are students of the Accounting Study Program, Faculty of Economics & Business, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya with a sample of 123 students. The sampling technique used was purposive sampling. The data collection technique used is a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. Based on the results of testing the first hypothesis (H1) using the t-test statistic, CAX has a t-count value of 0,979 with a significant level of  $0.329 > 0.05$ . This value shows that CAX has no effect on the interest of accounting students to use accounting software. To test the second hypothesis (H2) by using statistical test t diperoleh nilai on CAT memiliki nilai 0.149 with a significant level of  $0.882 > 0.05$ . This value shows that CAT has no effect on accounting students' interest in using accounting software. And for testing the second hypothesis (H3) by using statistical test t diperoleh nilai on CSE memiliki nilai 3.593 with a significant level of  $0.000 < 0.05$ . This value shows that CSE has an effect on the interest of accounting students to use accounting software.*

**Keywords:** CAX, CAT, CSE, Software Accounting

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh CAX, CAT, dan CSE secara bersama terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan Software Akuntansi. Penelitian ini termasuk merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dengan sampel penelitian sebanyak 123 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) dengan menggunakan uji statistik t diperoleh nilai pada CAX memiliki nilai  $t_{hitung}$  0,979 dengan tingkat signifikan  $0,329 > 0,05$ . Nilai ini menunjukkan CAX tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi menggunakan software akuntansi. Untuk pengujian hipotesis kedua (H2) dengan menggunakan uji statistik t diperoleh nilai pada CAT memiliki nilai  $t_{hitung}$  0,149 dengan tingkat signifikan  $0,882 > 0,05$ . Nilai ini menunjukkan CAT tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi menggunakan software akuntansi. Dan untuk pengujian hipotesis kedua (H3) dengan menggunakan uji statistik t diperoleh nilai pada CSE memiliki nilai  $t_{hitung}$  3,593 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Nilai ini menunjukkan CSE berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi menggunakan software akuntansi.

**Kata Kunci:** CAX, CAT, CSE, , Software Akuntansi

## PENDAHULUAN

Akuntansi adalah sistem yang bisa membantu perusahaan untuk pengambilan keputusan yang menyalurkan sumber daya secara efisien dan mempermudah dalam mengolah data transaksi perusahaan menjadi sebuah informasi yang mempunyai nilai plus sehingga tujuan organisasi dapat tercapai serta penggunaan SIA yang berbasis komputer akan menggantikan proses pengerjaan data dan perhitungan secara manual.

Munculnya paradigma baru merupakan kerangka reformasi pada era ini, memberikan dampak yang signifikan kepada beberapa aspek, terutama pada produk, rantai pasokan, konsumen dan pekerja. Seorang akuntan salah satunya merupakan profesi yang terlibat secara langsung didalamnya yang pastinya bagaimana seorang akuntan melakukan profesi yang dijalankannya, selain harus beradaptasi dengan cara meningkatkan kualitas diri untuk dapat mengimbangi era revolusi industri yang sudah diinisiasi. Dalam segala aktivitas manusia dipermudah dengan kemajuan teknologi. Menurut (Putra dan Nugroho, 2016) Kemajuan teknologi ini di tandai dengan penggunaan komputer diberbagai bidang termasuk dalam bidang akuntansi.

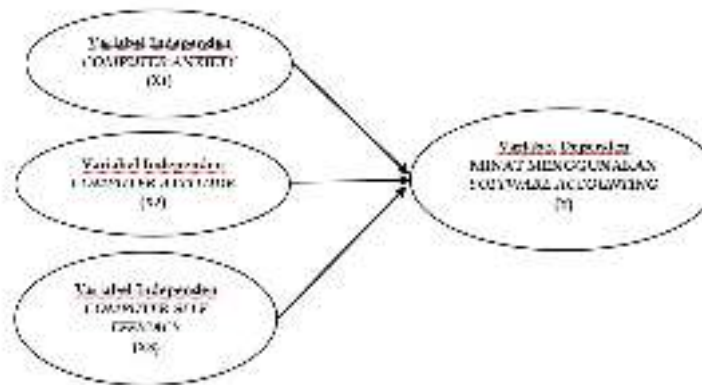
Software akuntansi yang di terapkan setidaknya menuntut para pemakai memiliki keahlian dalam mengaplikasikan komputer, karena pelaksanaan sistem informasi setidaknya memerlukan tiga hal yaitu berupa perangkat keras, perangkat lunak, dan pengguna. Namun, pada realitanya terjadi beberapa kendala bahwa tidak semua orang mampu bekerja menggunakan software akuntansi. Masalah ini kemungkinan bisa terjadi karena kurangnya kemampuan seseorang dalam menggunakan aplikasi serta respon individu terhadap penerapan software akuntansi secara dinamis seperti menerima maupun menolak dengan hal-hal yang bersifat baru. Kendala ini juga bisa dikarenakan biasanya mahasiswa akuntansi kurang mendapat meteri mengenai aplikasi komputer akuntansi dan lebih sering mempeleajari akuntansi menggunakan pencatatan manual pada saat perkuliahan. Hal itu menyebabkan mahasiswa terbiasa mengerjakan dengan metode akuntansi secara manual di dibandingkan dengan menggunakan software-software akuntansi.

Dalam konsep teori TAM faktor pengguna sangat penting dalam melaksanakan sistem yang baru, teori ini yang menyebutkan bahwa pengguna sistem akan cenderung menggunakan sistem apabila suatu sistem itu mudah digunakan dan bermanfaat.

Terdapat faktor yang mempengaruhi keahlian individu dalam berkomputer seseorang yang dapat mempengaruhi minat menggunakan *software* akuntansi. Faktor-faktor tersebut antara lain CAX, CAT dan CSE. CAX adalah suatu rasa kecemasan diri ketika mengaplikasikan komputer sehingga dapat menimbulkan rasa takut dan tidak bisa mengaplikasikan komputer itu sendiri baik sekarang ataupun nantinya, sedangkan sikap berkomputer (CAT) juga dapat mempengaruhi kemampuan berkomputer seseorang biasanya sikap ini dilihat dari optimis atau pesimis. Dan juga CSE merupakan kepercayaan diri dari setiap mahasiswa akuntansi dalam mengaplikasikan komputer berbeda-beda, hal itu juga dapat mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi dalam menggunakan SA.

Berdasarkan penjelasan yang ada, terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Apakah CAX bertindak terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan SA ? 2. Apakah CAT bertindak terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan SA ? 3. Apakah CSE bertindak terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan SA ?. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Untuk menjabarkan pengaruh CAX terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan SA. 2. Untuk menjabarkan pengaruh CAT terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan SA . 3. Untuk menjabarkan pengaruh CSE terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan SA.

**KERANGKA KONSEPTUAL**



**METODE PENELITIAN**

**Populasi dan Sampel Penelitian**

Mahasiswa Akuntansi Angkatan 2017 Universitas PGRI Adi Buana dijadikan populasi. Metode *purposive sampling* digunakan untuk pengambilan sampel, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 123 mahasiswa. Adapun kriteria pemilihan sampel yaitu mahasiswa yang pernah mengampuh mata kuliah Aplikasi Komputer Akuntansi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner.

**HASIL PENELITIAN**

**Uji Instrumen**

Uji Instrumen dilaksanakan untuk mengukur data itu valid tidaknya

**Hasil Uji Validitas Data**

Hasil Uji Validitas																			
Variable	Dimensi	Hasil	Kriteria	Ket	Variable	Dimensi	Hasil	Kriteria	Ket	Variable	Dimensi	Hasil	Kriteria	Ket					
Computer Anxiety (X1)	S11	0,800	0,30	Valid	Computer Attitude (X2)	S11	0,896	0,30	Valid	Computer Self Efficacy (X3)	S11	0,779	0,30	Tidak	Minat Menggunakan Software Accounting (Y)	Y11	0,743	0,30	Valid
	S12	0,895	0,30	Valid		S12	0,800	0,30	Valid		S12	0,732	0,30	Tidak		Y12	0,895	0,30	Valid
	S13	0,973	0,30	Valid		S13	0,423	0,30	Valid		S13	0,901	0,30	Tidak		Y13	0,682	0,30	Valid
	S14	0,415	0,30	Valid		S14	0,537	0,30	Valid		S14	0,591	0,30	Valid		Y14	0,587	0,30	Valid
	S15	0,618	0,30	Valid		S15	0,862	0,30	Valid		S15	0,699	0,30	Valid		Y15	0,726	0,30	Valid
	S16	0,877	0,30	Valid		S16	0,881	0,30	Valid		S16	0,773	0,30	Valid		Y16	0,689	0,30	Valid
	S17	0,815	0,30	Valid		S17	0,559	0,30	Valid		S17	0,778	0,30	Valid		Y17	0,260	0,30	Valid
	S18	0,802	0,30	Valid		S18	0,868	0,30	Valid		S18	0,726	0,30	Valid		Y18	0,317	0,30	Valid
	S19	0,719	0,30	Valid		S19	0,379	0,30	Valid										
	X11	0,741	0,30	Valid															
X12	0,702	0,30	Valid																

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian yaitu CAX (X1), CAT (X2), CSE (X3) dan Minat Menggunakan *Software Accounting* (Y) menunjukkan nilai *correlations* lebih besar dari 0,30 (*correlations* > 0,30) yang artinya item penelitian telah valid.

**Uji Reliabilitas Data**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Model	Hasil	Kriteria	Ket.
Computer Anxiety (X1)	0,776	0,6	Reliabel
Computer Attitude (X2)	0,668	0,6	Reliabel
Computer Self Efficacy (X3)	0,817	0,6	Reliabel
Minat Menggunakan Software Accounting (Y)	0,753	0,6	Reliabel

Sumber: Data Diolah (Output SPSS Ver. 25.0)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian yaitu CAX (X1), CAT (X2), CSE (X3) dan Minat mahasiswa akuntansi menggunakan SA (Y) menunjukkan

nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 (*cronbach's alpha* > 0,60). Artinya data instrument penelitian yang digunakan peneliti telah andal atau reliable.

### UJI ASUMSI KLASIK

Uji asumsi klasik dilaksanakan untuk memeriksa apakah data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut. Berikut hasil uji asumsi klasik dengan SPSS 25:

Hasil Uji Asumsi Klasik			
Pengujian	Hasil	Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas	0,200	> 0,05	Normal
<b>Uji Multikolinieritas</b>			
Computer Anxiety (X <sub>1</sub> )	1,172	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Computer Attitude (X <sub>2</sub> )	1,230	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Computer Self Efficacy (X <sub>3</sub> )	1,274	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
<b>Uji Heteroskedastisitas</b>			
Computer Anxiety (X <sub>1</sub> )	0,067	> 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Computer Attitude (X <sub>2</sub> )	0,646	> 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Computer Self Efficacy (X <sub>3</sub> )	0,377	> 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Uji Autokorelasi	0,239	> 0,05	Tidak terjadi Autokorelasi

Sumber, Penulis 2021 : Data Diolah (Output SPSS Ver. 25.0)

#### Uji Normalitas

Menurut Tabel 4.10, data di peroleh nilai sig 0,200 > 0,05 hasil tersebut diartikan berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinieritas

Menurut Tabel 4.10, data di peroleh nilai VIF < 10 hasil tersebut diartikan setiap variabel tidak terjadi Multikolinieritas.

#### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Tabel 4.10, data di peroleh nilai sig > 0,05 hasil tersebut diartikan setiap variabel berdistribusi tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### Uji Autokorelasi

Menurut Tabel 4.10, data di peroleh nilai 0,239 > 0,05 diartikan tidak terjadi autokorelasi.

### ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

Hasil Regresi Linear Berganda	
Variabel	Hasil
(Constant)	15.864
Computer Anxiety (X <sub>1</sub> )	0,069
Computer Attitude (X <sub>2</sub> )	0,013
Computer Self Efficacy (X <sub>3</sub> )	0,417

Sumber, Penulis 2021 : Data Diolah (Output SPSS Ver. 25.0)

Data dalam perhitungan tabel diatas menunjukan hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y=15.864+0,069 X_1+0,013X_2+0,417X_3+e$$

Dapat dilihat dari persamaan regresi diatas bahwa nilai konstanta adalah 15.864 yang berarti, jika variabel independen dianggap tidak ada atau sama dengan nol (0) maka nilai minat menggunakan software akuntansi adalah 15.864.

Koefisien regresi CAX yang mempunyai nilai 0,069 diartikan bahwa kenaikan 1% pada CAX maka minat menggunakan SA mengalami peningkatan 0,069 dengan perkiraan variabel lain tetap, tetapi jika turun 1% maka minat menggunakan software akuntansi mengalami penurunan -0,069. Koefisien regresi CAT mempunyai nilai 0,013 diartikan bahwa mengalami kenaikan 1%, maka nilai Minat mahasiswa akuntansi menggunakan SA akan mengalami kenaikan juga sebesar 0,013 dengan asumsi variabel tetap. Sebaliknya jika turun 1% pada variabel CAT maka minat mahasiswa akuntansi menggunakan SA mengalami penurunan -0,013. Koefisien regresi CSE mempunyai nilai 0,417 diartikan bahwa mengalami kenaikan 1%, maka nilai Minat mahasiswa akuntansi menggunakan SA akan mengalami kenaikan juga sebesar 0,417 dengan asumsi variabel tetap. Sebaliknya jika turun 1% pada variabel CSE maka minat mahasiswa akuntansi menggunakan SA mengalami penurunan -0,417.

## UJI HIPOTESIS

### Uji t (parsial)

Hasil Uji t sebagai berikut :

Variabel	t	Sign.
Computer Anxiety (X <sub>1</sub> )	0,979	0,329
Computer Attitude (X <sub>2</sub> )	0,149	0,882
Computer Self Efficacy (X <sub>3</sub> )	3,593	0,000

Sumber, Penulis 2021.; Data Diolah (Output SPSS Ver. 25.0)

Dari perhitungan tabel di atas diketahui jika :

1. CAX  $t_{hitung}$  0,979 dengan nilai sig 0,329 sehingga ( $0,000 > 0,05$ ) artinya CAX tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan SA .
2. CAT  $t_{hitung}$  0,149 dengan nilai sig 0,882 sehingga ( $0,000 > 0,05$ ) artinya CAT tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan SA .
3. CSE  $t_{hitung}$  0,149 dengan nilai sig 0,000 sehingga ( $0,000 < 0,05$ ) artinya CSE memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan SA.

### Uji F (Simultan)

Hasil Uji F sebagai berikut :

Hasil	Sign.	Keterangan
7,061	0	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas hasil uji F (simultan) diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7,061 dan signifikansi  $0,00 < 0,05$  maka disimpulkan bahwa variabel independen (CAX, CAT, dan CSE) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Minat mahasiswa akuntansi menggunakan SA.

### Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Hasil Uji Determinasi	
Variabel	Hasil
Regression	0,130

Sumber: Data Diolah (Output SPSS Ver. 25)

Menurut table diatas, artinya koefisien determinasi pada *Ajusted RSquare* sebesar 0,130 atau 13% yang berarti bahwa 13% dari Minat Mahasiswa Akuntansi Menggunakan *Softaware Accounting* dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh ketiga variabel CAX ( $X_1$ ), CAT ( $X_2$ ), dan CSE ( $X_3$ ) sedangkan sisanya 87% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

### PEMBAHSAN

1. Hasil pengujian hipotesi pertama (H1) dengan menggunakan uji t (Parsial) diperoleh signifikansi pada variabel CAX sebesar  $0,329 > 0,05$ . Nilai tersebut menunjukkan bahwa CAX tidak berpengaruh secara parsial dan signifikansi dengan arah negatif terhadap minat mahasiswa akuntansi menggunakan SA. Sehingga hipotesis yang menyatakan CAX berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan software accounting pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya tidak dapat diterima.
2. Hasil pengujian hipotesi pertama (H2) dengan menggunakan uji t (Parsial) diperoleh signifikansi pada variabel CAT sebesar  $0,882 > 0,05$ . Nilai tersebut menunjukkan bahwa CAT tidak berpengaruh secara parsial dan signifikansi dengan arah negatif terhadap minat mahasiswa akuntansi menggunakan SA. Sehingga hipotesis yang menyatakan CAT berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan software accounting pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya tidak dapat diterima.
3. Hasil pengujian hipotesi pertama (H3) dengan menggunakan uji t (Parsial) diperoleh signifikansi pada variabel CSE sebesar  $0,000 > 0,05$ . Nilai tersebut menunjukkan bahwa CSE berpengaruh secara parsial dan signifikansi dengan arah positif terhadap minat mahasiswa akuntansi menggunakan SA. Sehingga hipotesis yang menyatakan CSE berpengaruh signifikan positif pada minat mahasiswa menggunakan SA pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dapat diterima.

### SIMPULAN

Dari hasil uji regresi linier berganda ditemukan hasil  $t_{hitung}$  0,979 (CAX) dan 0,149 (CAT) dengan nilai sig sebesar 0,329 (CAX) dan 0,882 (CAT), hal ini dinyatakan variable CAX dan CAT tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan SA karena lebih besar dari Nilai Sig 0,05. Sedangkan pada variable CSE ditemukan hasil  $t_{hitung}$  3,593 dengan nilai sig sebesar 0,000, maka dinyatakan variable CSE memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan SA karena nilai sig kurang dari 0,05.

### IMPLIKASI

Universitas khususnya fakultas ekonomi dan bisnis disarankan untuk mendukung trend Teknologi Informasi. Cara yang dapat digunakan misalnya mensosialisasikan perkembangan sistem dan teknologi informasi di lingkungan akademik khususnya mahasiswa baik melalui mata kuliah, pelatihan khusus, atau kursus Kemudian untuk mahasiswa akuntansi secara tidak langsung dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi komputer akuntansi agar dapat bersaing dalam era revolusi. Mahasiswa

setidaknya harus meningkatkan kemampuan dalam teknologi informasi akuntansi dan komputerisasi mengenai software akuntansi

## DAFTAR PUSTAKA

- Akpan (2013). *Computer Anxiety, Computer Self-Efficacy and Attitude towards Internet among Secondary School Students in Akwa Ibom State, Nigeria Inibong, American Journal of Educational Research, 2018, Vol. 6, No. 11.*
- Aprilian Kusuma Putra (2016) Pengaruh Computer Anxiety Computer Attitude dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Menggunakan Software Accounting (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta Angkatan 2012-2014)
- Bogar, Nursant, dan Salmia (2015). Studi Pengaruh *Computer Anxiety* Dan *Computer Attitude* Terhadap Keahlian Menggunakan Komputer Pada Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Teknik Informatika Universitas Satya Wiyata Mandala Nabire)
- Effendy, Restuti. (2015) Pengaruh *computer anxiety* terhadap keahlian karyawan dalam menggunakan komputer. Jurnal Akuntansi Universitas Jember Vol. 8 No.2
- Ghozali, Imam. 2014. Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husaini Usman. (2006). Manajemen, Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan Jakarta: Bumi Aksara.
- Hung, Tsai, dan Chou. (2016). Decomposing perceived playfulness: A contextual examination of two social networking sites. *Information and Management, Vol.53 No. 6*
- Iskandarsyah (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Prestasi Mahasiswa dalam Mempelajari Mata Kuliah Akuntansi Keuangan Menengah. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Iswanto, Wahjono. (2019). Pengaruh revolusi industri 4.0 terhadap ilmu akuntansi-esai. INFOKAM No. 1 Th. XV.
- I Nyoman Rasmien Adi dan Putu Eka Purnama Yanti (2018). “ Pengaruh *computer attitude, computer self efficacy, dan trust* terhadap minat menggunakan software akuntansi pada karyawan LPD se-kota Denpasar
- I Wayan Putra. 2016. Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Integritas Karyawan sebagai Variabel Pemoderasi. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.15, No.1, ISSN 2302-8556. April 2016
- Jogiyanto. 2007. Sistem informasi keperilakuan (Revisi). Yogyakarta: Andi Offset.
- Maharani, (2019). Pengaruh *computer anxiety* dan *computer attitude* terhadap keahlian pemakaian *software* akuntansi pada mahasiswa jurusan akuntansi di universitas mahasaraswati Denpasar. Jurnal Sains, Akuntansi dan Manajemen Vol. 1, No. 2
- Mia Ulfatun Nadlifa (2018) Pengaruh Persepsi Kemudahan Sistem dan Persepsi Kenyamanan Terhadap sikap positif pada Mahasiswa.
- Putra, A. K., & Nugroho, M. A. 2016. Pengaruh Computer Anxiety Computer Attitude Dan Computer Self Efficacy Terhadap Minat Menggunakan Software Akuntansi the Impacts of Computer Anxiety , Computer Attitude and Computer Self. Jurnal Profita Universitas Negeri Yogyakarta, (3), 1–19.
- Putri, Nirmala Maharani (2019) Pengaruh *computer anxiety* dan *computer attitude* terhadap keahlian pemakaian *software* akuntansi pada mahasiswa jurusan akuntansi di Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Rahayu dan Zufriyal (2019). Pengaruh Kecemasan Berkomputer dan Kemampuan individual serta pengaruhnya terhadap minat mahasiswa akuntansi menggunakan *software* akuntansi. Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM) Vol.6, No.1

- R Widianingsih, A Sunarmo, C Chriswanto (2017) melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Brinets Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Perceived Enjoyment dan Computer Playfulness sebagai Variable Moderating. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 2017.
- Safitri, M. E. (2015). Pengaruh Motivasi Belajar, *Computer Attitude* dan Fasilitas Laboratorium Akuntansi terhadap Prestasi Belajar Komputer Akuntansi *MYOB*. Skripsi. Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Saufika dan Mahmud (2019). Peran minat belajar dalam memediasi pengaruh *computer self efficacy* dan penggunaan internet terhadap prestasi belajar. *Economic Education Analysis Journal* 7 (3)
- Sri rahayu dan Zufrizal (2019). Pengaruh Kecemasan Berkomputer dan kemampuan Individual Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung :Alfabeta,.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung :Alfabeta, CV.
- Widyo, Dinar. 2012. Pengaruh Computer Anxiety dan Computer Attitude Terhadap Keahlian Mahasiswa Akuntansi Dalam Penggunaan Komputer. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*.
- Zanaria (2019) Pengaruh implementasi *BRINET*s terhadap kinerja pegawai : *perceived enjoyment* dan *computer playfulness* sebagai *variable moderating*, *Jurnal Fakultas Ekonomi Uiversitas Muhammadiyah Metro*.
- Soemarso. (2004). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat. Sugiyono.
- (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2016).
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet. Sukirno, S.
- (2011). *Makro Ekonomi Teori Pengantar, Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.

## Pengaruh Kepemilikan Publik, Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris dan Dewan Direksi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019

Idha Pujawati<sup>1</sup>, Bambang Dwi Wariyanto<sup>2</sup>, Nurdina<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>  
Email : [ppujawati007@gmail.com](mailto:ppujawati007@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurdina@unipasby.ac.id](mailto:nurdina@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>  
Koresponden : [bambangdwi275@gmail.com](mailto:bambangdwi275@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAC

This research aims to find out whether Public Ownership, Managerial Ownership, Board of Commissioners and Board of Directors have an impact on Financial Performance as measured by ROE in company units in the mining sector that have been recognized by the IDX. This research uses independent variables, namely Public Ownership, Managerial Ownership and also the Board of Commissioners and Board of Directors, but the dependent variable is Financial Performance. This research uses a sample of about 15 companies with data collection that is purposive sampling technique. Research using data analysis techniques is the classical assumption test including normality test, multicollinearity test and also autocorrelation test and heteroscedasticity test, as well as multiple linear regression, multiple determination test and even hypothesis testing (T test and F test). So this research results that Public Ownership and Managerial Ownership do not have an influence on the Financial Performance of companies in the mining sector that have been listed on the IDX in the 2015-2019 period. Meanwhile, the Board of Commissioners and the Board of Directors can have an influence on the financial performance of companies in the mining sector that have been listed on the IDX in the 2015-2019 period.

Keywords: Public Ownership, Managerial Ownership, Board of Commissioners, Board of Directors, ROE

### ABSTRAK

Riset ini mempunyai tujuan untuk mengetahui Kepemilikan Publik, Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris dan Dewan Direksi memberikan dampak pada Kinerja Keuangan yang diukur memakai ROE di satuan perusahaan di sektor pertambangan yang sudah diakui oleh BEI. Pada riset ini menggunakan Variabel independen yaitu Kepemilikan Publik, Kepemilikan Manajerial dan juga Dewan Komisaris serta Dewan Direksi, namun yang digunakan pada variabel dependen yaitu Kinerja Keuangan. Riset ini menggunakan Sampel sekitar 15 perusahaan dengan penarikan data yaitu teknik *purposive sampling*. Riset memakai Teknik analisis data ialah uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan juga uji autokorelasi serta uji heteroskedastisitas, maupun regresi linier berganda, uji determinasi ganda bahkan juga dengan uji hipotesis (uji T dan uji F). Sehingga riset ini menghasilkan bahwa Kepemilikan Publik dan Kepemilikan Manajerial tidak memberikan pengaruh pada Kinerja Keuangan perusahaan dalam sektor pertambangan yang telah tercantum dalam BEI pada periode 2015-2019. Sedangkan untuk Dewan Komisaris dan juga Dewan Direksi dapat memberikan pengaruh pada kinerja keuangan perusahaan dalam sektor pertambangan yang telah tercantum dalam BEI pada periode 2015-2019.

Kata Kunci: Kepemilikan Publik, Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris, Dewan Direksi, ROE

### PENDAHULUAN

Implementasi dari GCG dalam mengelola perusahaan itu termasuk hal yang sangat penting, sebab dengan hal itu dapat secara jelas dan tegas dalam mengambil suatu keputusan yang dipertanggungjawabkan. Maka bisa meningkatkan suatu kepercayaan dan nilai perusahaan dalam mitra usaha. Maulina, (2020) menjelaskan bahwa peran yang utama dalam menerapkan pengelolaan di perusahaan dapat memberikan pengaruh pada hasil pengambilan keputusan dan pada kerangka kerja akan menjadi seimbang serta akan memberikan keseimbangan pada bidang keuangan di suatu perusahaan. Sehingga bisa disimpulkan bahwa implementasi dari GCG dapat memberikan kemajuan bagi

perusahaan dan mampu menjadi perusahaan yang profesional, sehingga kepercayaan investor akan meningkat.

Perusahaan yang baik tentunya harus memiliki sistem (corporate governance) dan (good corporate governance), sehingga dapat memberikan keamanan dan perlindungan bagi pemilik saham dan juga pihak kreditur, maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang meningkat dan juga dapat memberikan jaminan kepada karyawannya. Sehingga dapat diketahui pentingnya dalam menerapkan GCG sangat dibutuhkan pada perusahaan yang ingin memajukan seperti perusahaan pertambangan (R. Zainal, 2015).

Pada tahun 2001, Indonesia mencatat perusahaan yang mengalami masalah dalam bidang laporan keuangan, seperti PT Timah (Persero) Tbk. Perusahaan ini dituduh memanipulasi laporan keuangannya pada semester pertama tahun 2015. Laba usaha yang hilang pada semester pertama tahun 2015 adalah 59 miliar rupiah. (Keuangan Okayzone, 2016). PT Timah (Persero) Tbk dinyatakan bahwa perusahaan ini pernah memberikan suatu laporan terkait keuangan palsu ketika semester I-2015. Adanya suatu pelaporan keuangan yang fiktif itu mempunyai tujuan untuk menutupi adanya kinerja keuangan pada PT Timah yang dibilang sangat mengkhawatirkan. Beliau yang bernama Ali Samsuri sebagai Ketua Ikatan Karyawan (IKT) Timah, menjelaskan terkait keadaan keuangan PT Timah pada 3 tahun terakhir dikatakan sedang tidak baik, bahwa adanya ketidaksanggupan pada setiap jajaran jajaran Direksi PT Timah keluar karena adanya kerugian sehingga menyerahkan sekitar 80% tempat tambang yang dimiliki oleh PT Timah kepada mitra usaha. Namun kalau ditinjau dari keadaan nyatanya bahwa PT Timah, beliau Ali memberikan pemikiran ada 4 laporan keuangan pada semester I-2015 PT Timah (Persero) Tbk fiktif, karena menurut beliau saat itu laba laba operasi PT Timah sedang terkena suatu kerugian senilai Rp 59 milyar. Maka dari laporan keuangan yang dilakukan oleh Timah sudah berhasil melaksanakan aktifitas efisiensi juga cara agar bisa membuat perubahan pada kinerja yang positif itu termasuk suatu kebohongan yang sangat besar (<https://www.tambang.co.id>).

Perusahaan pertambangan sangat membutuhkan adanya suatu penerapan GCG untuk membantu dalam mengontrol dan juga aturan perusahaan, sehingga ada kebenaran pada laporan keuangan perusahaan. Apabila pada Laporan keuangan yang ada di perusahaan tidak memberikan suatu informasi yang sebenar-benarnya terkait dengan kinerja manajemen maka akan memberikan pengaruh buruk pada tujuan yang tidak tercapai secara maksimal. (Safitri; & Kamil, 2020).

Sari & Helmayunita, (2019) menyatakan bahwa adanya suatu kepemilikan publik itu termasuk adanya kepemilikan saham yang dimiliki oleh masyarakat sekitar 5%. Dikatakan tata kelola perusahaan akan menjadi lebih efisien apabila Kepemilikan perusahaan berpusat kepada 1 pihak. Perusahaan yang kinerjanya efisien maka akan mudah mencapai suatu tujuan yang diharapkan (Eforis, 2017).

Aluy et al., (2017) menyatakan bahwa manajer dan juga direksi yang ada di perusahaan mempunyai saham itu termasuk kepemilikan manajerial. Semakin banyak yang harus ditingkatkan dalam kinerja keuangan yang ada di perusahaan artinya saham juga semakin banyak (Fitriatun et al., 2016).

Definisi dari kata dewan Komisaris termasuk inti dari tata kelola perusahaan yang perannya buat memberikan suatu jaminan dalam melaksanakan akuntabilitas dan juga strategi perusahaan serta mengawasi manajemen dalam melakukan suatu pengelolaan di perusahaan (Putri & Pramudiati, 2020). Perusahaan yang mempunyai komisaris yang berjumlah banyak maka manajemen yang ada di perusahaan itu sulit untuk melakukan suatu tindakan kecurangan maka kinerja dalam perusahaan akan menjadi lebih baik dan sehat (Y. Rahmawati, 2017).

Definisi dari kata Dewan Direksi yaitu para orang yang diberikan amanah dalam memimpin perusahaan dari sumber penjelasan Masitoh & Hidayah, (2018). Dikatakan apabila anggota dewan direksi semakin banyak maka akan mewujudkan *network* dengan pihak luar perusahaan menjadi lebih erat dan maksimal (I.A. Rahmawati et al., 2017).

Definisi dari kata Kinerja keuangan yaitu suatu aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan yang mewujudkan suatu informasi pada laporan keuangan. Adanya suatu penerapan GCG membuat laporan keuangan yang ada di perusahaan menjadi transparan dan lebih akurat, maka investor sangat terbantu dalam melakukan pengambilan keputusan dan juga tentunya akan memberikan peningkatan pada kinerja keuangan yang terdapat di setiap perusahaan.

Dalam melakukan suatu pengukuran terhadap Kinerja keuangan bisa memakai *Return On Equity* (ROE). Menurut Masitoh & Hidayah, (2018) menjelaskan bahwa ROE termasuk proxy dari laporan

keuangan, sehingga fungsi dari ROE agar dapat mengukur laporan keuangan tentunya untuk menghitung laba bersih yang ada di setiap perusahaan jika dilakukan suatu perbandingan dengan ekuitas (aset bersih) yang dimilikinya.

Dari ulasan itu, judul riset yaitu pengaruh penerapan GCG terhadap kinerja keuangan. Tujuan dari riset ini yaitu agar dapat mengetahui adanya pengaruh dari kepemilikan publik, kepemilikan manajerial dan juga dewan komisaris serta dewan direksi yang memberikan pengaruh pada kinerja keuangan.

## METODE PENELITIAN

Riset ini telah memakai pendekatan kuantitatif, sehingga data dipakai dalam riset yaitu data sekunder. Sedangkan populasi yang terdapat pada riset ini yaitu perusahaan dalam sektor pertambangan. Riset ini juga memiliki sampel sekitar 15 perusahaan. Pada riset ini dalam pengambilan data pada perusahaan dalam sektor pertambangan yang diakui resmi oleh BEI pada periode 2015-2019, perusahaan ini telah melakukan publikasi terkait laporan keuangan pada tahun 2015-2019, sehingga perusahaan ini mempunyai data yang sangat lengkap dan sudah diaudit untuk menghitung variabel dalam penelitian selama periode 2015-2019.

### Teknik Pengumpulan Data

Riset ini memakai teknik pengumpulan data berupa dokumentasi artinya seorang peneliti mengumpulkan data-data yang dibutuhkan pada riset ini. Data yang dimaksud meliputi laporan tahunan (annual report) terkait kepemilikan publik, kepemilikan manajerial dan juga dewan komisaris serta dewan direksi yang ada di perusahaan di sektor pertambangan yang diakui resmi oleh BEI pada periode 2015-2019. Data digunakan yaitu data sekunder didapatkan dari website BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### Pengukuran Variabel

#### 1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan. Indikator yang digunakan *Return On Asset*. Dalam penelitian ini diukur menggunakan rumus:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

#### 2. Variabel Independen

##### a. Kepemilikan Publik

Dalam penelitian ini diukur menggunakan rumus:

$$\text{KPUB} = \frac{\text{Jumlah saham publik}}{\text{Total saham beredar}} \times 100\%$$

##### b. Kepemilikan Manajerial

Dalam penelitian ini diukur menggunakan rumus:

$$\text{MNJR} = \frac{\text{Jumlah saham publik}}{\text{Total saham beredar}} \times 100\%$$

##### c. Dewan Komisaris

dalam penelitian ini diukur menggunakan rumus:

$$\sum \text{anggota dewan komisaris}$$

- d. Dewan Direksi  
Dalam penelitian ini diukur menggunakan rumus:

$$\sum \text{anggota dewan direksi}$$

## Teknik Analisis Data

### Uji Persyaratan Analisis

#### 1. Uji Normalitas

Dari pendapatnya Sugiyono (2016:154) menjelaskan bahwa uji normalitas dipakai untuk melakukan uji pada model regresi variabel independen dan juga variabel dependen maupun dari keduanya mempunyai perkembangan tidak. Apabila pada nilai signifikansi maupun nilai probabilitas dikatakan  $> 0,05$  sehingga data dinyatakan berkembang normal. Namun kalau nilai dikatakan  $< 0,05$  sehingga data dinyatakan tidak berkembang normal.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Dari pendapatnya Sugiyono (2016:103) menjelaskan bahwa pengujian multikolinieritas memiliki tujuan agar bisa menguji model regresi memiliki korelasi atau tidak pada variabel bebas (independen).

Kriteria pengujian:

Apabila nilai Tolerance  $> 0,01$  sehingga dinyatakan tidak terjadi Multikolinieritas

Apabila nilai Tolerance  $< 0,01$  sehingga dinyatakan terjadi Multikolinierita

Apabila nilai VIF  $< 10,00$  sehingga dinyatakan Tidak terjadi Multikolinieritas

Apabila nilai VIF  $> 10,00$  sehingga dinyatakan Tidak terjadi Multikolinieritas

#### 3. Uji Autokorelasi

Pengaruh dari adanya autokorelasi yang ada di model regresi yaitu varian sampel dinyatakan tidak bisa memperlihatkan varian populasinya, sehingga pada model regresi dipastikan bebas terdapatnya autokorelasi. Dengan menggunakan uji Durbin Watson bisa menunjukkan ada atau tidaknya autokorelasi akan terlihat pada hasil uji regresi linier ganda. Pada kesamaan regresi dinyatakan telah terbebas dari autokorelasi pada nilai uji Durbin Watson(DW) :  $1,65 < DW < 2,35$  sedangkan dinyatakan tidak terjadi autokorelasi  $1,21 < DW < 1,65$  atau  $2,35 < DW < 2,79$  namun kalau tidak bisa ditarik pada inti pembahasan  $DW < 1,21$  maupun  $DW > 2,79$  itu berarti autokorelasi (Afkari, 2016)

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini mempunyai tujuan untuk menunjukkan adanya ketidaknyamanan pada varian dari residual satu dengan yang lain pada pengamatan model regresi. Apabila jelaskan heteroskedastisitas berarti variannya berbeda. Pada model regresi linier berganda untuk menunjukkan adanya uji ini dapat meninjau dari grafik *scatterplot* dan juga dapat dilihat dari nilai prediksi variabel berhubungan ialah SRESID dengan adanya residual error ialah ZPRED. Apabila tidak terjadi hal itu atau nilainya 0 pada sumbu y, sehingga dinyatakan tidak akan terjadinya heteroskedisitas. Dikatakan suatu Model yang bagus tentunya tidak pernah terjadinya heteroskedastisitas (Sugiyono, 2016:134)

## Regresi Linier Berganda

Dari pendapatnya Sugiyono (2017:275) menjelaskan bahwa analisis regresi linier berganda dapat dipakai oleh peneliti, jika peneliti ingin mengetahui naik atau turunya suatu variabel dependen (kriterium), jika dari kedua variabel independen termasuk dalam faktor predictor pada nilai (dimanipulasi). Sedangkan dalam Analisis regresi berganda yang dijalankan jika pada jumlah variabel independen paling sedikit 2 (dua). Persamaan regresi linier berganda sehingga memakai rumus seperti ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

- Y = Variabel Kinerja Keuangan  
 a = Konstanta  
 b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, = Koefisien regresi variabel independen  
 X<sub>1</sub> = Variabel Kepemilikan Publik  
 X<sub>2</sub> = Variabel Kepemilikan Manajerial  
 X<sub>3</sub> = Variabel Dewan Komisaris  
 X<sub>4</sub> = Variabel Dewan Direksi  
 ε = standar error

### Uji T

Dari pendapatnya Sugiyono (2017:184) menjelaskan bahwa pada Uji parsial dipakai dengan strategi perbandingan antara t hitung dengan t tabel. Hipotesis dapat diterima / ditolak dengan memperhatikan indikator kriteria berikut:

1. t hitung < t tabel pada α > 0.05, sehingga hipotesis dinyatakan ditolak Sehingga pada variabel independen tidak terpengaruh secara signifikan pada variabel dependen.
2. t hitung > t tabel pada α < 0.05 sehingga hipotesis dinyatakan diterima. Sehingga pada variabel independen terpengaruh secara signifikan pada variabel dependen.
3. Jika t hitung > t tabel pada α < 0.05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### Uji F

Dari pendapatnya Sugiyono (2016:98) menjelaskan bahwa pada “Uji F-test yang di pakai dapat menjawab apakah adanya pengaruh ketika keseluruhan variabel independen yang telah di pakai dalam model regresi berganda mempunyai pengaruh pada variabel dependen”.

Syarat yang di pakai pada uji F antara lain:

1. Apabila F hitung < F tabel pada α > 0.05 sehingga hipotesis dinyatakan ditolak
2. Apabila F hitung > F tabel pada α < 0.05 sehingga hipotesis dinyatakan diterima

### Koefisiensi Determinasi (R<sup>2</sup>)

Pada Uji determinasi (R<sup>2</sup>) di pakai sebagai alat ukur dalam variabel yang dipakai, sehingga nilai R<sup>2</sup> ada diantara angka 0 dan juga 1.

## HASIL UJI PERSYARATAN ANALISIS

### 1. Uji Normalitas

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual	
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	0000000	0000000
	,11611533	,08348293
	,097	,118
Most Extreme Differences	,097	,118
	-,082	-,099
Kolmogorov-Smirnov Z		,838
Asymp. Sig. (2-tailed)		,483

Sumber: Data Diolah Peneliti

Pada hasil pengujian spss pada tabel itu memaparkan nilai signifikansi senilai  $0,483 > 0,05$ . Maka simpulannya yaitu pada riset ini dinyatakan berdistribusi normal maka model regresi pada riset ini bisa diteruskan.

## 2. Uji Multikolinieritas

Pada Uji multikolinieritas mempunyai tujuan untuk mengukur apakah pada model regresi terdapat hubungan antar variabel bebas (independen). Dikatakan adanya asumsi yang baik yaitu jika tidak terdapatnya hubungan antar variabel bebas. Sehingga dibawah ini adalah hasil dari uji multikolinieritas.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kepemilikan Publik	,875	1,143
	Kepemilikan Manajerial	,928	1,077
	Dewan Komisaris	,348	2,876
	Dewan Direksi	,341	2,936

Sumber: Data Diolah Peneliti

Hasil uji multikolinier menunjukkan VIF  $X_1, X_2, X_3 < 10$  dan nilai tolerance  $> 0,1$  sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Artinya Kepemilikan Publik, Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris dan Dewan Direksi tidak ada hubungan dan tidak saling bebas dalam model regresi.

## 3. Uji Autokorelasi

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

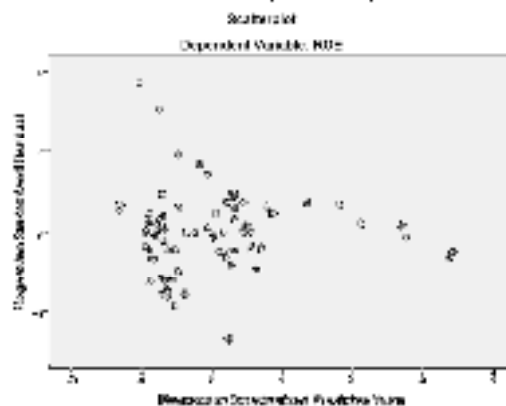
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,813 <sup>a</sup>	,661	,642	,11939	1,632

Sumber: Data Diolah Peneliti

Hasil analisis yang disajikan pada Model Summary menunjukkan pada nilai statistic Durbin Watson senilai 1,632 sebab pada nilai Durbin Watson model regresi ada di antara 1,21 dan 2,79 ( $1,21 < 1,632 < 2,79$ ), yaitu daerah tidak terjadi autokorelasi sehingga dapat menggambarkan varian dalam populasi.

## 4. Uji Heterokedastisitas

Uji asumsi klasik heteroskedastisitas ini menggunakan grafik *scatter plot*.



**Gambar 1**  
**Hasil Uji Heterokedasitas**

Dari paparan Gambar 1, menunjukkan tidak mempunyai pola yang begitu jelas dan pada bagian titik titiknya yang menyebar dan pada sumbu y angkanya 0, sehingga dinyatakan tidak terjadi heterokedasitas.

### Hasil Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah

$$Y = -0,868 + (-0,128)X_1 + (-0,075)X_2 + 0,199X_3 + 0,416X_4 + \epsilon$$

Hasil pengujian yang menunjukkan hasil regresi dalam penelitian dapat dilihat pada tabel

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-,868	,157	
Kepemilikan Publik	-,128	,075	-,127
Kepemilikan Manajerial	-,075	,075	-,072
Dewan Komisaris	,199	,090	,260
Dewan Direksi	,416	,094	,528

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan persamaan tabel 5 maka :

1. Konstanta senilai -0,868 menyatakan pada variabel independen memiliki nilai 0 sehingga nilai kinerja keuangan senilai -0,868.
2. X1 yaitu variabel kepemilikan publik mempunyai nilai koefisiensi regresi senilai -0,128. Sehingga bisa diartikan bahwa terdapatnya penurunan 1% pada variabel kepemilikan publik sehingga kinerja keuangan menjadi menurun -0,128 pada asumsi variabel lainnya dinyatakan tetap.
3. X2 yaitu variabel kepemilikan manajerial mempunyai nilai koefisiensi regresi senilai -0,075. Sehingga bisa diartikan bahwa terdapatnya penurunan 1% pada variabel kepemilikan manajerial sehingga kinerja keuangan menjadi menurun -0,075 pada asumsi variabel lainnya dinyatakan tetap.
4. X3 yaitu variabel dewan komisaris memiliki nilai koefisiensi regresi senilai 0,199. . Sehingga bisa diartikan bahwa terdapatnya kenaikan 1% variabel dewan komisaris, sehingga kinerja keuangan menjadi naik 0,199 pada asumsi variabel lainnya dinyatakan tetap.
5. X4 yaitu variabel dewan direksi memiliki nilai koefisiensi regresi senilai 0,416. . Sehingga bisa diartikan bahwa terdapatnya kenaikan 1% variabel dewan direksi, sehingga kinerja keuangan menjadi naik 0,416 pada asumsi variabel lainnya dinyatakan tetap.

### Hasil Uji Determinasi Ganda

**Tabel 5**  
**Hasil Interpretasi Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,661	,642	,11939	1,632

Sumber: Data Diolah Peneliti

Tabel 5 diketahui pada hasil Adjusted R square ( $R_2$ ) senilai 0,642 dinyatakan bahwa variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  bisa memberikan pengaruh pada variabel Y secara besar Adjusted R square senilai 0,642%, maka menyatakan variabel X bisa memberikan pengaruh pada variabel Y.



Hasil Uji t

**Tabel 7**  
**Hasil Uji t**

Model	T	Sig.
1 (Constant)	-5,523	,000
Kepemilikan Publik	-1,704	,093
Kepemilikan Manajerial	-,991	,325
Dewan Komisaris	2,199	,031
Dewan Direksi	4,427	,000

Sumber: Data Diolah Peneliti

Nilai sig. Memberikan pengaruh Kepemilikan Publik pada Kinerja Keuangan yaitu senilai 0,093 < 0,05 sedangkan nilai t hitung dinyatakan lebih banyak dari pada nilai t tabel sekitar 1,667 > -1,704, maka H<sub>1</sub> dinyatakan ditolak artinya tidak bisa memberikan pengaruh pada Kepemilikan Publik terhadap Kinerja Keuangan. Diperoleh nilai sig. Agar memberikan pengaruh pada Kepemilikan Manajerial terhadap Kinerja Keuangan yaitu senilai 0,325 > 0,05 dan juga nilai t hitung dinyatakan lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel sekitar 1,667 > -0,991, maka H<sub>2</sub> dinyatakan ditolak artinya tidak bisa memberikan pengaruh pada Kepemilikan Manajerial terhadap Kinerja Keuangan. Diperoleh nilai sig. Agar memberikan pengaruh pada Dewan Komisaris terhadap Kinerja Keuangan yaitu sekitar 0,031 < 0,05 dan nilai t hitung dinyatakan lebih rendah dari pada nilai t tabel sekitar 1,667 < 4,427, maka H<sub>3</sub> dinyatakan diterima artinya bisa memberikan pengaruh pada Dewan Komisaris terhadap Kinerja Keuangan. Diperoleh nilai sig. Agar memberikan pengaruh pada Dewan Direksi terhadap Kinerja Keuangan yaitu senilai 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung dinyatakan lebih rendah dari pada nilai t tabel sekitar 1,667 < 4,427, maka H<sub>4</sub> dinyatakan diterima artinya bisa memberikan pengaruh pada Dewan Direksi terhadap Kinerja Keuangan.

Hasil Uji F

**Tabel 7**  
**Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,946	4	,486	34,131	,000 <sup>b</sup>
Residual	,998	70	,014		
Total	2,944	74			

Sumber: Data Diolah Peneliti

Hasil tabel 7 menyatakan bahwa Ftabel Lebih besar dari nilai Fhitung yaitu 34,131 > 2,50 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 < 0,05, sehingga hasil uji F menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Hasil tabel 7 menyatakan bahwa Ftabel lebih banyak dibanding nilai Fhitung sekitar 34,131 > 2,50 dan nilai signifikansi dinyatakan lebih rendah dari 0,05 sekitar 0,000 < 0,05, sehingga hasil uji F menghasilkan pada variabel bebas memberikan pengaruh secara simultan pada variabel terikat.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh Kepemilikan Publik Terhadap Kinerja Keuangan**

Pada riset ini menyatakan Kepemilikan Publik tidak terdapatnya pengaruh pada Kinerja Keuangan (ROE) perusahaan bagian sektor pertambangan sudah tercantum pada BEI pada tahun 2015-2019. Sehingga semakin tinggi nilai saham sehingga semakin bagus kinerja perusahaan. Memiliki saham sekitar 5% tidak dapat terlibat secara langsung pada kegiatan operasional perusahaan maka pengaruhnya kinerja keuangan perusahaan tidak dapat maksimal. Sehingga hasil dari riset ini yaitu selaras dengan risetnya Tjahjadi (2020), menyatakan Kepemilikan Publik dinyatakan tidak mempunyai pengaruh pada Kinerja Keuangan Perusahaan.

### **Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Keuangan**

Riset ini menghasilkan pada Kepemilikan Manajerial dinyatakan tidak memberikan pengaruh pada Kinerja Keuangan (ROE) dalam perusahaan di sektor pertambangan yang telah tercantum dalam BEI pada tahun 2015-2019. Sehingga posisi ini akan memberikan suatu pengaruh yang kurang baik pada kinerja perusahaan. Semakin besar proporsi manajemen yang mempunyai saham maka akan menyebabkan semakin menurun kinerjanya. Sehingga hasil dari riset ini yaitu selaras dengan risetnya Julastari dan Dewi, (2019), yang mengungkapkan bahwa Kepemilikan Manajerial tidak memberikan pengaruh pada Kinerja Keuangan Perusahaan.

### **Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Kinerja Keuangan**

Riset ini menghasilkan pada Dewan Komisaris dinyatakan memberikan pengaruh pada Kinerja Keuangan (ROE) dalam perusahaan di sektor pertambangan yang telah tercantum dalam BEI pada tahun 2015-2019. Sehingga semakin tinggi jumlah anggota dewan komisaris sehingga menunjukkan kinerja perusahaan itu baik. Adanya jumlah anggota dewan komisaris yang terbilang banyak, maka pengawasan pada dewan direksi menjadi semakin lebih baik, saran dari setiap dewan direksi pun menjadi lebih tinggi jumlahnya. Maka kinerja terhadap manajemen perusahaan semakin baik dan juga memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Sehingga hasil dari riset ini yaitu selaras dengan risetnya Maryanti & Fithri, (2017), yang mengungkapkan bahwa Dewan Komisaris memberikan pengaruh pada Kinerja Keuangan Perusahaan.

### **Pengaruh Dewan Direksi Terhadap Kinerja Keuangan**

Riset ini menghasilkan pada Dewan Direksi dinyatakan memberikan pengaruh pada Kinerja Keuangan (ROE) dalam perusahaan di sektor pertambangan yang telah tercantum dalam BEI pada tahun 2015-2019. Sehingga menyatakan bahwa semakin tinggi jumlah anggota dewan direksi sehingga akan menunjukkan kinerja perusahaan itu baik. Sebab dewan direksi mempunyai tugas penting dalam kinerja keuangan ialah dengan melakukan monitoring yang efektif diperkirakan bisa mengontrol manajer agar tidak terjadi suatu tindakan yang memberikan keuntungan pribadi. Sehingga bisa memperkecil terjadinya kerugian dari dampak adanya resiko operasional perusahaan sehingga memberikan pengaruh pada kinerja keuangan. Sehingga hasil dari riset ini yaitu selaras dengan risetnya Putri & Pramudiati, (2020), yang mengungkapkan bahwa Dewan Direksi memberikan pengaruh pada Kinerja Keuangan Perusahaan.

### **Pengaruh Kepemilikan Publik, Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris dan Dewan Direksi Terhadap Kinerja Keuangan**

Riset ini menunjukkan adanya simultan Kepemilikan Publik, Kepemilikan Manajerial dan Dewan Komisaris serta Dewan Direksi pada Kinerja Keuangan (ROE) di perusahaan bagian sektor pertambangan yang telah tercantum di BEI pada tahun 2015-2019.

### **KESIMPULAN**

Sehingga simpulan dari pembahasan diatas pada riset ini yaitu:

1. Variabel kepemilikan publik tidak terpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan di sektor pertambangan yang sudah tercantum di BEI pada tahun 2015-2019. Sehingga dapat diartikan jika semakin tinggi nilai saham yang dimiliki publik tidak mencerminkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik. Dengan tingkat kepemilikan saham dibawah 5% tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan operasional perusahaan maka berdampak tidak maksimalnya kinerja keuangan.
2. Variabel kepemilikan manajerial tidak terpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan di sektor pertambangan yang sudah tercantum di BEI pada tahun 2015-2019. Sehingga dapat diartikan jika semakin tinggi nilai saham manajer tidak mencerminkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik. Karena presentase saham kepemilikan manajerial hanya

berkisar antara 2%-3% tiap tahunnya, sehingga dimungkinkan manajer belum memiliki pengaruh dalam kepemilikan tersebut.

3. Variabel dewan komisaris tidak terpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan di sektor pertambangan yang sudah terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019. Sehingga dapat diartikan jika semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris maka akan mencerminkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik. Semakin meningkatnya jumlah anggota dewan komisaris, sehingga adanya pengawasan pada dewan direksi akan menjadi semakin baik, saran untuk dewan direksi juga akan semakin meningkat. Maka kinerja dari manajemen akan lebih baik dan memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan.
4. Variabel dewan direksi terpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan di sektor pertambangan yang sudah tercantum di BEI pada tahun 2015-2019. Sehingga dapat diartikan jika semakin tinggi jumlah anggota dewan direksi sehingga akan mencerminkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik. Karena dewan direksi bertugas terhadap kinerja keuangan ialah dengan memberikan monitoring yang efektif diperkirakan bisa mengontrol manajer agar tidak mejalankan suatu tindakan dapat memberikan keuntungan secara pribadi. Sehingga akan memperkecil terjadinya kerugian yang disebabkan adanya resiko operasional perusahaan maka bisa memberikan pengaruh pada kinerja keuangan.
5. Variabel Kepemilikan Publik, Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris dan Dewan Direksi pada perusahaan di sektor pertambangan yang sudah tercantum di BEI pada tahun 2015-2019. Secara simultan memberikan pengaruh pada kinerja keuangan perusahaan di sektor pertambangan yang sudah terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019.

#### IMPLIKASI

Riset ini secara keseluruhan belum mendukung teori-teori yang telah disampaikan sebelumnya. Dari hasil riset ini diperoleh kepemilikan publik dan kepemilikan manajerial tidak memberikan pengaruh pada kinerja keuangan perusahaan. Namun proporsi dewan komisaris dan juga dewan direksi terpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan. Sehingga diharapkan riset ini dapat menambah literatur dibidang *Good Corporate Governance*. Bagi peneliti berikutnya disarankan untuk melakukan riset dengan memakai semua perusahaan terdapat di BEI supaya lebih jelas dampaknya pada setiap variabel independen dan juga dependen serta pengukuran GCG maupun kinerja keuangan bisa diperluas dengan proksi lain.

#### KETERBATASAN PENELITIAN

Riset ini mempunyai kekurangan yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Jumlah sampel pada tahun 2015-2019 yang dipakai pada riset ini hanya 15 perusahaan.
2. Pada riset ini terdapat empat variabel pada kinerja keuangan, namun masih banyak lagi variabel yang dapat memberikan pengaruh pada kinerja keuangan.
3. Riset ini memakai rasio profitabilitas ROE sebagai alat ukur pada kinerja keuangan. Namun masih terdapat banyak proksi yang bisa digunakan untuk mengukur nilai kinerja keuangan memakai Tobin's Q, ROA, EPS, dan alat ukur lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

Dewi, A. S., & Julastri (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Dewan Direksi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 162–180

Maryanti, E., & Fithri, W. N. (2017). Corporate Social Responsibility , Good Corporate Governance ,

- Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dan Pengaruhnya Pada Nilai Perusahaan. *Journal Of Accounting Science*, 1(1), 21–37.
- Masitoh, N. S., & Hidayah, N. (2018). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Perbankan di BEI tahun 2014 – 2016). *TEKUN: Jurnal Telaah Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 49–59. <https://doi.org/10.22441/tekun.v8i1.2596>
- Maulina, N. S. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Terhadap Kinerja Pemerintah. *SELL Journal*, 5(1), 55.
- Putri, A. Z., & Pramudiati, N. (2020). Apakah Good Corporate Governance Perspektif Dan Corporate Social Responsibility Indeks Berpengaruh Terhadap Kinerja. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 1–11.
- Safitri, D., & Kamil, K. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Accounting*, 8(2), 1–24. [https://barnard.edu/sites/default/files/inline/student\\_user\\_guide\\_for\\_spss.pdf](https://barnard.edu/sites/default/files/inline/student_user_guide_for_spss.pdf)<http://www.ibm.com/support>[http://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt\\_SPSS17.pdf](http://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt_SPSS17.pdf)[https://www.neps-data.de/Portals/0/WorkingPapers/WP\\_XLV.pdf](https://www.neps-data.de/Portals/0/WorkingPapers/WP_XLV.pdf)<http://www2.psy>
- Tjahjadi, H., & Tjakrawala, K. (2020). Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Publik dan Kepemilikan Asing Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal multiparadigma akuntansi tarunaneraga*. 1(2), 736-743.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Zainal, R. (2015). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 15(1), 215–222.

## PENGARUH PENJUALAN, BIAYA PRODUKSI DAN PERPUTARAN PIUTANG TERHADAP LABA BERSIH

**Agusniar Eka Noor Franitasari<sup>1</sup>, Sugijanto<sup>2</sup>**

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : [agusniareka026@gmail.com](mailto:agusniareka026@gmail.com)<sup>1</sup>

Koresponden : [sugijanto@unipasby.ac.id](mailto:sugijanto@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*This observation is intended to evaluate the effect of sales, production costs and turnover of accounts receivable on net income. Meanwhile, the population in the current observation is the basic industrial sector and chemical manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2015 to 2019. This observation uses quantitative methods. The technique for sampling using purposive sampling technique, consequently the sample is only 9 companies. The data source used in this observation is secondary data. The data preparation system for this observation uses documentation. The observation data will be analyzed using a number of tests, namely the classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test and the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) test. The results of observations prove that based on (t test) sales have a significant effect with respect to net income with a significant value of 0.001 < 0.05. The results of observations through the t test obtained a significant value of 0.011 < 0.05 so that production costs had a significant effect on net income. Furthermore, the t test results are also obtained for 0.000 so that the turnover of accounts receivable has a significant effect on net income. Meanwhile, simultaneously the F test of sales variables, production costs and accounts receivable turnover have an effect on net income with a significance value of 0.000 < 0.05.*

*Keywords: Sales, Production Costs, Accounts Receivable Turnover and Net Profits*

### ABSTRAK

Observasi ini dimaksudkan untuk mengevaluasi pengaruh penjualan, biaya produksi dan perputaran piutang pada laba bersih. Sementara populasi pada observasi saat ini yakni perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di rentang waktu 2015 hingga 2019. Observasi ini memakai metode kuantitatif. Teknik untuk pengumpulan sampel mempergunakan metode *purposive sampling*, akibatnya sampel hanya sejumlah 9 perusahaan. Sumber data yang dipergunakan pada observasi ini yakni data sekunder. Sistem penyiapan data bagi observasi ini menggunakan dokumentasi. Data observasi akan dianalisis menggunakan sejumlah uji yakni uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Hasil observasi membuktikan bahwa berdasarkan uji t penjualan berpengaruh signifikan sehubungan dengan laba bersih yang nilai signifikannya sebanyak 0,001 < 0,05. Hasil observasi melalui uji t memperoleh nilai signifikan sebanyak 0,011 < 0,05 sehingga biaya produksi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Selanjutnya diperoleh pula hasil uji t sebesar 0,000 sehingga perputaran piutang memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Sementara itu secara simultan uji F variabel penjualan, biaya produksi dan perputaran piutang memiliki pengaruh terhadap laba bersih atas nilai signifikansi sejumlah 0,000 < 0,05.

**Kata Kunci : Penjualan, Biaya Produksi, Perputaran Piutang dan Laba Bersih**

### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi banyak para pengusaha yang mendirikan perusahaan yang beroperasi demi memproduksi barang dan jasa. Perusahaan yang paling banyak didirikan di Indonesia biasanya adalah perusahaan asing ada juga beberapa perusahaan lokal. Didirikannya

sebuah perusahaan lokal maupun asing ini tidak lain guna untuk mendapatkan keuntungan dan juga untuk menjual sebuah barang atau jasa. Faktor utama yang menjadi salah satu tujuan perusahaan baik besar maupun kecil yaitu untuk menghasilkan laba bersih. Pendapat (Harahap, 2015) laba merupakan nilai yang sangat diperlukan dalam catatan laporan keuangan karena berbagai macam sebab diantaranya yaitu laba ialah landasan dalam menghitung pajak, peraturan pada saat memastikan ketentuan penanaman modal serta mengambil keputusan dasar ketika penekanan laba ataupun keadaan ekonomi perusahaan lain pada masa mendatang. Laba bersih merupakan profit awal atas penerimaan pajak penghasilan lalu dikurangi dengan sesudah penerimaan pajak penghasilan setelah itu akan didapatkan semacam laba atau rugi bersih (Hery, 2015).

Faktor yang menjadi pengaruh besar dari laba bersih yaitu dengan melihat dari kondisi penjualan perusahaan. Penjualan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang pedagang ketika memasarkan barang dan jasa yang ditujukan untuk mendapatkan profit dari sebuah transaksi tercatat dan selanjutnya penjualan dapat diterangkan sebagai pemindahan maupun pengalihan tentang hak kepemilikan atas dasar barang atau jasa dari pihak pedagang kepada penawar (Mulyadi, 2016). Dapat ditarik kesimpulan bahwa umumnya bagi suatu perusahaan kegiatan penjualan merupakan hal yang sangat penting di mana perusahaan selalu berharap supaya target penjualannya selalu meningkat. Kegiatan penjualan bisa diartikan sebagai kegiatan yang memberikan sebuah keuntungan jika dibandingkan dengan kegiatan yang lainnya yang ada dalam perusahaan.

Selain penjualan ada juga biaya produksi yang mempengaruhi laba bersih. Industri manapun pasti menggunakan biaya produksi agar pengeluaran pengolahan bahan baku lebih optimal. Biaya produksi adalah beban-beban yang sedang terjadi untuk mengikhtisarkan bahan mentah yang perlu diselesaikan hingga membentuk produk jadi yang siap untuk diperjualbelikan (Mulyadi, 2016). Pendapat (Djamalu, 2013) membuktikan bahwasannya biaya produksi memiliki dampak terhadap laba, sehingga dapat disimpulkan bahwa perolehan laba akan semakin besar apabila pengeluaran biaya produksi semakin rendah.

Dilihat dari aktivitas penjualan dan biaya produksi maka untuk mendukung kegiatan tersebut setiap perusahaan yang berbentuk badan usaha baik yang berukuran kecil maupun besar pasti memerlukan sebuah modal untuk mendirikan usahanya. Di dalam modal kerja terdapat komponen piutang yang memerlukan sistem pengendalian yang lebih efektif dan efisien. Penjualan sendiri bisa diperbedakan menjadi dua macam variasi yakni penjualan tunai dan kredit. Biasanya sistem penjualan kreditlah yang nantinya akan mengakibatkan adanya perputaran piutang. Periode perputarannya akan dilakukan saat pengeluaran kas terjadi yang dimana kas tersebut dikeluarkan untuk membeli persediaan. Lalu persediaan yang di dapat kemudian dijual kembali secara kredit kepada pelanggan dengan demikian akan timbul adanya sebuah piutang.

Menurut (Kasmir, 2017) perputaran piutang merupakan rasio untuk menentukan jangka waktu penagihan piutang selama satu periode. Selain itu, akan ada perputaran dana yang ditanam pada piutang pada setiap periodenya. Maka dari itu sebuah perusahaan hendaknya harus mengerti berapa besar tingkatan dari perputaran piutang yang nantinya akan mempengaruhi penerimaan maupun pengeluaran kas perusahaan. Sebab tingkat perputarannya berpengaruh juga terhadap kinerja perusahaan yang ada kaitannya dengan laba bersih yang akan dihasilkan. Oleh karena itu perusahaan harus lebih meningkatkan penjualan kreditnya agar keuntungan atau laba yang nantinya akan diperoleh semakin meningkat.

## METODE

Pada observasi ini cara yang nantinya akan diterapkan ialah metode kuantitatif. Serta populasi yang diperuntukkan ke dalam observasi ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dan sampel yang dipakai yakni catatan keuangan pertahunan dari perusahaan sektor industri dasar dan kimia semasa 5 tahun yaitu tahun 2015-2019 sejumlah 9 perusahaan. Adapun cara pengumpulan sampel yang dipergunakan dalam observasi ini ialah metode *purposive sampling*, dari keseluruhan sampel yang dimiliki perusahaan pada populasi yang diamati akan dieliminasi menggunakan kriteria yang sudah ditentukan. Sumber data dalam observasi memakai data sekunder melalui teknik pengambilan data yaitu dokumentasi. Teknik untuk analisis data yang dipergunakan ialah uji asumsi klasik yang meliputi (uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), analisis regresi linear berganda serta uji hipotesis yaitu (uji t, uji F, dan koefisien determinasi).

## HASIL

### Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil	Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas	0,145	Sig. > 0,05	Normal
Uji Multikolinearitas			
Penjualan	3,716	VIF < 10	Bebas Multikolinearitas
Biaya Produksi	3,692	VIF < 10	Bebas Multikolinearitas
Perputaran Piutang	1,038	VIF < 10	Bebas Multikolinearitas
Uji Heteroskedastisitas			
Penjualan	0,235	Sig. > 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Biaya Produksi	0,290	Sig. > 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Perputaran Piutang	0,937	Sig. > 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Uji Autokorelasi	0,367	Sig. > 0,05	Tidak terjadi Autokorelasi

### Uji Normalitas

Berdasarkan tabel 1 di atas, perolehan dari uji normalitas dapat dilihat bahwa telah dihasilkan nilai signifikan sebanyak  $0,145 > 0,05$  dari anggapan yang sudah tercatat dapat diambil kepastian bahwa data tersebut sudah berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 1 diatas, perolehan dari uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa telah diperoleh nilai VIF dari penjualan, biaya produksi, dan perputaran piutang masing-masing sebesar 3,716; 3,692; dan 1,038. Hal ini menunjukkan bahwa hasil dari uji multikolinieritas variabel tersebut adalah  $< 10$ , dari anggapan berikut tercatat dapat diambil kepastian bahwa variabel-variabel tersebut terbebas dari multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 1 diatas, perolehan dari uji heteroskedastisitas diperoleh nilai signifikan dari masing-masing variabel penjualan, biaya produksi dan perputaran piutang sejumlah 0,235; 0,290; dan 0,937. Kualifikasi tersebut memastikan bahwa nilai signifikansi dari uji heteroskedastisitas semua variabel  $> 0,05$  dan pada akhirnya bisa ditarik kesimpulan jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Mengenai tabel 1 diatas, perolehan yang dihasilkan dari uji autokorelasi tersebut diperoleh nilai *run test* sebesar  $0,367 > 0,05$ , maka dari anggapan tersebut berhasil ditarik

kesimpulan bahwa hasilnya tidak terjadi gejala autokorelasi. Lalu dengan hal berikut data ini sudah layak untuk diuji.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Hasil
Konstanta	4,117
Penjualan	0,462
Biaya Produksi	-0,359
Perputaran Piutang	0,814

Menurut perhitungan tabel 2 diatas, hasil perolehan dari uji tersebut mampu memperoleh bentuk perumpamaan regresi linier berganda seperti berikut :

$$Y = 4,117 + 0,462 (X_1) + -0,359 (X_2) + 0,814 (X_3)$$

Persamaan yang telah dikemukakan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- (1) Konstanta sebesar 4,117 menunjukkan bahwa penjualan, biaya produksi dan perputaran piutang bernilai 0 (nol) maka laba bersih yang diperoleh sebesar 4,117.
- (2) Koefisien variabel  $X_1$  sebesar 0,462 menunjukkan arah hubungan antara penjualan terhadap laba bersih. Kenaikan penjualan satu satuan akan meningkatkan laba bersih sebesar 0,462 dengan anggapan  $X_2$  dan  $X_3$  tetap.
- (3) Koefisien variabel  $X_2$  sebesar -0,359 menunjukkan arah hubungan antara biaya produksi terhadap laba bersih. Kenaikan biaya produksi satu satuan akan menurunkan laba bersih sebesar 0,359 dengan anggapan  $X_1$  dan  $X_3$  tetap.
- (4) Koefisien variabel  $X_3$  sebesar 0,814 menunjukkan arah hubungan antara perputaran piutang terhadap laba bersih. Kenaikan perputaran piutang satu satuan akan meningkatkan laba bersih sebesar 0,814 dengan anggapan  $X_1$  dan  $X_2$  tetap.

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

Tabel 3. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
Konstanta	0,812	0,421
Penjualan	3,418	0,001
Biaya Produksi	-2,662	0,011
Perputaran Piutang	11,401	0,000

Adapun deskripsi dari tabel 3. di atas, didapatkan perolehan dari uji parsial (uji t) antara lain seperti berikut: (1) Penjualan memiliki pengaruh secara parsial terhadap laba bersih dengan nilai signifikansi yaitu 0,001 atau nilai yang tercatat < 0,05. Hasil ini sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan uji parsial (uji t) yang mengartikan penjualan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Laba Bersih; (2) Selanjutnya ketetapan Biaya Produksi juga berpengaruh secara parsial terhadap Laba Bersih dengan didapatkan nilai signifikansi sebanyak 0,011 dimana nilai signifikansi kurang dari angka 0,05. Hasil didapatkan sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan uji parsial (uji t) yang berarti bahwa biaya produksi memiliki pengaruh secara parsial

terhadap laba bersih; (3) Dan Perputaran piutang merupakan variabel terakhir yang memiliki pengaruh secara parsial terhadap Laba Bersih mendapatkan perolehan nilai signifikan sebanyak 0,000 atau nilai tercantum  $< 0,05$ . Hal ini sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan uji parsial (uji t) yang berarti jika perputaran piutang memiliki pengaruh secara parsial terhadap laba bersih.

#### Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Hasil Uji F

Variabel	F	Sig
Regression	54,157	.000 <sup>b</sup>

Berlandaskan tabel 4. di atas, menyatakan bahwa ketentuan perolehan uji F bisa disimpulkan bahwa penjualan, biaya produksi dan perputaran piutang berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih dengan nilai signifikan sejumlah 0,000 atau nilai tersebut kurang dari 0,05. Hal ini sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan uji simultan (uji F) yang berarti bahwa penjualan, biaya produksi dan perputaran piutang berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih.

#### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	R Square
Regression	0,784

Berdasarkan tabel 5 diatas hasil dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa nilai dari laba bersih yang dipengaruhi oleh ketiga variabel independen yakni penjualan, biaya produksi dan perputaran piutang diperoleh hasil sebesar 0,784 atau 78,4% sedangkan yang sisanya sebesar 0,216 atau 21,6% variasi dikuasai atas variabel-variabel lain tidak layak untuk diamati.

### Pembahasan

#### Pengaruh Penjualan terhadap Laba Bersih

Hasil dari pengujian hipotesis pertama ( $H_1$ ) dengan menggunakan uji statistik uji t peneliti menghasilkan nilai signifikan dari variabel penjualan sebanyak  $0,001 < 0,05$ . Kemudian, boleh dijelaskan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  dipersetujui dengan seperti itu peneliti menyatakan bahwa penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Penjualan sendiri menggambarkan semacam pekerjaan yang dikerjakan oleh pedagang yang menawarkan sebuah produk atau pelayanan melalui metode pembayaran secara tunai maupun kredit untuk mendapatkan keuntungan.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin banyak penjualan yang dilakukan oleh perusahaan, hingga akhirnya peluang perusahaan untuk memperoleh laba bersih dari konsumen juga akan semakin besar. Karena itu dalam suatu perusahaan urusan penjualan merupakan hal yang sangat diperlukan sebab pekerjaan tersebut banyak memberikan keuntungan untuk perusahaan.

#### Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih

Ketetapan keputusan uji pengecekan hipotesis kedua ( $H_2$ ) dengan menggunakan uji statistik uji t peneliti menghasilkan nilai signifikan dari variabel biaya produksi sebanyak  $0,011 < 0,05$ . Kemudian boleh dijelaskan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima dengan demikian peneliti menerangkan bahwa suatu biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Pemahaman

tentang Biaya produksi sama artinya dengan beban atau dana yang diperlukan oleh perusahaan untuk membiayai pembuatan bahan baku yang siap untuk dipasarkan.

Mengenai pembahasan di atas ditemukan semacam kesimpulan bahwa biaya produksi sangat menentukan harga pokok produksi yang nantinya akan mengurangi penjualan sehingga didapatkan laba bersih. Biaya produksi sangat memerlukan penekanan agar harga pokok produksi lebih rendah dan pada akhirnya laba bersih yang dihasilkan bisa lebih optimal.

#### **Pengaruh Perputaran Piutang terhadap Laba Bersih**

Kepastian dari terikatnya pengujian hipotesis ketiga ( $H_3$ ) dengan menggunakan uji statistik uji t peneliti menghasilkan nilai signifikan dari variabel perputaran piutang sebanyak  $0,000 < 0,05$ . Kemudian, boleh ditafsirkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima dengan begitu peneliti mengungkapkan jikalau perputaran piutang mempengaruhi laba bersih. Perputaran piutang ialah sebetuk rasio angka yang harus diterapkan sepanjang memperkirakan seberapa lamanya jangka waktu permohonan piutang dilakukan semasa satu putaran periode tertentu.

Faktor penting berikutnya yang mempengaruhi laba bersih selain penjualan dan biaya produksi ialah perputaran piutang. Perputaran piutang yang berputar lebih cepat akan meningkatkan penjualan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perputaran piutang yang dikeluarkan atau barang yang terjual lebih banyak sehingga penjualan akan meningkat. Penjualan meningkat akan mempengaruhi tingginya laba bersih yang nantinya akan diperoleh oleh perusahaan.

#### **Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi, dan Perputaran Piutang terhadap Laba Bersih**

Kepastian keputusan atas pengujian hipotesis keempat ( $H_4$ ) dengan menggunakan uji statistik uji t peneliti menghasilkan nilai signifikan dari variabel penjualan, biaya produksi, dan perputaran piutang sebanyak  $0,000 < 0,05$ . Sampai akhirnya, bisa diterangkan bahwasannya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima oleh sebab itu peneliti menyatakan bahwa penjualan, biaya produksi serta perputaran piutang secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih bagi perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam jangka waktu 2015-2019.

Hasil dari pengujian uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa laba bersih dipengaruhi 78,4% oleh variabel penjualan, biaya produksi dan perputaran piutang sedangkan sementara itu kelebihanannya sebanyak 21,6% dipengaruhi berbagai variabel yang lain yang tidak diteliti.

#### **SIMPULAN**

Adapun perolehan hasil observasi dan penjabaran di atas, peneliti menarik kesimpulan antara lain ialah:

- (1) Penjualan dinyatakan berpengaruh terhadap laba bersih di perusahaan manufaktur bidang industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.
- (2) Biaya produksi dinyatakan berpengaruh terhadap laba bersih di perusahaan manufaktur bidang industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.
- (3) Perputaran Piutang dinyatakan mempunyai pengaruh terhadap laba bersih di perusahaan manufaktur bidang industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.
- (4) Penjualan, Biaya Produksi Dan Perputaran Piutang dinyatakan berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih di perusahaan manufaktur bidang industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.

#### **IMPLIKASI**

Berdasarkan hasil dan kesimpulan observasi yang sudah dijelaskan, selanjutnya ditemukan implikasi seperti berikut:

1. Adapun reaksi ataupun akibat observasi dapat dijadikan perumpamaan indikasi pelengkap dan dapat diaplikasikan oleh pihak perusahaan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan yang berasal dari laba bersih.
2. Saran peneliti agar observasi ini bisa memotivasi peneliti-peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan laba bersih dan variabel independen yang berbeda.

#### **KETERBATASAN PENELITIAN**

Pada observasi ini ada beberapa keterbatasan yang mampu dijadikan sebagai bahan observasi untuk selanjutnya diantaranya ialah observasi ini hanya mampu mengambil masa 5 tahun saja yakni mulai dari tahun 2015 sampai dengan 2019, perusahaan yang terdaftar di BEI mempunyai beberapa macam sektor akan tetapi dalam observasi ini hanya memakai bidang lingkungan industri dasar dan kimia, sementara itu variabel independen yang dipakai pada observasi hanya tiga variabel yaitu penjualan, biaya produksi dan perputaran piutang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Djamalu, N. (2013). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012. Skripsi. *Skripsi*, 1(921409054).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariaate Dengan Program IBM SPSS 25 (Sembilan)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. (2015). *Teori Akuntansi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hery, S. . (2015). *Praktis Menyusun Laporan Keuangan. Prekatis Menyusun Laporan Keuangan Cepat & Mahir Menyajikan*. Jakarta.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mahardika, I. (2017). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Quadrant.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi. Salemba Empat*. Jakarta.
- Raharjo, B. (2016). *Mudah Belajar Visual Basic .NET*. Bandung: Informatika.
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-dasar pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta : BPFE. Yogyakarta.
- Stice, S. (2010). Skousen. 2010. *Akuntansi Keuangan, Buku I Edisi 16 PT Raja Jakarta: Grafindo Persada.*, 16.

**PENGARUH RETURN ON ASSETS DAN CURRENT RATIO TERHADAP HARGA SAHAM  
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
(SUB-SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN TAHUN 2015-2019)**

**Rensy Wulansari<sup>1</sup>, Taulikhul Afkar<sup>2</sup>**  
Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia<sup>1,2</sup>  
Email : [rensyren26@gmail.com](mailto:rensyren26@gmail.com)<sup>1</sup>  
Koresponden : [afkarloveyoufull@gmail.com](mailto:afkarloveyoufull@gmail.com)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*The capital market provides for various problems that befall companies as sources of business financing, many companies have to suffer losses until they experience bankruptcy because they are unable to carry out business operations that are too large, so that many companies are related to the current state of the company in the midst of uncertain national economic conditions. Company shares are the main key to management's success in obtaining venture capital from investors, it often happens by investors before buying, that is to conduct stock analysis and stock prices are stable and have greater profits to be used as a place of investment. This type of research is explanatory (explanatory research). With a population of 25 companies and as many as 12 companies used as research samples, besides that, the purposive sampling technique was chosen by considering certain criteria. The findings of this study show that partially Return on Assets has an effect on the Stock Prices, while Current Ratio has no effect on the Stock Prices. Simultaneously it is proven that there is an effect of Return on Assets and Current Ratio on the Stock Prices.*

**Keywords:** *Return on Assets, Current Ratio & Stock Prices.*

**ABSTRAK**

Pasar modal memberikan solusi atas berbagai masalah yang menimpa perusahaan terkait sumber pembiayaan usaha, banyak perusahaan yang harus merugi hingga mengalami kebangkrutan karena tidak mampu untuk membiayai operasional usaha yang terlalu besar, sehingga banyak perusahaan yang mulai khawatir dengan keadaan perusahaan saat ini ditengah kondisi perekonomian nasional yang tidak menentu. Saham perusahaan menjadi kunci utama keberhasilan manajemen dalam mendapatkan modal usaha dari investor, kecenderungan yang seringkali terjadi oleh investor sebelum membeli saham perusahaan yakni melakukan analisa harga saham perusahaan, perusahaan yang mampu menjaga nilai sahamnya secara stabil lebih memiliki keuntungan yang besar untuk dijadikan tempat menanamkan modal. Jenis penelitian ini dengan Ekplanasi (*explanatory research*). Dengan populasi yang dipakai 25 perusahaan dan sebanyak 12 perusahaan digunakan sebagai sampel penelitian, selain itu teknik *purposive sampling* dipilih dengan pertimbangan kriteria-kriteria tertentu. Diperoleh temuan penelitian ini bahwa secara parsial *Return on Asset* berpengaruh terhadap Harga Saham, sedangkan *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap Harga Saham. Secara simultan terbukti ada pengaruh *Return on Asset* dan *Current Ratio* terhadap Harga Saham.

**Kata Kunci :** *Return on Assets, Current Ratio & Harga Saham*

**PENDAHULUAN**

Semakin banyaknya pebisnis yang mulai mengembangkan usaha agar lebih besar dan dikenal oleh masyarakat saat ini menjadi salah satu strategi untuk mendapatkan sumber modal usaha, perusahaan yang mempunyai rencana usaha yang matang cenderung lebih mampu menghadapi persaingan bisnis yang saat ini sedang terjadi, manajemen perusahaan mulai

melakukan berbagai rencana usaha jangka panjang dengan mendaftarkan diri di pasar modal, sehingga perusahaan akan mendapatkan modal usaha dari para investor dengan cara menjual saham. Sumber pembiayaan usaha perusahaan semakin berjalannya waktu mulai banyak alternatif pilihan, dahulu mayoritas perusahaan mengajukan pembiayaan usaha ke pihak perbankan, sebab modal yang dapat dipinjam bisa dengan jumlah yang besar dan tempo pengembalian juga dengan estimasi waktu bertahun-tahun, akan tetapi dengan adanya pasar modal saat ini membuat perusahaan lebih mudah untuk memperoleh modal dari para investor dengan penawaran deviden yang tinggi.

Pasar modal memberikan solusi atas berbagai masalah yang menimpa perusahaan terkait sumber pembiayaan usaha, banyak perusahaan yang harus merugi hingga mengalami kebangkrutan karna tidak mampu untuk membiayai operasional usaha yang terlalu besar, sehingga banyak perusahaan yang mulai khawatir dengan keadaan perusahaan saat ini ditengah kondisi perekonomian nasional yang tidak menentu. Melalui pasar modal perusahaan dapat menawarkan dan menjual saham, karna itulah perusahaan yang memiliki nilai saham yang tinggi menggambarkan keadaan finansial perusahaan dan pendapatan perusahaan tiap periode dalam keadaan stabil.

Saham perusahaan menjadi kunci utama keberhasilan manajemen dalam mendapatkan modal usaha dari investor, kecenderungan yang seringkali terjadi oleh investor sebelum membeli saham perusahaan yakni melakukan analisa harga saham perusahaan, perusahaan yang mampu menjaga nilai sahamnya secara stabil lebih memiliki keuntungan yang besar untuk dijadikan tempat menanamkan modal, sebab manajemen akan selalu berusaha untuk meningkatkan nilai saham perusahaan secara bertahap agar para pemegang saham dapat menerima deviden lebih besar juga, selain itu perusahaan harus bisa menjaga kondisi keuangan perusahaan agar selalu stabil, sebab setiap tahun kondisi persaingan bisnis semakin ketat, hal tersebut dapat membuat nilai saham perusahaan menjadi tidak stabil.

Perusahaan sebagai organisasi yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan harus mampu memaksimalkan modal usaha yang dimilikinya secara produktif (Amaliya, 2015). Saat ini perusahaan yang memiliki prospek usaha jangka panjang yang baik yaitu perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman, sebab melihat fenomena saat ini yakni masyarakat cenderung menyukai kegiatan makan dan minum membuat usaha dibidang ini akan selalu menghasilkan keuntungan yang besar apabila dikelola dengan strategi usaha yang tepat.

Harga Saham menggambarkan harga saham yang muncul di bursa efek pada suatu waktu tertentu dan ditentukan oleh pelaku pasar serta permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal (Hartono, 2013). Sehingga dari sini perusahaan harus menghasilkan laba atau pendapatan yang konsisten agar harga saham yang dijual belikan kepada investor juga dapat diberikan tepat waktu. *Return on assets* ialah rasio laba bersih terhadap total aset mengukur kembalian atas total aset setelah bunga dan pajak (Brigham, 2013). Sedangkan penjelasan terkait *Current Ratio* ialah rasio lancar untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan (Kasmir, 2016).

## METODE

Jenis penelitian ini dengan Ekplanasi (*explanatory research*). Dengan populasi yang dipakai 25 perusahaan dan sebanyak 12 perusahaan digunakan sebagai sampel penelitian, selain itu teknik *purposivesampling* dipilih dengan pertimbangan kriteria-kriteria tertentu. Sumber data adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang dapat dilihat melalui situs resmi Bursa Efek Inonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Dalam penelitian variable yang digunakan adalah variable

dependen yang terdiri dari *Return On Assets* dan *Current Ratio* serta variable independen yang terdiri dari Harga Saham.

## HASIL PENELITIAN

### Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	60	.90	52.67	11.2237	10.58255
CR	60	58.42	863.78	241.6837	170.10286
HARGA SAHAM	60	168.00	12415.00	3621.6000	3461.08788
Valid N (listwise)	60				

*Return On Assets* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 11,2237% dengan nilai minimum sebesar 0,90%, serta nilai maksimum sebesar 52,67%. Variabel *Current Ratio* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 241,6837% dengan nilai minimum sebesar 58,42% serta nilai maksimum sebesar 863,79%. Variabel Harga Saham menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3621,60% Nilai minimum sebesar 168% serta nilai maksimum sebesar 12415%.

### Analisis Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Tabel 2. Analisis Normalitas

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	2614.01167803
Most Extreme Differences	Absolute	.175
	Positive	.175
	Negative	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		1.357
Asymp. Sig. (2-tailed)		.377

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil penelitian pada tabel 2 bahwa hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* terdapat nilai 1,357 serta nilai *Asymptotic Significant* 0,377 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dapat dipastikan tabel data diatas telah berdistribusi normal.

**b. Uji Multikolinearitas**

Table 3 Analisis Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
(Constant)	1840.580	676.410		
1 ROA	215.550	33.006	.986	1.014
CR	-2.641	2.050	.986	1.014

b. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Hasil dari tabel 3 bahwa nilai dari *Tolerance Return On Assets* dan *Current Ratio* 0,986 yang berarti diatas 0,01. Serta nilai VIF dari *Return On Assets* dan *Current Ratio* 1,014 yang berarti dibawah 10. Dari hasil diatas, dapat dipastikan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

**c. Uji Autokorelasi**

Table 4. Analisis Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.797 <sup>a</sup>	.635	.629	1603.47903219	2.139

a. Predictors: (Constant), ROA, CR

b. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Dari hasil pengujian nilai *Durbin Watson* 2,139 dengan nilai dL 1,5144 dan nilai dU 1,6497. Hasil ini menunjukkan  $dU < Durbin\ Watson < 4 - dU$  dapat dipastikan data yang digunakan tidak terjadi gangguan autokorelasi.

**d. Uji Heteroskedastisitas**

Table 5. Analisis Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2406.198	430.930		5.584	.000
1 ROA	-23.877	21.028	-.149	-1.136	.261
CR	-.665	1.306	-.067	-.509	.612

a. Dependent Variable: RES2

Dari tabel diatas dipastikan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Karena nilai signifikansi yang terdapat pada *Return On Assets* 0,261 dan *Current Ratio* 0,612 yang nilai tersebut lebih dari 0,05.

**Analisis Linier Berganda**

Table 6. Analisis Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
	(Constant)	1840.580	676.410	
1	ROA	215.550	33.006	.658
	CR	-2.641	2.050	-.130

a. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Diperoleh hasil regresi dapat diketahui sebagai berikut:

$$Y = 676,410 + 215,550 \text{ ROA} - 2,641 \text{ CR} + 676,410$$

Nilai konstanta terdapat 676,410 dan *Return On Assets* memiliki nilai koefisien 215,550 serta *Current Ratio* memiliki nilai koefisien -2,641. Dengan setiap peningkatan masing-masing variable dependen sebesar 1% pada variable independen nya tetap. Maka nilai Harga Saham akan mengalami kenaikan untuk *Return On Assets* sebesar 21555% dan penurunan untuk *Current Ratio* sebesar -264%

**Uji Hipotesis**

a. Uji t

Table 7. Analisis Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1840.580	676.410		2.721	.009
1	ROA	215.550	33.006	.658	6.531	.000
	CR	-2.641	2.050	-.130	-1.288	.203

a. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Dari hasil pengujian secara parsial *Return on Assets* berpengaruh terhadap Harga Saham dengan hasil signikansi 0,000 yang kurang dari 0,05 . Sedangkan *Current Ratio* terbukti ada pengaruh terhadap Harga Saham karena terdapat hasil nilai signifikansi 0,203 yang lebih dari 0,05 .

b. Uji F

Table 8. Analisis Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	303618262.279	2	151809131.140	21.464	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	403150366.121	57	7072813.441		
Total	706768628.400	59			

a. Dependent Variable: HARGA SAHAM

b. Predictors: (Constant), CR, ROA

Dari hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh F- hitung 21,464 dan signifikansi (sig) 0,000. Dengan nilai F-tabel tarif signikan 5% sebesar 3,16. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan  $21,464 > 3,16$  yang berarti variable dependen (*Return On Assets* dan *Current Ratio*) secara simultan berpengaruh positif terhadap variable independen (Harga Saham)

Uji Koefisiensi Determinasi (R2)

Table 9. Analisis Uji Koefisiensi Determinasi (R2)

Model Summary <sup>a</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.797 <sup>a</sup>	.635	.629	1603.47903219	2.139

a. Predictors: (Constant), ROA, CR

b. Dependent Variable: HARGA SAHAM

Sesuai tabel diatas diperoleh R Square sebesar 0,635. Berarti 63,5% *Return On Assets* dan *Current Ratio* mempengaruhi Harga Saham. Serta sisanya 36,5% dipengaruhi oleh variable lainnya yang diluar penelitian.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Return on Asset* berpengaruh positif terhadap Harga Saham, sedangkan *Current Ratio tidak* berpengaruh positif terhadap Harga Saham. Secara simultan terbukti ada pengaruh positif *Return on Asset* dan *Current Ratio* terhadap Harga Saham.

IMPLIKASI

Implikasi dari temuan ini ialah perusahaan harus bisa menjalankan kegiatan operasional usaha dan menghasilkan pendapatan atau laba yang maksimal sesuai target yang telah ditetapkan. Pasar modal memberikan solusi atas berbagai masalah yang menimpa perusahaan terkait sumber pembiayaan usaha, banyak perusahaan yang harus merugi hingga mengalami kebangkrutan karna tidak mampu untuk membiayai operasional usaha yang terlalu besar, sehingga banyak perusahaan yang mulai khawatir dengan keadaan perusahaan saat ini ditengah

kondisi perekonomian nasional yang tidak menentu. Melalui pasar modal perusahaan dapat menawarkan dan menjual saham, karna itulah perusahaan yang memiliki nilai saham yang tinggi menggambarkan keadaan finansial perusahaan dan pendapatan perusahaan tiap periode dalam keadaan stabil.

Dengan adanya berbagai alternatif sumber pembiayaan usaha dapat menjadi solusi perusahaan dalam mengoptimalkan dana tersebut agar produktif, dahulu mayoritas perusahaan mengajukan pembiayaan usaha ke pihak perbankan, sebab modal yang dapat dipinjam bisa dengan jumlah yang besar dan tempo pengembalian juga dengan estimasi waktu bertahun-tahun, akan tetapi dengan adanya pasar modal saat ini membuat perusahaan lebih mudah untuk memperoleh modal dari para investor dengan penawaran deviden yang tinggi. Saham perusahaan menjadi kunci utama keberhasilan manajemen dalam mendapatkan modal usaha dari investor, kecenderungan yang seringkali terjadi oleh investor sebelum membeli saham perusahaan yakni melakukan analisa harga saham perusahaan, perusahaan yang mampu menjaga nilai sahamnya secara stabil lebih memiliki keuntungan yang besar untuk dijadikan tempat menanamkan modal.

#### **KETERBATASAN PENELITIAN**

1. Penulis mengalami kendala terkait jumlah data yang dipakai hanya 12 perusahaan, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Selain itu penulis hanya mengandalkan situs BEI untuk mengakses informasi laporan keuangan perusahaan dengan berbagai kriteria.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brigham F, E., & Joel F, H. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Jilid 2 Edisi 11*. Jakarta: Selemba Empat.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kartika, A. V., Topowijono, & Wi Endang, M. (2015). Pengaruh Return On Assets, Return On Equity dan Assets Growth Terhadap Dividend Payout Ratio (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 1 No 2.
- Kashmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kashmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kashmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Margaretha, Farah, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Dian Rakyat. 2014.
- Rahayuningtyas, S. (2014). Pengaruh Rasio-Rasio Keuangan Terhadap Dividend Payout Ratio (Studi pada Perusahaan Manufaktur Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 7 No. 2.
- Sudana, & Damawan, A. (2011). *Pemikiran Kebijakan Manajemen Keuangan*. Malang: CV. Okani Bukaka Malang.
- Sudana, I. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sudana, I. (2015). *Manajemen Keuangan Perusaha Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarwani, V. (2017). *Analisis Laporan Keuangan : Teori, Aplikasi & Hasil Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Return On Equity (ROE) Terhadap Dividend Payout Ratio (DPR) (Studi Pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI). *ejurnal unim*, Vol. 1, Hal 1-16.
- Sunarya, D. H. (2013). Pengaruh Kebijakan Utang, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen dengan Size Sebagai Variable Moderasi pada Sektor Manufaktur Tahun 2008-2011. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 2 No. 1.
- Swastyastu, M. W., Yuniarta, A. G., & Atmadja, A. T. (2014). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBIJAKAN DIVIDEND PAYOUT RATIO YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI). *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, Volume 2 No: 1, hal 1-12.
- Yuliyanti, L., & Nurhasanah, I. (2012). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen (Kasus pada PT. Bank Central Asia, Tbk).

## Analisis Kewajaran Laporan Keuangan Koperasi Unggul Makmur

Dyah Kartika Kusumaningtyas<sup>1</sup>, Siti Istikhroh<sup>2</sup>, Mutiara Rachma Ardhiani<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : [dyahkartikak@gmail.com](mailto:dyahkartikak@gmail.com)<sup>1</sup>, [mutiara@unipasby.ac.id](mailto:mutiara@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>

Koresponden : [istikhroh\\_siti@unipasby.ac.id](mailto:istikhroh_siti@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Financial statements are output containing financial information resulting from the accounting process that can help users of financial statements in making decisions. Financial Accounting Standards Entities Without Public Accountability (SAK ETAP) is a guide for entities without public accountability in presenting the financial statements. This standards can facilitate accounting needs for entities that do not have public accountability such as cooperatives. This research was conducted to identify and analyze the Financial Statements and the implementation of SAK ETAP to the Koperasi Unggul Makmur Cooperative. Koperasi Unggul Makmur is a cooperative business entity. The method used in collecting data is through interviews and documents. The data analysis technique uses qualitative descriptive. The research results based on the Balance Sheet and Income Statement in 2020 showed that Koperasi Unggul Makmur has not fully implemented SAK ETAP in recording and presenting its financial statement. This research suggest that cooperative should compile other component of financial statement and disclose accounting policies in the Notes to Financial Statement.*

*Keywords: Financial statements, cooperative, SAK ETAP*

### ABSTRAK

Laporan keuangan merupakan output berisikan informasi keuangan hasil proses akuntansi yang dapat membantu pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) adalah suatu pedoman untuk entitas tanpa akuntabilitas publik dalam menyajikan laporan keuangan. Standar tersebut dapat memudahkan kebutuhan akuntansi untuk entitas yang tidak memiliki akuntabilitas publik seperti koperasi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis laporan keuangan serta penerapan SAK ETAP pada Koperasi Unggul Makmur. Koperasi Unggul Makmur merupakan badan usaha koperasi simpan pinjam. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumen. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian berdasarkan neraca dan laporan laba rugi pada tahun 2020 menunjukkan bahwa Koperasi Unggul Makmur belum sepenuhnya menerapkan SAK ETAP dalam pencatatan dan penyajian laporan keuangannya. Penelitian ini menyarankan sebaiknya koperasi menyusun komponen laporan keuangan lainnya dan melakukan pengungkapan kebijakan akuntansi pada Catatan Atas laporan Keuangan.

Kata kunci: Laporan Keuangan, Koperasi, SAK ETAP

### PENDAHULUAN

Koperasi yaitu bentuk aktivitas ekonomi rakyat berasakan kekeluargaan yang bertujuan untuk mensejahterakan anggota. Koperasi Negara Indonesia sudah diaturkan pada Perundang-Undangan No. 17 Tahun 2012. Koperasi dalam mewujudkan tujuannya, diperlukan pengelolaan koperasi secara benar dan professional. Maka, kepada lembaga ekonomi yang menghasilkannya laporan keuangan, hendaknya berpedoman pada standar akuntansi telah ditetapkan.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) yaitu pedoman proses dari akuntansi dalam menyusun laporan keuangan. PSAK No.27 yang membahas Akuntansi Perkoperasian pada mulanya

merupakan pedoman bagi koperasi, akan tetapi pada tanggal 8 April 2011, Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) dikeluarkannya Exposure Draft Pernyataan Pencabutan Standar Akuntansi Keuangan (PPSAK) No.8 berkaitan PSAK No.27 ini berlakunya dengan teratur pada periode tahun buku yang diawali sesudah tanggal efektif 1 Januari 2012. PPSAK No.8 juga menyatakan dampak diadopsinya International Financial Reporting Standards (IFRS) diakibatkan perlu dicabutnya Standar Akuntansi Keuangan (SAK) tersebut. Sebagai gantinya, Kementerian Koperasi dan UKM menetapkan penggunaan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) menjadi pedoman akuntansi baru koperasi maupun entitas tidak akuntabilitas publik lainnya.

SAK ETAP diperuntukkan kepada entitas yang belum mempunyai akuntabilitas publik signifikan untuk pedoman saat dilakukannya penyusunan. Koperasi entitas termasuk yang tanpa mempunyai akuntabilitas publik signifikan. Dalam SAK ETAP sendiri otorisasi penggunaannya telah tercantum dalam PERMENKOP No. 12 Tahun 2015 yang membahas Pedoman Umum Akuntansi Koperasi Sektor Rill.

Laporan keuangan lengkap seperti yang tertera pada SAK ETAP ada lima, yaitu laporan neraca, laporan laba rugi, perubahan ekuitas, arus kas serta catatan atas laporan keuangan. Laporan keuangan koperasi yaitu sebagian dari sistem pelaporan koperasi serta bentuk pertanggungjawaban pengurus terhadap segala aktivitas ekonomi koperasi.

Dalam perkembangan ekonomi saat ini peranan akuntansi pada bidang koperasi sangatlah penting. Hal tersebut berkaitan dengan tugas pemerintah dalam mewujudkan koperasi yang profesional, transparan, dan akuntabilitas yang baik, sehingga dapat dipercaya oleh anggotanya maupun masyarakat umum. Salah satu indikator dalam terpenuhinya tujuan tersebut yakni lewat penyusunnya suatu laporan keuangan dengan jujur, tertib, serta wajar. Akan tetapi keterbatasannya informasi akuntansi serta kelemahannya terhadap laporan keuangan yang tidak diatur dengan bagus mengakibatkan fungsi laporan keuangan yang tidak memenuhi standar atas informasi yang relevan dan andal.

Laporan keuangan yang telah disusun belum tentu menunjukkan kewajaran. Mengingat bahwa laporan keuangan telah disusun entitas tidak sepenuhnya sama dengan standarisasi yang diberlakukan. Apabila pelaporan keuangan disusunnya tidak berdasarkan standar atau prinsip yang berlaku maka keandalan dan relevansinya dipertanyakan. (Juwita, 2019).

Salah satu koperasi yang berada di Jawa Timur yakni Koperasi Unggul Makmur yaitu jenis koperasi simpan pinjam. Untuk entitas bertanggungjawab terhadap publik, Koperasi Unggul Makmur untuk disajikannya pelaporan keuangan didapatkannya kekurangan yakni tanpa ada laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan, dimana untuk penyusunan pelaporan keuangan, koperasi sebaiknya berpedoman dengan SAK ETAP serta Peraturan Menteri Koperasi dan UMKM No. 12 Tahun 2015. Pelaporan keuangan lengkap yang diliputinya neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan, hingga laporan keuangan tersebut bisa memberikan informasi secara akurat serta komprehensif terhadap semua pihak yang memiliki kepentingan serta mencerminkan performa dengan utuh.

Koperasi Unggul Makmur dalam melaksanakan kegiatan akuntansi selama ini hanya dikontrol oleh pihak auditor intern sendiri dan dilakukan pada beberapa bagian tertentu saja diantaranya; bagian piutang dan bukti jaminan nasabah saja. Sehingga penyajian laporan keuangan yang disusun oleh koperasi belum diketahui apakah sudah berdasarkan dengan standar yang berlaku yaitu SAK

ETAP, dikarenakan laporan keuangannya belum pernah diaudit secara menyeluruh. Hal tersebut dapat memunculkan ketidakwajaran saat diaudit secara internal, sehingga diperlukan pemeriksaan dari pihak eksternal yang dapat secara objektif dan independen atas kewajaran penyajian laporan keuangan tersebut.

Dari penjelasan latar belakang diatas, maka sangat penting untuk diamati dan ditinjau bagaimana kewajaran laporan keuangan koperasi. Penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana kewajaran laporan keuangan yang telah disusun oleh Koperasi Unggul Makmur. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kewajaran Laporan Keuangan Koperasi Unggul Makmur”.

## **TEIAAH PUSTAKA**

### **Koperasi**

Koperasi merupakan wadah berkumpulnya masyarakat dengan kepentingan yang sama yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan bersama. Koperasi juga bertujuan untuk memperbaiki ekonomi anggotanya sehingga terpenuhi kebutuhannya maupun diperbaikinya ataupun meningkatkannya taraf hidup (Yulinartati, 2013). Badan usaha koperasi merupakan badan usaha yang memiliki anggota perseorangan ataupun kelompok yang memiliki dengan berasas kekeluargaan berdasarkan prinsip koperasi dalam kegiatan usahanya (Gozali dan Kesuma, 2018). Sedangkan berdasarkan Perundang-Undangan No. 17 Tahun 2012, yakni badan hukum yang didirikan oleh orang perorangan ataupun badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggota sebagai modal untuk menjalankan usaha , yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial serta budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.

### **Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP)**

Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) yakni suatu pedoman akuntansi dipakai oleh entitas yang tidak mempunyai akuntabilitas publik yang signifikan. Standar Akuntansi Keuangan yang diberlakukan pada koperasi sekarang yaitu SAK ETAP. Penggunaannya SAK ETAP yaitu rangkaian putusan IAI, mengenai penghapusan PSAK No. 27 yang membahas Akuntansi Koperasi dihitung sejak 8 April 2011.

Sebagaimana yang tercantum dalam SAK ETAP paragraph 1.1-1.2 bahwa entitas tanpa akuntabilitas publik yakni:

- a. tidak memiliki akuntabilitas publik signifikan, dan
- b. menerbitkan laporan keuangan untuk tujuan umum (general purpose financial statement) bagi pengguna eksternal. Contoh pengguna eksternal adalah pemilik yang tidak terlibat langsung dalam pengelolaan usaha, kreditur, dan lembaga pemeringkat kredit.

### **Laporan Keuangan**

Laporan keuangan yaitu hasil akhir siklus akuntansi atas semua telah dilakukannya industri (Amir dan Runtu, 2014). Laporan keuangan inilah yang memuat informasi tentang keuangan yang bisa terbantu bagi penggunaannya laporan keuangan untuk mengambil sebuah keputusan. Laporan

keuangan memiliki tujuan sebagai pemberi informasi masalah keuangan, performa keuangan, dan arus kas entitas memiliki manfaat kepada penggunanya untuk mengambil sebuah keputusan.

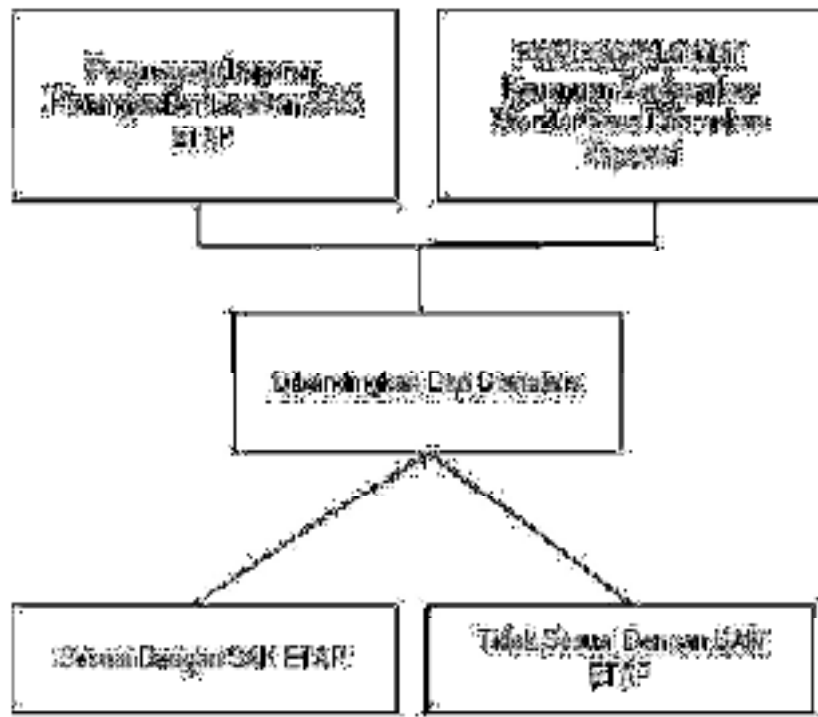
Laporan keuangan lengkap berdasarkan SAK ETAP yaitu:

- (a) Neraca
- (b) Laporan Laba Rugi
- (c) Laporan Perubahan Ekuitas
- (d) Laporan Arus Kas
- (e) Catatan Atas Laporan Keuangan

## METODE

Penelitian ini yaitu kualitatif. Subjek penelitian yaitu Koperasi Unggul Makmur dan objeknya yaitu laporan keuangan Koperasi Unggul Makmur. Metode untuk pengumpulan data menggunakan wawancara serta dokumen. Analisis data dengan memanfaatkan analisis deskriptif kualitatif, dengan cara mengumpulkan, mengelompokkan, kemudian menafsirkan data sesuai dengan kegiatan sebenarnya sehingga mampu memberikan informasi yang lengkap untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi.

## KERANGKA BERFIKIR



Gambar 1. Kerangka Berfikir

## HASIL

### **Gambaran Umum Koperasi Unggul Makmur**

Koperasi Unggul Makmur berdiri pada tanggal 11 Oktober 2006, pada awalnya usaha koperasi berawal dari show room sepeda motor dengan nama Mitra Araya dengan kegiatan usaha utamanya berupa jual beli motor secara kredit. Namun seiring dengan permintaan nasabah yang meningkat pada jasa kredit, Mitra Araya berganti nama menjadi Koperasi Unggul Makmur dengan usaha utama yaitu simpan pinjam dalam bentuk pinjaman BPKB. Hingga saat ini, Koperasi Unggul Makmur telah menyediakan jenis kredit baru yaitu Pinjaman jaminan Jamsostek/ATM dan pembukaan Simpanan Berjangka sebagai pelayanan penyimpanan dana. Koperasi Unggul Makmur juga merambah pada jenis usaha lain yakni penjualan kredit HP dan sepeda listrik. Koperasi Unggul Makmur merupakan koperasi simpan pinjam, serta berkedudukan dan berkantor di Jalan Raya Nginden 3 Kav. VIII Kel. Sukolilo Kota Surabaya.

### **Analisis Pengakuan dan Pengukuran Dalam Proses Penyusunan laporan Keuangan Koperasi Unggul Makmur**

Aset akan diakui pada neraca apabila kegunaan ekonomi pada masa depan akan mengalir pada entitas serta aset itu memiliki nilai ataupun biaya yang bisa diukur dengan andal, serta aset tidak diakui pada neraca apabila pengeluarannya telah terjadi serta kegunaan ekonomi tidak bisa dialirkan pada entitas sesudah periode laporan berjalan, serta untuk alternative atas transaksi terhadap pengakuan beban pada laporan laba rugi. Pengakuan aset kas atau setara kas pada Koperasi Unggul Makmur diakui secara cash basis. Aset lancar berupa kas ditangan diukur sebesar total mutasi keluar dan masuk harian yang ada pada brangkas di koperasi. Kas pada Bank diukur nya sama dengan kas pada buku tabungan atau rekening koran sesudah dikurangnya biaya administrasi serta ditambahkannya dengan pendapatan bunga. Akun piutang yang dalam neraca koperasi disebut Kredit Yang Diberikan diukur sebesar piutang/ pencairan nasabah koperasi. Sedangkan untuk pengakuan pada aset tetap dinyatakan sebesar biaya perolehannya dibagi umur ekonomis tanpa memperhitungkan nilai residu. Penyusutan dilakukan setiap akhir bulan secara metode garis lurus dan menurut taksirannya umur ekonomis yang telah ditetapkan oleh koperasi.

SAK ETAP paragraph 2.35 menjelaskan, kewajiban diakui dalam neraca jika memungkinkan pengeluaran sumber daya yang mengandung kegunaan ekonomi dilakukan dalam menyelesaikan suatu kewajiban sekarang serta jumlah yang wajib diselesaikan dapat diukur dengan andal. Kewajiban yang dimiliki oleh koperasi terdiri dari Kewajiban Segera dan Pinjaman Diterima. Pengukuran nilai kewajiban dalam Neraca menurut keadaan yang sebenarnya, sehingga hal tersebut sudah sama dengan SAK ETAP yakni penilaian atas kewajiban sama dengan nilai nominal.

SAK ETAP paragraph 2.36 menyatakan bahwa pengakuan pendapatan adalah suatu tindakan langsung yang dilakukan dari pengakuan aset serta kewajibannya. Pendapatan diakui nya pada laporan laba rugi apabila manfaat ekonomi mengalami kenaikan pada masa depan memiliki kaitan dengan meningkatnya aset ataupun mengalami turunnya kewajiban sudah terjadi serta bisa diukur nya dengan andal. Pengakuan pendapatan koperasi dilakukan saat terjadinya pembayaran nasabah atau penerimaan uang kas. Demikian beban diakui dan diukur nya dengan nilai nominal ketika terjadinya pengeluaran ataupun kas keluar.

## Analisis Penyajian laporan Keuangan Koperasi Unggul Makmur

### Neraca

Neraca Koperasi Unggul Makmur terdiri atas aset, kewajibannya, serta ekuitas. SAK ETAP disyaratkannya pos-pos minimal disajikan dalam neraca.

Tabel 1. Checklist Pos-Pos Pada Koperasi Unggul Makmur

Pos	Ada/Tidak Ada
Kas dan Setara Kas	Ada
Piutang Usaha dan piutang lainnya	Ada
Perediaan	Tidak ada
Properti Investasi	Tidak ada
Aset tetap	Ada
Aset Tidak Bersajudi	Tidak ada
Utang Usaha dan utang lainnya	Ada
Aset dan Kewajiban Pajak	Tidak ada
Ekuitas	Ada

Tabel 1 menunjukkannya Koperasi Unggul Makmur sudah dicantumkannya 5 dari 9 pos-pos minimal yang wajib ada pada neraca. Demikian secara keseluruhan masih belum sesuai dengan SAK ETAP.

### Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi menurut SAK ETAP untuk Koperasi Unggul Makmur disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Checklist Pos-Pos laporan laba Rugi Untuk Koperasi Unggul Makmur

Pos	Ada/Tidak Ada
Pendapatan	Ada
Beban Keuangan	Ada
Bagian Laba Atau Rugi Dari Investasi Yang Menggunakan Metode Ekuitas	Tidak ada
Beban Pajak	Tidak ada
Laba atau Rugi Neto	Ada

Laporan laba rugi Koperasi Unggul Makmur telah dicantumkan 3 dari 5 pos-pos minimal yang wajib terdapat pada laporan laba rugi menurut SAK ETAP.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, Koperasi telah menyajikan terdiri atas Neraca dan laporan laba Rugi. Koperasi Unggul Makmur belum menyusun laporan perubahan ekuitas, arus kas serta catatan atas laporan keuangan, dengan demikian koperasi dikatakan tidak seutuhnya menerapkan SAK

ETAP sebagai suatu acuannya untuk menyusun laporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap menurut SAK ETAP wajib memiliki lima komponen laporan yakni; neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas serta catatan atas laporan keuangan.

Penyajian Neraca Koperasi Unggul Makmur terdapat aset, kewajibannya serta ekuitas. Dimana pos-pos minimal telah terpenuhi yakni; Kas atau Setara Kas, Piutang Usaha serta piutang lain-lain, aset tetap, utang usaha dan utang lain-lain, serta ekuitas. Neraca koperasi tidak menyajikan pos persediaan, properti investasi, aset tidak memiliki wujud, serta kewajibannya terhadap pajak. Tidak ada pos properti investasi karena sewa gedung diakui sebagai biaya ketika terjadinya transaksi dan pengeluaran kas tidak mempunyai aset tak berwujud. Pos kewajiban pajak tidak disajikan dalam neraca hingga kepatuhan terhadap pajak dipertanyakan.

Laporan laba Rugi yang telah disusun oleh Koperasi Unggul Makmur telah terdapat akun pendapatan serta beban. Beban merupakan turunya suatu pemanfaatan ekonomi sebagai bentuk arus kas keluar. Komponen beban terdapat pada laporan laba rugi dikarenakan pengeluaran/biaya yang sudah diterapkan serta tidak bisa diberikannya pemanfaatan pada masa mendatang. Sedangkan pendapatan merupakan penambahan nilai ekonomi dalam bentuk pemasukan kas. Penyajiannya pos maupun judul serta subjudul lain untuk laporan laba rugi sesudah sama dengan SAK ETAP.

## **SIMPULAN**

Menurut penelitian serta hasil analisis yang dilakukannya, maka simpulan dari penelitian mengenai “Analisis Kewajaran laporan keuangan Koperasi Unggul Makmur yaitu penyajian Laporan keuangan Koperasi Unggul Makmur terdiri dari neraca dan laporan laba rugi. Hal ini masih belum sesuai dengan yang distandarkan SAK ETAP. Laporan keuangan Koperasi Unggul Makmur belum disajikan secara wajar karena belum menerapkan secara penuh SAK ETAP sebagai standar dalam penyusunan laporan keuangan. Koperasi Unggul Makmur tidak menyajikan laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Adapun kendala dari Koperasi Unggul Makmur dalam menetapkan SAK ETAP dalam proses penyusunan laporan keuangan diantaranya rendahnya pemahaman pengelola koperasi terhadap SAK ETAP, kurangnya sumber daya manusia yang sesuai dengan bidang pekerjaannya, serta kurangnya peran serta Ikatan Akuntansi Indonesia selaku pencetus pedoman standar SAK ETAP dalam mensosialisasikan secara langsung kepada entitas.

## **IMPLIKASI**

Penyajian laporan keuangan yang lengkap contohnya diisyaratkan oleh SAK ETAP dapat membantu Koperasi dalam memberikan informasi keuangan, sehingga memudahkan penggunaan laporan keuangan saat diambilnya putusan ekonomi, serta agar koperasi tertib, akurat, akuntabel, dan transparan.

## **KETERBATASAN PENELITIAN**

Pada penelitian ini keterbatasan terletak pada subjektifitas yang ada pada penulis. Penelitian ini tergantung pada interpretasi penulis terhadap makna dari hasil wawancara sehingga ada kecenderungan bias. Untuk mengurangi bias maka dilakukan triangulasi yakni dengan dimanfaatkannya teknik triangulasi. Teknik triangulasi yaitu teknik digunakannya sebagai pengujian

kredibilitas data secara dilakukannya pengecekan data terhadap sumbernya sama dan teknik yang dilakukan berbeda. Penelitian ini juga hanya dilakukan pada Koperasi Unggul Makmur sehingga hasil penelitian hanya mencerminkan mengenai kondisi Koperasi Unggul Makmur saja. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah objek penelitian sehingga penelitian dapat digeneralisasi secara umum.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Gozali, E., & Kesuma, N. (2018). Implementasi Penyajian Laporan Keuangan Berbasis Sak Etap Pada Koperasi Di Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 15(1), 21–30. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v15i1.5644>
- Iai. (2009). Standar Akuntansi Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik. *Standar Akuntansi Keuangan*, 6.
- Juwita, Novia. (2019). Analisis Penerapan Psak 1 Tentang Penyajian Laporan Keuangan (Studi Kasus Pada Pt. Global Sawit Semesta, Kec. Danau Paris, Kab. Aceh Singkil). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/7511>
- Menkumham. (2012). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian. *Perkoperasian*, 1–56.
- Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor 12/Per/M.Kukm/Ix/2015 Tentang Pedoman Umum Akuntansi Koperasi Sektor Riil, 1 (2015). [http://www.depkop.go.id/uploads/Tx\\_Rtgfiles/Permen\\_Kukm\\_Nomor\\_12\\_Tahun\\_2015\\_Tentang\\_Akuntansi\\_Koperasi\\_Sektor\\_Riil.Pdf](http://www.depkop.go.id/uploads/Tx_Rtgfiles/Permen_Kukm_Nomor_12_Tahun_2015_Tentang_Akuntansi_Koperasi_Sektor_Riil.Pdf)
- Amir, Siti Rahmi., & Runtu, Treesje. (2014). Analisis Penerapan PSAK Tentang Penyajian Laporan Keuangan Pada PT. Bank Sulut TBK (Persero). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 2(3), hal 68-78
- Yulinartati. (2013). Penerapan Sak-Etap Pada Entitas Koperasi (Studi Kasus Pada Kud Tri Karsa Jaya Kec. Bangsalsari Kab. Jember). *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Manajemen*, Xii(1), 87–104.

## Pengaruh Struktur Aset, Pertumbuhan Penjualan, dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal

Amelia Poetri<sup>1</sup>, Sugijanto<sup>2</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : [poetriamelia05@gmail.com](mailto:poetriamelia05@gmail.com)<sup>1</sup>

Koresponden : [sugijanto@unipasby.ac.id](mailto:sugijanto@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of SA, PP and ROA on DER in Food and Beverage Companies listed on the IDX for the 2016-2019 period. The independent variables used include SA, PP and ROA, while the dependent variable is DER. The sample in this study were 10 companies taken using purposive sampling technique. Data analysis technology uses multiple linear regression analysis which is carried out using the SPSS version 25 statistical test tool. Based on the results of testing the first hypothesis (H1) using the t statistical test, it is found that the value of the SA variable has a tcount of 7,173 with a sig level of  $.000 < .05$ . This value indicates that SA has an effect on DER. For testing the second hypothesis (H2) using the t statistical test, it was found that the value of the PP variable had a tcount of 1.003 with a sig level of  $.322 > .05$ . This value indicates that PP has no effect on DER. And for the third hypothesis (H3) using the t statistical test, the value of the ROA variable has a tcount of 2.022 with a sig level of  $.051 > .05$ . This value indicates that ROA has no effect on DER.

**Keywords** : AS, SG, ROA, DER

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh SA, PP dan ROA Terhadap DER Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2019. Variabel independen yang digunakan antara lain SA, PP dan ROA, sedangkan variabel dependen DER. Sampel dalam Penelitian ini sebanyak 10 perusahaan yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknologi analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda yang dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik SPSS versi 25. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) dengan menggunakan uji statistik t diperoleh nilai pada variabel SA memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 7.173 dengan tingkat sig sebesar  $.000 < .05$ . Nilai ini menunjukkan SA berpengaruh terhadap DER. Untuk pengujian hipotesis kedua (H2) dengan menggunakan uji statistik t diperoleh nilai pada variabel PP memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 1,003 dengan tingkat sig sebesar  $.322 > .05$ . Nilai ini menunjukkan PP tidak berpengaruh terhadap DER. Dan untuk hipotesis ketiga (H3) dengan menggunakan uji statistik t diperoleh nilai pada variabel ROA memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,022 dengan tingkat sig sebesar  $.051 > .05$ . Nilai ini menunjukkan ROA tidak berpengaruh terhadap DER.

**Kata kunci** : SA, PP, ROA, DER

### PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis yang makin maju mendorong pesaingan yang kompetitif antar perusahaan baik dalam bidang industri dan jasa. Pesaingan semakin ketat sehingga perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya agar dapat selalu berkembang dengan baik.

Salah satu sektor industri yang mengalami pertumbuhan yaitu sektor makanan dan minuman dimana berdasarkan data Badan Pusat Statistik tercatat tahun 2019 industri makanan berkontribusi sebesar 23,5% sedangkan perusahaan minuman mencapai 8,57%. Hal ini yang mendorong setiap manajer perusahaan harus terus berinovatif dalam bidang industrinya, setiap manajer dalam perusahaan diharuskan untuk meningkatkan secara efektif saat melakukan kegiatan produksi. Kegiatan ini bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan salah satunya yaitu memperoleh keuntungan, mensejahterahkan para investor dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi para pesaing.

Perusahaan dalam mengembangkan usahanya membutuhkan adanya struktur modal yang bagus dan terkendali. Dalam hal ini perusahaan diharapkan bisa mempertahankan potensi kerja yang ada dan terus meningkatkan kualitas produksi, sehingga produk yang dihasilkan mampu menjadi nilai lebih bagi konsumen. Peran penting dari adanya struktur permodalan yaitu dapat mempengaruhi kualitas dari perusahaan, hal ini yang menjadi pertimbangan penting oleh manajer untuk mengambil keputusan dalam menentukan struktur modal perusahaan. Sudana (2015:164) menyatakan struktur modal (*capital structure*) berkaitan dengan pembelanjaan jangka panjang suatu perusahaan yang diukur dengan perbandingan utang jangka panjang dengan modal sendiri.

Makin bagus struktur modal akan makin tinggi resiko yang diterima perusahaan karena hutang yang didapatkan perusahaan makin besar untuk kegiatan operasionalnya. Manajemen perusahaan dituntut untuk mengelola dengan baik. Masalah permodalan salah satu poin penting dalam perusahaan, karena perusahaan dapat berjalan dan berkembang dengan baik jika mendapatkan dukungan modal yang sesuai kebutuhan.

Perusahaan mendapatkan sumber modal dibagi menjadi dua jenis, yaitu sumber modal internal atau eksternal. Tetapi perusahaan juga dapat menggunakan dana dari modal sendiri untuk mengurangi resiko, maka perusahaan tidak mempunyai kewajiban yang akan dilunasi saat jatuh tempo. Jika perusahaan mengambil keputusan yang tepat maka dapat menciptakan struktur modal yang optimal. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan dengan baik keseimbangan antara resiko dan pengembalian.

Struktur aset menjelaskan tingkatan antara total aset dengan aktiva tetap. Makin besar aktiva tetap akan makin mudah perusahaan dapat pinjaman modal dari pihak luar dan meyakinkan kemampuan perusahaan dalam menjamin utang jangka lama yang dipinjamkannya.

Pertumbuhan penjualan yang terus naik berdampak pada kebutuhan dana yang makin besar. Semakin naik pertumbuhan penjualan membuat pihak intern dan ektern mengisyarakatan bahwa kemampuan perusahaan dengan kondisi bagus.

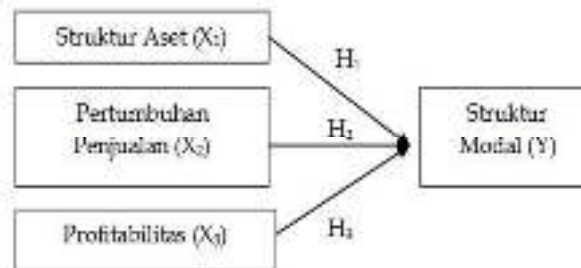
Profitabilitas diartikan suatu keahlian perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Biasanya dijadikan untuk menilai atau tolak ukur perusahaan dalam meraih laba.

Dari penjabaran diatas maka perlu adanya struktur modal yang baik dan optimal. Kondisi keuangan perusahaan yang sehat akan semakin mudah dalam memperoleh modal dari pihak tertentu. Hal ini dikarenakan pemberi pinjaman akan melihat kemampuan perusahaan dalam melunasi hutangnya dikemudian hari sehingga tidak jatuh tempo. Modal perusahaan diperoleh dari seberapa besarnya perusahaan menjual hasil produk mereka. Dengan menjual produk, maka akan mendapatkan laba yang diinginkan atau ditargetkan perusahaan. Oleh karena itu

perusahaan perlu melihat profitabilitas agar dapat mengetahui seberapa mampu perusahaan untuk memperoleh laba. Dengan laba atau keuntungan yang diperoleh perusahaan, maka itu dapat dijadikan modal bagi perusahaan untuk memproduksi produk perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang ada, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) apakah SA bertindak terhadap DER ?; (2) apakah PP bertindak terhadap DER?; (3) apakah ROA bertindak terhadap DER ?. tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) untuk menjabarkan pengaruh SA terhadap DER; (2) untuk menjabarkan pengaruh PP terhadap DER; (3) untuk menjabarkan pengaruh ROA terhadap DER.

**KERANGKA KONSEPTUAL**



Gambar 1 : Kerangka Konseptual

**METODE PENELITIAN**

**Populasi dan Sampel Penelitian**

Perusahaan makanan dan minuman tercatat di BEI tahun 2016-2019 dijadikan populasi. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel adapun jumlah sampel yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 1 : Jumlah Sampel Penelitian

No	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI	26
2.	Perusahaan makanan dan minuman yang tidak menyediakan laporan keuangan secara berturut-turut selama periode 2016-2019	(8)
3.	Perusahaan makanan dan minuman yang mengalami rugi selama periode 2016-2019.	(8)
<b>Jumlah sampel yang memenuhi kriteria</b>		<b>10</b>

Sumber : Data diolah, 2021

Kriteria-kriteria penentu sampel yang telah ditentukan pada tabel 1, maka diperoleh sepuluh perusahaan yaitu

Tabel 2 : Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1.	Akasha Wira International Tbk	ADE5
2.	Budi Starch & Sweetener Tbk	BUDI
3.	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
4.	Delta Djakarta Tbk	DLTA
5.	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
6.	Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
7.	Mayora Indah Tbk	MYOR
8.	Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
9.	Sekar Laut Tbk	SKLT
10.	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Tbk	ULIJ

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

Dari tabel diatas data akan dianalisis dengan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Data diperoleh dari metode dokumentasi dengan melihat laporan keuangan tiap perusahaan diperiode 2016-2019.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilaksanakan untuk memeriksa apakah data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut. Berikut hasil uji asumsi klasik dengan SPSS 25 :

Tabel 3 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil	Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas	0,200	> 0,05	Normal
Uji Heteroskedastisitas			
Struktur Aktiva	0,256	> 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Pertumbuhan Penjualan	0,076	> 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Profitabilitas	0,115	> 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Uji Multikolinearitas			
Struktur Aktiva	1,049	VIF < 10	Bebas Multikolinearitas
Pertumbuhan Penjualan	1,037	VIF < 10	Bebas Multikolinearitas
Profitabilitas	1,012	VIF < 10	Bebas Multikolinearitas
Uji Autokorelasi	0,262	> 0,05	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber : Data diolah, 2021

### Uji Normalitas

Menurut tabel 3, data diperoleh nilai sig 0,200 > 0,05 hasil tersebut diartikan berdistribusi normal.

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut tabel 3, data diperoleh nilai sig > 0,05 hasil tersebut diartikan setiap variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Multikolinearitas

Menurut tabel 3, nilai (VIF<10) maka data tidak terjadi multikolinearitas

### Uji Autokorelasi

Menurut tabel 3, data diperoleh nilai 0,262 > 0,05 diartikan tidak terjadi autokorelasi

**Uji Hipotesis**

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 4 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Hasil
Konstanta	-0,119
Struktur Aktiva	2,051
Pertumbuhan Penjualan	0,526
Profitabilitas	0,843

Sumber : Data diolah, 2021

Perhitungan tabel 4, menunjukkan hasil persamaan sebagai berikut :

$$Y = -0,119 + 2,051X_1 + 0,526X_2 + 0,843X_3 + 0,135$$

Dapat dilihat dari persamaan regresi di atas bahwa nilai konstanta adalah -.119 yang berarti, jika variabel independen dianggap tidak ada atau sama dengan nol (0), maka nilai struktur modal yaitu adalah -.119.

Koefisien regresi SA yang mempunyai nilai 2,051 diartikan bahwa peningkatan 1% pada SA, maka DER mengalami peningkatan 2,051 dengan perkiraan variabel lain tetap. Tetapi jika turun 1% pada SA, maka DER akan mengalami penurunan sebesar -2,051. Koefisien regresi PP yang mempunyai nilai .526 diartikan bahwa peningkatan 1% pada PP, maka DER mengalami peningkatan .526 dengan perkiraan variabel lain tetap. Tetapi jika turun 1% pada PP, maka DER akan mengalami penurunan sebesar -.526. Koefisien regresi ROA yang mempunyai nilai .843 diartikan bahwa peningkatan 1% pada ROA, maka DER akan mengalami peningkatan .843 dengan perkiraan variabel lain tetap. Tetapi jika turun 1% pada ROA, maka DER mengalami penurunan sebesar -.843.

**Uji t**

Hasil Uji t sebagai berikut :

Tabel 5 : Hasil Uji t

Variabel	t <sub>hitung</sub>	Sig
Struktur Aset	7,173	0,000
Pertumbuhan Penjualan	1,003	0,322
Profitabilitas	2,022	0,051

Sumber : Data diolah, 2021

Dari perhitungan tabel 5 diketahui jika :

1. SA t<sub>hitung</sub> 7.173 dengan nilai sig .000. Sehingga (.000 < .05) artinya SA memiliki pengaruh pada DER.
2. PP t<sub>hitung</sub> 1.003 dengan nilai sig .322. Sehingga (.322 > 0.05) artinya PP tidak memiliki pengaruh pada DER.
3. ROA t<sub>hitung</sub> 2.022 dengan nilai sig .051. Sehingga (.051 > 0.05) artinya ROA tidak memiliki pengaruh pada DER.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebagai berikut :

Tabel 6 : Hasil Pengujian Determinasi

Varsabel	Adjusted R-Square
Regression	0,588

Sumber : Data Dicolah, 2021

Menurut tabel 6, artinya 58,8% dari struktur modal dapat dijabarkan atau dipengaruhi oleh ketiga variabel independen, sedangkan sisanya 41,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

### PEMBAHASAN

#### 1. SA memiliki pengaruh pada DER

Artinya makin bagus struktur aset perusahaan maka perusahaan memiliki harapan untuk mendapatkan tambahan modal dari pihak luar, karena pihak kreditur akan percaya dan tak ragu ketika meminjamkan pinjaman ke perusahaan tersebut

#### 2. PP memiliki pengaruh pada DER

Artinya tak semua perusahaan membutuhkan hutang dari pihak luar. Hal ini dikarenakan jika penjualan naik belum pasti diikuti kenaikan laba. Keadaan ini biasanya disebabkan oleh kenaikan biaya operasional yang terlalu tinggi dan akan berdampak pada laba bersih perusahaan. Jika hutang yang diasumsikan sama dengan peningkatan penjualan, maka pinjaman tersebut akan sulit dilunasi jika perusahaan tidak memenuhi target yang sesuai

#### 3. ROA memiliki pengaruh pada DER

Artinya perusahaan tak memperhatikan besar kecil profit yang diperoleh. Perusahaan cenderung memutuskan struktur modal dari return dan hutang yang digunakan untuk memenuhi kegiatan operasionalnya. Pentingnya profitabilitas menjadikan perusahaan akan tau gambaran atau keahlian perusahaan dalam mencari laba.

### SIMPULAN

Dari hasil uji regresi linier berganda ditemukan hasil  $t_{hitung}$  (SA) sebesar 7.173 dan nilai sig .000 < 0,05 maka, SA memiliki pengaruh pada DER. Akan tetapi ditemukan juga hasil  $t_{hitung}$  sebesar 1,003 (PP) dan 2,022 (ROA) dengan nilai sig .322 (PP) dan .051 (ROA). Hal ini dinyatakan variabel PP dan ROA tidak memiliki pengaruh pada DER karena lebih besar dari nilai sig .05

### IMPLIKASI

Perusahaan harus terus memperhatikan struktur modal agar dapat optimal. Dengan melihat struktur aktiva atau keuangan perusahaan agar bisa menentukan besar pengeluaran uang atau dana untuk kegiatan perusahaan. Perusahaan juga terus meningkatkan penjualan produk agar kebutuhan perusahaan bisa terpenuhi. Perusahaan harus terus mengontrol

profitabilitas perusahaan. Hal ini dikarenakan profitabilitas akan membantu mengetahui perusahaan tersebut baik atau tidak laba yang diperoleh diperiode berikutnya.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Waktu, biaya, dan tenaga menjadi kendala dalam proses pendataan, sehingga peneliti memperoleh laporan keuangan 4 tahun pada perusahaan makanan dan minuman di BEI.

### DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. 2017. Analisis Laporan Keuangan. Bandung:Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . (2016). *Aplikasi Multivariate Dengan Program Spss 23*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hery. (2015). Analisis Laporan Keuangan. CAPS (*Center For Academic Publishing Service*). Yogyakarta.
- Kasmir. (2019). Analisis Laporan Keuangan. Edisi Revisi. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Putra, Achmat Gandhi Gutama dan Sugiyono. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan dan Minuman. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 8 No. 2, Febuari, 2019. e-ISSN: 2461-0593.
- Sabilasalam, Fayan. (2020). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Growth Terhadap Struktur Modal (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2018). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sudana, I Made. (2015). Manajemen Keuangan Perusahaan. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Sukamulja, Sukmawati. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Investasi*. Yogyakarta:ANDI.
- Wulandari, dkk. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Likuiditas, Dan Rasio Utang Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Farmasi Di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi* 14(4): 528-539.

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

## PENGARUH DANA PIHAK KETIGA DAN KREDIT BERMASALAH TERHADAP PROFITABILITAS BANK BUMN YANG TERDAFTAR DI BEI

Friska Cintia Devi<sup>1</sup>, Siti Istikhoro<sup>2</sup>, Widiar Onny Kurniawan<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : [friskachintya5@gmail.com](mailto:friskachintya5@gmail.com)<sup>1</sup>, [kurniawan.onny@unipasby.ac.id](mailto:kurniawan.onny@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>

Korensponden : [istikhoroh\\_siti@unipasby.ac.id](mailto:istikhoroh_siti@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*In a bank, third party funds are the main source of funds, then the funds are channeled by banks in the form of productive assets in the form of credit. If third party funds increase, the income will also increase, because the interest income received will increase the profit. The purpose of this study is to determine the effect of third party funds and non-performing loans on the profitability of state-owned banks listed on the IDX during 2012-2019. The population is 4 state-owned banks listed on the IDX. Sampling was carried out by means of a total census, and obtained 4 state-owned banks listed on the IDX in 2012-2019. The data analysis technique uses the classical assumption test, hypothesis test and multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that third party funds have no effect on the profitability of BUMN Banks listed on the IDX, non-performing loans have a significant negative effect on the profitability of BUMN Banks listed on the IDX, third party funds and non-performing loans have a simultaneous effect on the profitability of BUMN Banks listed on the IDX.*

**Keywords:** TPF, NPL, ROE

### ABSTRAK

Dalam bank dana pihak ketiga ialah sumber dana utama, lalu dana tersebut disalurkan oleh perbankan dalam jenis aktiva produktif yang berwujud kredit. Jika dana pihak ketiga meningkat pendapatan juga akan mengalami peningkatan, karena pendapatan bunga yang diterima akan menambah laba. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dana pihak ketiga dan kredit bermasalah terhadap profitabilitas Bank BUMN yang terdaftar di BEI selama 2012-2019. Populasinya yaitu 4 Bank BUMN yang terdaftar di BEI. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara Sensus total, dan didapat 4 Bank BUMN yang terdaftar di BEI tahun 2012-2019. Teknik analisis data dilakukan menggunakan uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini yaitu dana pihak ketiga tidak berpengaruh terhadap profitabilitas Bank BUMN yang terdaftar di BEI, kredit bermasalah berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas Bank BUMN yang terdaftar di BEI, dana pihak ketiga dan kredit bermasalah berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas Bank BUMN yang terdaftar di BEI.

**Kata Kunci :** DPK, NPL, ROE

### PENDAHULUAN

Pada tahun 2008 Amerika Serikat dilanda krisis global, sehingga industri perbankan dunia mengalami kepanikan. Akibat dari krisis itu, terjadi perubahan besar di sektor perbankan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya (Parenregi & Hendratni, 2018).

Setiap perusahaan menginginkan keuntungan yang maksimal, tidak terkecuali perusahaan swasta dan perusahaan milik pemerintah. Hal terpenting untuk mengetahui tingkat keberlangsungan perusahaan yaitu laba atau profitabilitas. Begitupula dengan perusahaan perbankan yang menginginkan laba.

Profitabilitas yaitu upaya yang digunakan perusahaan agar memperoleh keuntungan dalam periode tertentu (Munawir, 2016). Perusahaan harus menjaga profitabilitasnya, agar perusahaan tersebut dapat stabil dan menjadi meningkat dari tahun sebelumnya. Untuk menghitung profitabilitas dapat menggunakan Rasio ROE. Return On Equity adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan modalnya sendiri.

Bank didefinisikan sebagai lembaga keuangan dimana kegiatannya meliputi menghimpun dana masyarakat, yang selanjutnya disalurkan berupa kredit, serta kegiatan lainnya yaitu memberikan jasa bank lain-lainnya. (Kasmir, 2016).

Dana pihak ketiga ialah dana yang didapatkan dari masyarakat (perorangan/badan), yang kemudian dana tersebut disimpan oleh pihak perbankan ke bentuk tabungan, giro, dan deposito (Kasmir, 2016). Dana yang dikumpulkan oleh pihak perbankan lalu disalurkan kepada masyarakat ke wujud kredit. Apabila dana pihak ketiga mengalami kenaikan, pendapatan juga akan bertambah, karena pendapatan bunga yang diterima akan menambah laba.

Kredit bermasalah merupakan kondisi dimana nasabah tidak bisa melunasi setengah atau semua kewajibannya kepada bank. Apabila kredit bermasalah terjadi dalam perbankan, maka profitabilitas bank akan terganggu (Ismail, 2010).

Badan Usaha Milik Pemerintah yaitu badan usaha dimana modalnya sebagian besar dimiliki oleh pemerintah, modal tersebut diperoleh dari harta negara yang sudah dipisah bagiannya. Di Indonesia Bank BUMN memiliki banyak bidang operasional usaha, salah satunya adalah bidang perbankan. Bank BUMN juga memberikan pelayanan perbankan bagi publik, sama seperti bank-bank lain atau bank swasta.

Dana pihak ketiga dan kredit bermasalah berpengaruh terhadap profitabilitas (Zatnika, 2019), hal ini dikarenakan bila pertumbuhan dana pihak ketiga tinggi, akan menyebabkan profitabilitas meningkat. Kemudian bila penyaluran kredit yang dilakukan lancar, dan kredit bermasalahnya rendah dapat menyebabkan profitabilitas meningkat.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menggunakan Bank BUMN, karena tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap Bank BUMN dibandingkan dengan bank swasta. Selain itu, bank yang bertugas mengelola aset negara. Kepemilikan saham Bank BUMN lebih besar dimiliki oleh negara dibandingkan masyarakat. Penelitian ini menggunakan variabel dana pihak ketiga, kredit bermasalah dan profitabilitas. Hal terpenting dalam perusahaan perbankan adalah profitabilitas.

## **METODE**

Metode yang digunakan ialah metode kuantitatif. Populasinya Bank BUMN yang terdaftar di BEI. Pengambilan sampel dengan sensus total, dan diperoleh sampel Bank BUMN yang terdaftar di

BEI pada tahun 2012-2019. Sumber data yang dipakai ialah data sekunder, dimana merupakan data yang berasal dari dokumen, publikasi, dll. Data tersebut diperoleh tanpa melalui perantara, diantaranya diambil dari BEI. Analisis data dengan uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linear berganda.

## DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

### Variabel Bebas

1. Menurut Kasmir (2016) dana pihak ketiga (DPK) ialah dana yang diperoleh dari masyarakat yang telah dikumpulkan pihak bank ke wujud tabungan, giro, serta deposito.
2. Menurut Ismail (2010) kredit bermasalah (NPL) merupakan kondisi dimana nasabah tidak bisa melunasi setengah atau semua kewajibannya kepada bank. Apabila kredit bermasalah terjadi dalam perbankan, maka profitabilitas bank akan terganggu. Kredit bermasalah jika tidak dapat diatasi, maka akan menyebabkan kerugian pada bank, dikarenakan dana yang seharusnya diterima kemudian disalurkan kembali tidak dapat diterima, sehingga tidak diterima kembali pendapatan bunga. Artinya bank tidak bisa mendapatkan bunga, hal tersebut akan menyebabkan penurunan pendapatan pada bank.

### Variabel Terikat

1. Menurut Kasmir (2016) Return On Equity yaitu rasio yang dipakai perusahaan untuk mengukur kemampuannya mendapatkan laba melalui modal yang berasal dari perbankan itu sendiri. Perusahaan dikatakan baik jika kinerjanya meningkat, dan meningkatnya kinerja perusahaan diimbangi dengan peningkatan Return On Equity. Hal itu mengindikasikan bahwa posisi perusahaan akan semakin kuat, begitupun sebaliknya.

## HASIL

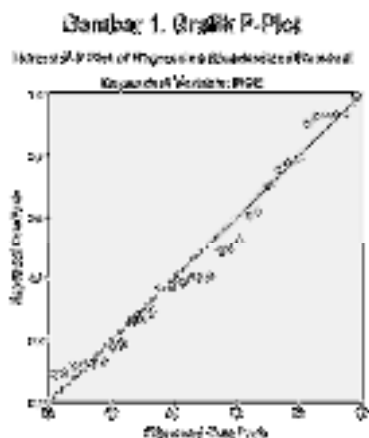
### Uji Normalitas

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

		Unstandardized Residual
<i>n</i>		83
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.067
	Std. Deviation	4,43677258
	Skewness	
Most Extreme Differences	Positive	,134
	Negative	,104
	Absolute	,067
Kolmogorov-Smirnov Z		,615
Asymp. Sig. (2-tailed)		,846

Sumber : Data diolah (Original SPSS)

Tabel 1 di atas menjelaskan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 dengan nilainya adalah 0,615. Maka dapat diterangkan bahwa nilai tersebut menunjukkan distribusi normal.



Sumber : Data diolah (Output SPSS)

Hasil pengujian pada gambar 1 diatas dengan menggunakan Normal Probability Plot untuk menguatkan hasil uji normalitas dan menjelaskan bahwa pola distribusi data pada penelitian ini yaitu normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 2. Uji Multikolinearitas**  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Tolerance and VIF		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
DPR	,856	1,168	Tidak Multikolinearitas
NPL	,898	1,109	Tidak Multikolinearitas

Sumber : Data diolah (Output SPSS)

Pada tabel 2 diatas kedua variabel independen terbebas dari gejala multikolinearitas. Karena didapat VIF < 10 dan tolerance > 0,10.

### Uji Autokorelasi

**Tabel 3. Uji Autokorelasi**  
 Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	S&E. Error of the Estimasi	Durbin-Watson
1	,677 <sup>a</sup>	,458	,421	4,56810	,708

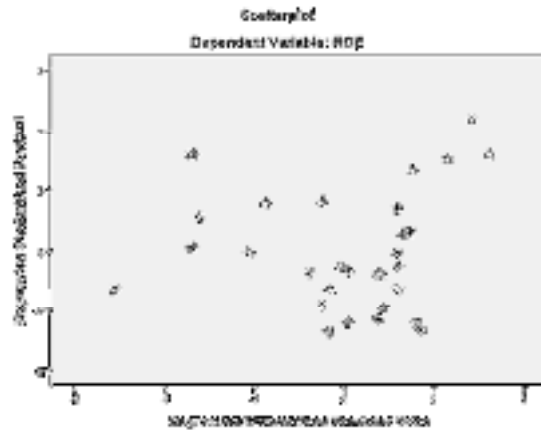
a. Predictors: (Constant), NPL, DPR  
 b. Dependent Variable: ROE

Sumber : Data diolah (Output SPSS)

Pengujian yang dilakukan oleh tabel 3 didapatkan nilai DW sebesar 0,708, berdasarkan ketentuan nilai tersebut terletak antara  $(-2 < DW < +2)$  dengan nilai  $(-2 < 0,708 < +2)$  sehingga hasil pengujian tersebut tidak terjadi autokorelasi.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**



Sumber : Data diolah (Output SPSS)

Pada gambar 2 menerangkan bahwa titik tersebut menyebar luas tidak teratur, dan tidak terdapat bentuk pola apapun. Sehingga uji heteroskedastisitas dapat terpenuhi.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	29,292	9,800	
DPK	-3,137	5,979	-.677
NPL	-4,979	1,947	-.702

a. Dependent Variable: ROE

Sumber : Data diolah (Output SPSS)

Tabel 4 diatas menunjukkan nilai persamaan sebagai berikut :

$$ROE = 29,292 + (-3,137) DPK + (- 4,979) NPL + e$$

Uji Hipotesis  
Uji T

Tabel 5. Uji Hipotesis  
Uji T (Parsial)

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
	t	Sig.	
1	Constant	4,288	,000
	DPK	-.525	,604
	NPL	-4,757	,000

a. Dependent Variable: ROE  
Sumber : Data diolah (Output SPSS)

1. Pengujian pengaruh DPK terhadap ROE diperoleh nilai t hitung adalah -0,525, nilai signifikansi adalah 0,604. Nilai t hitung  $-0,525 < t \text{ tabel } 1,699$  dan nilai sig  $0,604 > \text{ dari } 0,05$ , sehingga hipotesis yang berbunyi dana pihak ketiga berpengaruh positif terhadap profitabilitas tidak terbukti.
2. Pengujian pengaruh NPL terhadap ROE dengan nilai t hitung sebesar  $-4,757$ , nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t hitung  $-4,757 > t \text{ tabel } 1,699$  dan nilai sig  $0,000 < \text{ dari } 0,05$ , yang menunjukkan jika hipotesis yang berbunyi kredit bermasalah berpengaruh negatif terhadap profitabilitas terbukti.

Uji F

Tabel 6. Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	616,362	2	307,679	12,251	,000 <sup>b</sup>
	Residual	620,659	28	21,809		
	Total	1125,91	31			

a. Dependent Variable: ROE  
b. Predictors: (Constant), NPL, DPK  
Sumber : Data diolah (Output SPSS)

Berdasarkan tabel 6 diatas diperoleh bahwa dana pihak ketiga dan kredit bermasalah memiliki F hitung sebesar 12,251, nilai signifikansi 0,000. F hitung  $12,251 > F \text{ tabel } 3,33$  dan taraf sig  $0,000 < 0,05$ . Sehingga hipotesa dana pihak ketiga dan kredit bermasalah berpengaruh simultan terhadap profitabilitas terbukti.

## Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 <sup>a</sup>	.458	.421	4.58518

a. Predictors: (Constant), NPL, DPK  
b. Dependent Variable: ROE

Sumber : Data diolah (Output SPSS)

Hasil pada tabel 7 diperoleh nilai koefisien determinasi adalah 0,458 (45,8 %). Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh DPK, NPL terhadap ROE adalah 0,458 atau 45,8 %, sedangkan 54,2 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.

## PEMBAHASAN

1. Berdasarkan hasil perhitungan uji t, menyatakan bahwa hipotesa yang berbunyi dana pihak ketiga berpengaruh positif terhadap profitabilitas tidak terbukti. Sehingga hasil penelitian ini adalah dana pihak ketiga tidak berpengaruh terhadap profitabilitas Bank BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini mengindikasikan jika dana pihak ketiga bank tinggi, bank tersebut belum tentu mendapatkan keuntungan yang besar. Karena meningkatnya dana pihak ketiga namun tidak diimbangi dengan kredit yang disalurkan, maka profitabilitas tidak akan meningkat. Karena tidak diterimanya pendapatan bunga atas penyaluran kredit tersebut. Penelitian oleh (Fauzia, 2014) memiliki hasil yang sama, dimana dana pihak ketiga tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.
2. Dalam perhitungan uji t, menyatakan bahwa hipotesa yang berbunyi kredit bermasalah berpengaruh negatif terhadap profitabilitas terbukti. Sehingga kredit bermasalah berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas Bank BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Semakin rendah kredit bermasalah suatu bank, maka terjadinya risiko atas pemberian kredit juga cukup rendah. Oleh karena itu, bank akan mendapatkan keuntungan dan profitabilitas akan meningkat.  
Risiko kredit yang terjadi dalam perbankan merupakan suatu Expected Loss. Cadangan perusahaan (bank) dapat diambil dari Expected Loss. Oleh karena itu, apabila terjadi kredit bermasalah, bank akan mengambil dana dari cadangan bank untuk mengatasi kredit bermasalah tersebut. Cadangan dana tersebut diperoleh dari laba. Laba adalah bagian dari modal sendiri yang berasal dari bank. Sehingga jika terjadi kredit bermasalah dalam bank akan mempengaruhi profitabilitas (ROE) yang berkaitan dengan tingkat pengembalian modal bank, dikarenakan equity/modal itu sendiri akan berkurang.  
Penelitian oleh (Agustiningrum, 2013) memiliki hasil yang sama dengan penelitian diatas, bahwa NPL berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas.
3. Perhitungan uji F menjelaskan bahwa hipotesa dana pihak ketiga dan kredit bermasalah berpengaruh simultan terhadap profitabilitas terbukti. Hal ini dikarenakan apabila dana pihak

ketiga meningkat bank bisa menyalurkan dana pihak ketiganya ke masyarakat berupa pinjaman kredit. Sehingga bank akan memperoleh pendapatan bunga atas penyaluran kredit tersebut yang akan berdampak pada peningkatan profitabilitas. Begitupula dengan kredit bermasalah, apabila penyaluran kredit suatu bank lancar tanpa adanya kredit bermasalah yang dialami, maka pendapatan bunga atas penyaluran kredit akan tetap diterima, dan menyebabkan profitabilitas meningkat. Dengan lancarnya dana pihak ketiga yang diterima, kredit yang disalurkan lancar, dan nilai kredit bermasalah bank rendah, sehingga profitabilitas pun mengalami peningkatan .

Penelitian oleh (Zatnika, 2019) memiliki hasil yang sama dengan penelitian diatas, bahwa dana pihak ketiga dan kredit bermasalah secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan dana pihak ketiga tidak berpengaruh terhadap profitabilitas Bank BUMN yang terdaftar di BEI selama periode 2012-2019. Kredit bermasalah berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas Bank BUMN yang terdaftar di BEI selama periode 2012-2019. Dana pihak ketiga dan kredit bermasalah berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas Bank BUMN yang terdaftar di BEI selama periode 2012-2019.

## **IMPLIKASI**

Suatu bank dapat dikatakan dapat berjalan dengan baik apabila dapat mengelola dana pihak ketiga dan mampu mengatasi kredit bermasalah. Pihak bank bisa mengelola dana pihak ketiga yang dimilikinya dengan cara menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat, banyaknya dana yang dihimpun bisa mengindikasikan bahwa kemampuan perbankan dikatakan baik dalam menyalurkan kembali dana tersebut yang berupa kredit kepada masyarakat luas. Semakin baik kredit yang disalurkan oleh perbankan, maka terjadi peningkatan juga pada profitabilitas. Kredit bermasalah suatu bank harus dapat diatasi karena akan menyebabkan kerugian pada bank, dimana pendapatan bunga yang seharusnya diterima tidak dapat diterima, dan dana yang telah disalurkan ke masyarakat juga tidak bisa diterima. Sehingga terjadi penurunan terhadap profitabilitas. Diharapkan kedepannya pihak bank dapat menyalurkan dana ketiganya diimbangi dengan penyaluran kredit yang lancar agar profitabilitas semakin meningkat.

## **KETERBATASAN PENELITIAN**

Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan serta kelebihan. Kekurangan penelitian ini memakai variabel bebas DPK dan NPL saja. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan variabel bebas lain (CAR, BOPO, LDR).

## **DAFTAR PUSTAKA**

Agustiningrum, R. (2013). Analisis Pengaruh CAR, NPL, dan LDR Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan. *Fakultas Ekonomi ,Universitas Udayana Bali*.

- Asri, N. N. S., & Suarjaya, A. A. G. (2018). Pengaruh Dana Pihak Ketiga, CAR, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas LPD Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(6), 3384–3411.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2015). *Manajemen Keuangan*. Jakarta : Erlangga.
- Fauzia. (2014). Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK), Non Performing Loan (NPL), dan Biaya Operasional, Pendapatan Operasional (BOPO) Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013)”. *Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang*.
- Ismail. (2010). *Akuntansi Bank, Edisi Revisi*. Jakarta : Kencana.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan, Cetakan 8*. Jakarta : PT RajaGrafindo.
- Kasmir. (2016a). *Dasar-Dasar Perbankan, Edisi Revisi 14, Cetakan 16*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2016b). *Pengantar Manajemen Keuangan, Edisi 2, Cetakan 5*. Jakarta: Kencana.
- Luh, N., & Wiagustini, P. (2015). Pengaruh CAR , BOPO , NPL dan LDR Terhadap Profitabilitas. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali, Indonesia*, 5(4), 2137–2166.
- Parenregi, S., & Hendratni, T. W. (2018). Pengaruh Dana Pihak Ketiga , Kecukupan Modal Dan Penyaluran Kredit Terhadap Profitabilitas Bank. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia*, 1(1), 9–18.
- Zatnika, Y. (2019). *Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Kredit Bermasalah Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Bank Umum Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017)*”. Sekolah Pascasarjana Universitas Widyatama, Bandung.

## Pengaruh Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Wanita Usia Produktif Untuk Menggunakan *Fintech*

Yunita Lindasari, Martha Suhardiyah

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : [yunittaalindaa@gmail.com](mailto:yunittaalindaa@gmail.com)<sup>1</sup>,

Koresponden : [martha@unipasby.ac.id](mailto:martha@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to measure the influence, perceived benefits, beliefs and features on the interest of productive age women to use Financial Technology (Fintech) in the Krian District area. This research is a quantitative research. The sample in this study were 100 respondents of productive age in the Krian District, and the sampling technique used was purposive sampling technique. The data collection of this research is by giving questionnaires to respondents. Based on the data analysis that has been carried out, it's found that all independent variables, namely, perceived benefits, beliefs, and features have an effect on the interest of women of productive age to use Financial Technology (Fintech) in the Krian District area.*

**Keywords:** *Fintech, Ease, Perceived Benefits, Trust, Service Features*

### ABSTRAK

Tujuan dari riset ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan dan fitur layanan terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Financial Technology (Fintech)* di wilayah Kecamatan krian. Riset ini merupakan riset kuantitatif. Sampel pada riset ini adalah wanita usia produktif di Wilayah Kecamatan krian yaitu sebanyak 100 responden, dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data pada riset ini yaitu dengan memberikan kuisioner kepada responden. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwa seluruh variabel bebas yaitu kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Financial Technology (Fintech)* di wilayah Kecamatan Krian.

**Kata Kunci :** *Fintech, Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Fitur Layanan.*

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Perkembangan teknologi memungkinkan sektor finansial berkembang ke arah yang lebih efisien & modern. Ekonomi digital atau biasa disebut *e-commerce* beserta produknya disajikan sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi (Eltin, 2020). Perkembangan teknologi didukung menggunakan penggunaan gadget & internet yang juga mengalami peningkatan. Hasil survei yang dilakukan oleh APJII menyatakan pengguna Internet di Indonesia hingga mencapai 196,7 juta pengguna, jumlah tersebut bertambah 25,5 juta pengguna jika dibandingkan dengan tahun lalu.

Layanan *fiancial* sejak dahulu sudah menggunakan sentuhan teknologi, namun di era sekarang muncul berbagai macam layanan keuangan yang berbasis teknologi digital yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat salah satunya yaitu *Fintech* (Wildan, 2019). Hingga saat ini tercatat ada 58 perusahaan *Fintech* terdaftar di Bank Indonesia (BI), dan sebanyak 157 yang telah terdaftar dan berizin di OJK (Syafitri, 2020). Peningkatan penggunaan internet dan

peningkatan jumlah perusahaan *Fintech* adalah salah satu bukti minat masyarakat terhadap teknologi digital semakin banyak.

Layanan *fintech* memiliki banyak jenis diantaranya adalah pembayaran (*payment*), peminjaman (*lending*), asuransi (*insurance*), *crowdfunding*, manajemen investasi (*investment management*) dan lain sebagainya. Beberapa Perusahaan penyelenggara *Fintech* yang ada di Indonesia seperti finansialku, OVO, dompetku, bareksa, akulaku, asuransiku, kita bisa, indodax, dan masih banyak lagi (Nurdin dkk, 2020).

Terdapat banyak riset tentang minat menggunakan *Financial technology (Fintech)*, Syafitri (2020) menemukan hasil bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech*. Riset yang dilakukan Ismi, Dian, Ika (2020) menemukan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat & kepercayaan berpengaruh sig terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech* secara simultan dan secara parsial.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi & Sampel**

Populasi pada riset ini yaitu penduduk wanita usia produktif di wilayah kecamatan Krian, yaitu sejumlah 68.872 jiwa. Sampel dalam riset ini merupakan penduduk wanita usia produktif di Kecamatan krian yaitu sebanyak 100 responden.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Pengambilan sampel pada riset ini memakai teknik *purposive sampling* karena pengambilan sampel menggunakan kriteria tertentu yaitu wanita usia produktif di wilayah kecamatan Krian yang menggunakan *Financial Technology (Fintech)*, kemudian dihitung menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan yang dipilih sebesar 10%. Daerah daerah yang termasuk lokasi dalam pengambilan sampel diantaranya Terung Kulon, Terung Wetan, Jatikalang, Keboharan, Junwangi, Ponokawan, Katerungan, Sedengan Mijen, Bareng Krajan, Sidomojo dan Kraton.

### **Jenis Data, Sumber Data & Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data pada riset ini yaitu data primer, artinya data tersebut tidak didapatkan melalui pihak perantara melainkan pada responden secara langsung. Sumber data yang diperoleh peneliti untuk diuji yaitu dengan membagikan kuisioner secara online kepada responden.

### **Teknik Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam riset ini yaitu uji kualitas data (uji validitas & reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas & uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji  $R^2$ , uji F, uji t).

## HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

### Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 4.1

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Keterangan	Jumlah	Presentase
IRT	44	44%
Karyawan Swasta	37	37%
PNS	15	15%
Pengusaha	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data primer (diolah menggunakan Ms. Excel), 2021

Pada tabel 4.1 terdapat 44 responden atau 44% dari total keseluruhan merupakan IRT (Ibu Rumah Tangga), sejumlah 37 responden atau 37% dari total keseluruhan merupakan karyawan swasta, sejumlah 15 responden atau 15% dari total keseluruhan merupakan PNS, dan sejumlah 4 responden atau 4% dari total keseluruhan merupakan pengusaha.

### Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Fintech

Tabel 4.2

Klasifikasi Responden

Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Fintech dalam Satu Minggu

Keterangan	Jumlah	Presentase
Satu kali	32	32%
Dua kali	25	25%
Tiga kali	14	14%
Lebih dari tiga kali	29	29%
Total	100	100%

Sumber: Data primer (diolah menggunakan Ms. Excel), 2021

Pada tabel 4.2 terdapat 32 responden atau 32% dari total keseluruhan responden menggunakan *Fintech* hanya 1 kali dalam seminggu, sebanyak 25 responden atau 25% dari total keseluruhan responden menggunakan *Fintech* 2 kali dalam seminggu, sebanyak 14 responden atau 14% dari total keseluruhan responden menggunakan *Fintech* 3 kali dalam seminggu, dan sebanyak 29 responden atau 29% dari total keseluruhan responden menggunakan *Fintech* > 3 kali dalam seminggu.

### Klasifikasi Responden Berdasarkan Keperluan Menggunakan Fintech

Tabel 4.3

Klasifikasi Responden Berdasarkan Keperluan Menggunakan Fintech

Keterangan	Jumlah	Presentase
Pembayaran	77	77%
Pinjaman Uang	12	12%
Trading Saham	7	7%
Lainnya	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Data primer (diolah menggunakan Ms. Excel), 2021

Pada tabel 4.3 terdapat 77 responden atau 77% dari total keseluruhan responden menggunakan *Fintech* untuk melakukan pembayaran, sebanyak 12 responden atau 12% dari total keseluruhan responden menggunakan *Fintech* untuk melakukan pinjaman uang, sebanyak 7 responden atau 7% dari total keseluruhan responden menggunakan *Fintech* untuk melakukan trading saham, sebanyak 4 responden atau 4% dari total keseluruhan responden menggunakan *Fintech* untuk kebutuhan lainnya.

### Uji Validitas

Dalam uji validitas ini dapat dikatakan valid jika nilai  $r$  Hitung >  $r$  Tabel. Dalam riset ini nilai  $r$  Tabel sebesar 0,195 dengan  $N=100$  dan tingkat kesalahan 5%. Jadi hasil uji validitas data pada variabel kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan & fitur layanan mempunyai status valid & dapat digunakan dalam pengambilan data.

Tabel 4.4  
Hasil Uji Validasi

Indikator	Pernyataan	R Hitung	R tabel	Status
Kemudahan	Pernyataan 1	0,348	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,756	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,071	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,348	0,195	Valid
Persepsi Manfaat	Pernyataan 1	0,797	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,756	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,336	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,279	0,195	Valid
Kepercayaan	Pernyataan 1	0,285	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,285	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,285	0,195	Valid
Fitur Layanan	Pernyataan 1	0,285	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,348	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,178	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,178	0,195	Valid
Minat Menggunakan Fintech	Pernyataan 1	0,348	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,071	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,756	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,348	0,195	Valid

Sumber: Data primer, 2021

### Uji Reliabilitas

Tabel 4.5  
Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach Alpha
Kemudahan	0,843
Persepsi Manfaat	0,825
Kepercayaan	0,827
Kepercayaan	0,826
Minat Menggunakan Fintech	0,826

Sumber: Data primer, 2021

Menurut Rahmawati (2020) dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach Alpha* > 0,60. Pada tabel 4.5 nilai *cronbach Alpha* pada variabel kemudahan yaitu 0,843, persepsi manfaat yaitu

0,695, kepercayaan yaitu 0,727, fitur layanan 0,739, minat menggunakan *fintech* yaitu 0,676, jadi dapat dikatakan seluruh variabel reliabel

### Uji Normalitas

Tabel 4.6  
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Variabel	N	Nilai sig.	Keterangan
Unstandardized Residual	100	0,901	Normal

Sumber: Data primer, 2021

Dari tabel 4.6 nilai sig sebesar 0,901 > 0,05 jadi bisa disimpulkan bahwa data pada riset ini berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Tabel 4.7  
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan	0,375	2,671	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi Manfaat	0,330	3,030	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepercayaan	0,201	4,984	Tidak terjadi multikolinieritas
Fitur Layanan	0,142	7,038	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 nilai *tolerance* memiliki nilai > 0,10 & nilai VIF memiliki nilai < 10. Sehingga dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.8  
Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Nilai Kritis	Keterangan
Kemudahan	0,139	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Manfaat	0,179	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,496	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Fitur Layanan	0,266	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.8, variabel kemudahan memiliki nilai sig 0,139, variabel persepsi manfaat memiliki nilai sig 0,179, variabel kepercayaan memiliki nilai sig 0,496, dan variabel fitur layanan memiliki nilai sig 0,266. Jadi, masing-masing variabel memiliki nilai sig > 5% jadi bisa disimpulkan data tersebut dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Tabel 4.9  
 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Hasil
Konstanta	-2,078
Kemudahan	0,073
Persepsi Manfaat	0,853
Kepercayaan	0,520
Fitur layanan	-0,209

Sumber : Data primer, 2021

Dari tabel 4.9 dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -2,078 + 0,073 X_1 + 0,853 X_2 + 0,520 X_3 - 0,209 X_4 + e$$

Dari persamaan tersebut bisa disimpulkan ada pengaruh positif variabel kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech*, dan ada pengaruh negatif variabel fitur layanan terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech*.

**Uji Hipotesis**

**Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)**

Tabel 4.10  
 Hasil Uji R<sup>2</sup>

R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>
0,886	0,882	0,876

Sumber: Data primer, 2021

Dilihat pada tabel 4.10 nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,876, artinya ada pengaruh variabel kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *Fintech* sebesar 87,6% sedangkan 12,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam riset ini.

**Signifikansi Parameter Individual (Uji t)**

Tabel 4.11  
Hasil Uji T

Variabel	T	Sig.	Keterangan
Kemudahan	2,216	0,029	Signifikan
Persepsi Manfaat	13,581	0,000	Signifikan
Kepercayaan	6,150	0,000	Signifikan
Fitur layanan	-2,291	0,024	Signifikan

Sumber : Data primer, 2021

Hasil uji tabel 4.11 dapat disimpulkan :

1. Pada variabel kemudahan ( $X_1$ ) diketahui nilai sig  $0,029 < 0,05$ , artinya kemudahan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* (Y) di wilayah Kecamatan Krian.
2. Pada variabel manfaat ( $X_2$ ) diketahui nilai sig  $0,000 < 0,05$ , artinya manfaat ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* (Y) di wilayah Kecamatan Krian.
3. Pada variabel kepercayaan ( $X_3$ ) diketahui nilai sig  $0,000 < 0,05$ , artinya kemudahan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* (Y) di wilayah Kecamatan Krian.
4. Pada variabel fitur layanan ( $X_4$ ) diketahui nilai sig  $0,024 < 0,05$ , artinya fitur layanan ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* (Y) di wilayah Kecamatan Krian.

#### Uji F Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 4.12  
Hasil Uji F

Variabel Dependen	F Hitung	Sig	Keterangan
Y	175,908	0,000	Signifikan

Sumber : Data primer, 2021

Pada tabel 4.12 nilai sig 0,000 atau mempunyai nilai  $< 5\%$  sehingga bisa disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan fitur layanan secara simultan terhadap variabel minat menggunakan *Fintech*.

#### Pengaruh kemudahan terhadap minat wanita usia produktif menggunakan *Fintech*

Dari hasil uji t (parsial) variabel kemudahan diketahui nilai sig  $0,029 < 0,05$ , artinya kemudahan berpengaruh signifikan. Nilai koefisien variabel kemudahan sebesar 0,073 adalah bernilai positif mengartikan bahwa jika *Fintech* semakin mudah digunakan maka minat wanita usia produktif dalam menggunakan *Fintech* akan meningkat pula. Hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa kemudahan ( $X_1$ ) ada pengaruh positif & sig terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* (Y) di wilayah Kecamatan Krian. Hasil riset ini sama dengan riset yang dilakukan Siti, Dadang (2019) yang menemukan hasil bahwa kemudahan mempunyai pengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech*.

### **Pengaruh Persepsi manfaat terhadap minat wanita usia produktif menggunakan *Fintech***

Dari hasil uji t (parsial) variabel manfaat diketahui nilai sig  $0,000 < 0,05$ , artinya kemudahan berpengaruh signifikan. Nilai koefisien variabel manfaat sebesar 0,853 adalah bernilai positif mengartikan bahwa jika *Fintech* dirasa semakin memiliki manfaat maka minat wanita usia produktif dalam menggunakan *Fintech* akan meningkat pula. Hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa manfaat ( $X_2$ ) ada pengaruh positif & sig terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* (Y) di wilayah Kecamatan Krian. Hasil riset ini sama dengan riset yang dilakukan Eltin (2019) menemukan hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh sig. terhadap minat penggunaan *Fintech*.

### **Pengaruh kepercayaan terhadap minat wanita usia produktif menggunakan *Fintech***

Dari hasil uji t (parsial) variabel manfaat diketahui nilai sig  $0,000 < 0,05$ , artinya kemudahan berpengaruh signifikan. Nilai koefisien variabel manfaat sebesar 0,520 adalah bernilai positif mengartikan bahwa jika kepercayaan meningkat maka minat wanita usia produktif dalam menggunakan *Fintech* akan meningkat pula. Hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa kepercayaan ( $X_3$ ) ada pengaruh positif & sig terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* (Y) di wilayah Kecamatan Krian. Hasil riset ini sama dengan riset yang dilakukan Ismi, Dian, Ika (2020) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif & sig terhadap minat penggunaan *Fintech*.

### **Pengaruh fitur layanan terhadap minat wanita usia produktif menggunakan *Fintech***

Dari hasil uji t (parsial) variabel fitur layanan diketahui nilai sig  $0,024 < 0,05$ , artinya fitur layanan berpengaruh signifikan. Nilai koefisien variabel fitur layanan sebesar -0,209 adalah bernilai negatif mengartikan bahwa variabel fitur layanan berbanding terbalik dengan minat wanita usia produktif dalam menggunakan *Fintech*. Hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa fitur layanan ( $X_4$ ) ada pengaruh negatif & sig terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* (Y) di wilayah Kecamatan Krian. Hasil riset ini sama dengan riset yang dilakukan Syafitri (2020) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh sig terhadap minat menggunakan *Fintech*.

### **Pengaruh kemudahan, Persepsi manfaat, kepercayaan, dan fitur layanan terhadap minat wanita usia produktif menggunakan *Fintech***

Berdasarkan hasil riset ini dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan fitur layanan memiliki nilai sig  $0,000 < 0,05$ , jadi bisa disimpulkan bahwa variabel kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan & fitur layanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel *Fintech*. Nilai *Adjusted R Square* 0,876 berarti pengaruh variabel kemudahan, manfaat, kepercayaan & fitur layanan terhadap minat menggunakan *Fintech* sebesar 87,6% sedangkan 12,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk dalam riset ini.

## **KESIMPULAN**

1. Variabel kemudahan ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ), Kepercayaan ( $X_3$ ), berpengaruh positif & signifikan terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* di wilayah Kecamatan Krian. Semakin tinggi tingkat kemudahan, semakin banyak manfaat, semakin tinggi kepercayaan masyarakat, maka akan meningkatkan minat untuk menggunakan *Fintech*, begitu sebaliknya semakin rendah tingkat kemudahan, semakin sedikit manfaat, semakin rendah kepercayaan masyarakat maka akan semakin mengurangi minat menggunakan *Fintech*.
2. Variabel Fitur Layanan ( $X_4$ ) berpengaruh negatif & signifikan terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* di wilayah Kecamatan Krian. Dalam penelitian ini variabel fitur layanan berbanding terbalik dengan minat menggunakan *Fintech*.
3. Variabel kemudahan, kepercayaan, manfaat, dan fitur layanan berpengaruh secara simultan terhadap minat wanita usia produktif untuk menggunakan *Fintech* di wilayah Kecamatan Krian.

### IMPLIKASI

Implikasi dalam riset ini yang dapat diambil oleh pihak *Fintech* adalah memperhatikan fitur layanan yang disediakan agar mudah digunakan dan dapat memiliki banyak manfaat. Bagi pengguna *Fintech* akan lebih teliti dalam memilih produk yang disediakan *Fintech* dengan mencari informasi mengenai kemudahan, manfaat dan fitur layanan yang dimiliki produk tersebut.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam riset ini memiliki keterbatasan waktu dan hanya meneliti empat variabel saja yaitu kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan dan fitur layanan. Lingkup wilayah dalam penelitian ini juga terbatas yaitu hanya satu wilayah Kecamatan saja dan sampel dalam riset ini hanya wanita usia produktif saja.

### DAFTAR PUSTAKA

- Eltin, G. Q. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Berprilaku Dalam Mengadopsi Financial Technology (Fintech).
- Ismi Khoiriyah, D. A. (2002). Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Jawa Tengah. *Journal of Management & Business*, Vol 3 No 2.
- Nurdin Nurdin, W. N. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 2 No. 2.
- Rahmawati, D. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Pemilihan E-money. *Majalah Ekonomi*, SSN No. 1411-9501, Vol. 25 No. 1.
- Siti Asriah Immawati, D. (2019). Minat Masyarakat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Kota Tangerang.
- Syafitri. (2020). Pengaruh Persepsi kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Aplikasi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa

FEB UPGRIS Angkatan 2016-2019). *Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU4)*, ISSN. 2720-9687.

Wildan, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Teknologi (Fintech).

## PENGARUH CSR TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Yulia Rohmatin<sup>1</sup>, Martha Suhardiyah<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : [yuliarohma682@gmail.com](mailto:yuliarohma682@gmail.com)<sup>1</sup>,  
Koresponden : [martha@unipasby.ac.id](mailto:martha@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*It is explained that this research analyzes the effect of CSR on financial performance as measured by ROE and earnings management (profits) as moderating variables. The approach used is descriptive quantitative, while the population used is metal sub-sector manufacturing companies and the like which are listed on the IDX in 2017-2019. As well as a sample of 33 research data. According to the results of the statistical test, it is obtained that the CSR t-test on financial performance which is proxied by ROE has a significance value of  $0.001 < 0.005$ . Meanwhile, earnings management with a bond between CSR and the company's financial performance has a significance value of  $0.711 > 0.005$ . It can be concluded that there is a partial effect of CSR on financial performance.*

**Keywords:** CSR, financial performance, earnings management

### ABSTRAK

Dijelaskan riset ini menganalisa pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui ROE dan manajemen laba (keuntungan) sebagai variabel moderasi. Pendekatan yang dipakai ialah secara kuantitatif deskriptif, adapun populasi yang dipakai ialah perusahaan manufaktur sub sektor logam dan sejenisnya yang tercatat di BEI tahun 2017-2019. Serta sampel sebanyak 33 data penelitian. Sesuai hasil uji statistik diperoleh uji-t CSR terhadap kinerja keuangan yang di proksikan dengan ROE mempunyai nilai signifikansi yakni sebesar  $0,001 < 0,005$ . Sedangkan manajemen laba dengan ikatan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,711 > 0,005$ . Disimpulkan terdapat pengaruh secara parsial CSR terhadap kinerja keuangan. Sedangkan manajemen laba tidak bisa memoderasi ikatan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan.

**Kata kunci :** CSR, kinerja keuangan, manajemen laba

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi beserta ilmu pengetahuan yang dibuktikan dengan adanya industri yang semakin maju berakibat pada kegiatan operasional perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah lama menjadi perhatian masyarakat Internasional. Karena ditengah maraknya dampak negatif terhadap lingkungan yang disebabkan oleh operasional perusahaan. Awal dari kegiatan Tanggung Jawab Sosial hanya berlatarkan sukarela. Sebagaimana kurang perhatiannya perusahaan terhadap operasional perusahaan baik secara langsung ataupun tidak langsung dampaknya mengenai lingkungan dan masyarakat sekitar.

Hal ini pada akhirnya membuat Pemerintah Indonesia membuat peraturan baru. Saat ini isu lingkungan sangat menjadi perhatian dunia, banyaknya pencemaran lingkungan yang diakibatkan

oleh aktivitas perusahaan menjadi masalah utama yang sampai saat ini masih terjadi diberbagai wilayah, tentu saja jika hal ini tidak segera ditindak akan memberikan dampak yang semakin buruk. Pentingnya fungsi pengawasan perusahaan pada kegiatan operasional yang memiliki dampak langsung terhadap lingkungan untuk terus dilakukan evaluasi.

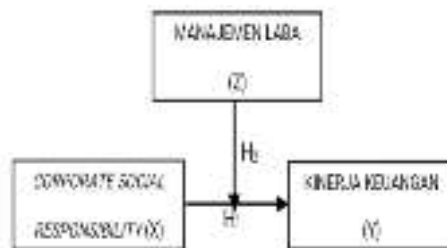
Setiap perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitar, hal ini sebagai langkah untuk menjaga kondusifitas antara perusahaan dan masyarakat dilingkungan sekitar agar tidak terjadi konflik. Tentu saja setiap perusahaan memiliki risiko yang harus dihadapi, terutama risiko pencemaran lingkungan akibat aktivitas perusahaan yang berlebihan. Oleh sebab itu pengendalian limbah hasil industri harus dapat ditingkatkan sebaik mungkin untuk kelestarian lingkungan jangka panjang.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* awalnya terdapat kendala karena pada Pasal 74 ayat (3) UU PT dan PP No. 47 Tahun 2012 secara jelas tidak menetapkan sanksi hukum dan wujud atas tidak dijalankannya kegiatan CSR pada perusahaan. Undang-undang tersebut tidak menyusun sanksi atas tidak dijalankannya CSR akan berimbas pada banyak perusahaan yang akan mengabaikan ketetapan CSR apabila tidak ada peraturan yang memaksa, hal tersebut bisa menjadi kendala dalam mempraktikkan CSR (Eny Suastuti, 2014).

Kinerja keuangan bisa di ukur dengan rasio-rasio keuangan yang mempunyai fungsi untuk menghitung dan menyediakan informasi yang berkaitan tentang kinerja keuangan. Setiap perusahaan membutuhkan modal yang besar untuk melakukan ekspansi usaha agar lebih luas lagi, apabila perusahaan dapat memperluas usahanya maka kesempatan untuk menguasai pasar sasaran akan tercapai, sehingga laba yang diperoleh oleh perusahaan melalui penjualan yang tinggi. Pentingnya menerapkan strategi penjualan yang sesuai dengan keadaan ekonomi saat ini menjadi kunci utama keberhasilan perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak.

Setiap perusahaan pasti mengejar profit yang maksimal, hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan laba perusahaan serta membiayai berbagai macam biaya operasional yang harus dikeluarkan selama proses produksi. Dalam meingkatkan laba atau profit, biasanya perusahaan akan melakukan strategi penjualan semaksimal mungkin, hal tersebut dilakukan sebagai upaya perusahaan agar tetap bisa bertahan ditengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif saat ini, Meskipun perbuatan manajemen laba hal yang resmi dan tidak melanggar GAAP, manajemen laba bisa membawa dampak negatif bagi perusahaan. Maka pentingnya untuk menstabilkan laba yang diperoleh dari penjualan dan meminimalisir pengeluaran.

**KERANGKA KONSEPTUAL**



Gambar 1. Kerangka Konseptual

**METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang dipakai ialah secara kuantitatif deskriptif, adapun populasi yang dipakai ialah perusahaan manufaktur sub sektor logam dan sejenisnya yang tercatat di BEI tahun 2017-2019.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Pengujian Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual	
N	33
Test Statistic	,105
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>a</sup>

Sumber : Data diolah tahun 2021

Sesuai data diatas telah terbukti data telah berdistribusi normal. Sebab sig. ,200 > ,05.

- b. Uji Multikolineritas

Tabel 2. Uji Multikolineritas

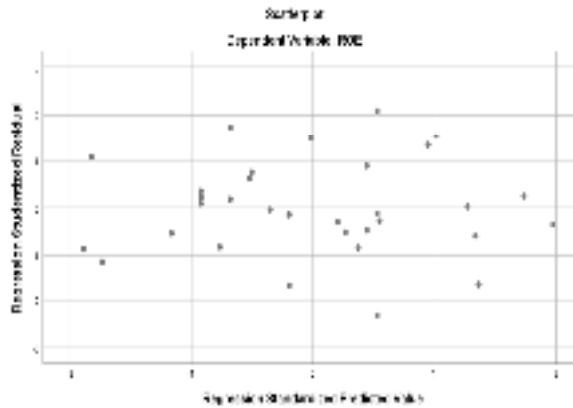
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
CSR	,997	1,003
Manajemen Laba	,998	1,002
MOOManajemen Laba	,999	1,001

a. Dependent Variable: ROE

Sumber : Data diolah tahun 2021

Sesuai tabel diatas telah terbukti data terbebas dari gejala multikolineritas.

- c. Uji Heterokedstisitas



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Sesuai gambar diatas terbukti data terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Durbin-Watson	
	1,614

Sumber : Data diolah tahun 2021

Sesuai tabel diatas terbukti data terbebas dari gangguan autokorelasi.

2. Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 4. Analisis Regresi Moderasi Persamaan 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.459	,143		-3,201	,003
	CSR	1,240	,354	,633	3,509	,001

a. Dependent Variable: ROE

Sumber : Data diolah tahun 2021

Berlatarkan tabel 4 diatas didapatkan model regresi yakni :

$$ROE = -0,459 + 1,240 CSR + e$$

Konstanta sebesar -0,459, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel ROE yakni sebesar -0,459

Sedangkan koefisien regresi X sebesar 1,240. Bisa dinyatakan bahwa semakin menambahnya nilai CSR , maka nilai ROE bertambah sebesar 1,240. Koefisien regresi memiliki nilai yang positif, kemudian bisa disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y yakni positif.

Tabel 5. Analisis Regresi Moderasi Persamaan 2

Model		Coefficients		Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-.474	,149		-3,173	,004
	CSR	1,263	,367	,543	3,445	,002
	Manajemen Laba	,814	2,481	,099	,328	,745
	MODManajemen Laba	1,817	4,849	,112	,375	,711

a. Dependent Variable: ROE

Sumber : Data diolah tahun 2021

Berlatarkan tabel 5 diatas diperoleh model regresi yakni :

$$ROE = -0,474 + 1,263 CSR + 0,814 \text{ Manajemen Laba} + 1,817 \text{ MOD Manajemen Laba} + e$$

Konstanta sebesar -0,474 memiliki arti nilai konsisten variabel ROE meningkat setelah adanya manajemen laba sebagai variabel moderasi sebesar -0,474.

3. Uji Hipotesis (Uji t)

a. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Return On Equity* (ROE)

Tabel 6. Hasil Pengujian Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	-3,201	,005
CSR	3,509	,001

a. Dependent Variable: ROE

Sumber : Data diolah tahun 2021

Hipotesis pertama dipenelitian kali ini yakni CSR) terhadap (ROE). H<sub>1</sub> pada tabel 6 menunjukkan t<sub>hitung</sub> berlatarkan hasil perhitungan model regresi pada variabel X yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) yakni sebesar 3,509 > 1,693 atau t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> kemudian dilihat melalui nilai signifikasinya sebesar 0,001 < 0,05 maka bisa dikatakan hipotesis diterima.

b. Manajemen Laba bisa memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (ROE).

Tabel 7. Hasil Pengujian Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	-3,173	,004
CSR	3,445	,002
Manajemen Laba	,328	,745
MODManajemen Laba	,375	,711

a. Dependent Variable: ROE

Hipotesis kedua ialah Manajemen laba bisa memoderasi pengaruh CSR terhadap ROE. Hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) diperoleh dari nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel MOD Manajemen Laba yang merupakan interaksi antara CSR dengan ROE sebesar 0,375 dengan sig. 0,711. Bisa dilihat nilai signifikan mengalami kenaikan. Dilihat dari  $t_{hitung}$  pada tabel 5 jika dibandingkan dengan nilai  $t_{hitung}$  pada tabel 4 yaitu dari 3,509 menjadi 0,375 Yang berarti manajemen laba tak bisa memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### SIMPULAN

1. Disimpulkan CSR terbukti berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan (ROE).
2. Disimpulkan bahwa manajemen Laba tidak bisa memoderasi hubungan antara CSR terhadap Kinerja Keuangan.

### IMPLIKASI

Dari penelitian yang dilaksanakan terdapat indikator yang bisa dilakukan oleh perusahaan dalam menentukan keberhasilan manajemen perusahaan, yaitu dengan melakukan aktivitas tanggungjawab sosial (CSR) . Kemudian penelitian ini diharapkan bisa membantu dan menciptakan kebermanfaatan bagi perusahaan atas pengambilan kebijakan maupun keputusan dari informasi yang didapatkan untuk bisa meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

### KETERBATASAN PENELITIAN

1. Dalam penelitian yang dilaksanakan hanya memakai 3 variabel.
2. Hal lain yang menjadi keterbatasan ialah waktu dan dana yang digunakan oleh peneliti sangat terbatas.
3. Penelitian ini belum sempurna, sehingga penelitian selanjutnya dapat memperbaiki kembali dengan variabel yang lain.

### DAFTAR PUSTAKA

- Yulinartati. (2012). Perbedaan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebelum dan Sesudah Berlakunya UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI). *JEAM* Vol XI No. 1/2012. ISSN: 1412-5366.
- Suastuti, Eny. (2014). Beberapa Kendala Dalam Penerapan CSR (Analisis Pasal 74 UUPT). *Rectidee Jurnal Hukum*. Vol. 9. No. 2, Desember 2014.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Kusuma, Destia., dan Syarifudin, Muchamad. (2014b). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Pemoderasi. *Diponegoro Journal Of Accounting* 3 (1): 1-13. ISSN (Online): 2337-3806.

- Liana, Lie. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik Volume XIV*, No. 2, Juli 2009, 90-97. ISSN: 0854-9524.
- Aringgi, L. A. (2018). Pengaruh *Return On Asset* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Socisl Responsibility* Sebagai Variabel Moderating Terhadap Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di BEI. *Skripsi*. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

## PENGARUH PENJUALAN BERSIH TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO KABUPATEN GRESIK (STUDI KASUS PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR KERAMIK, PORSELEN, DAN KACA YANG TERDAFTAR DI BEI)

Intan Melani Putri<sup>1</sup>, Martha Suhardiyah<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : [intanmelaniputri@gmail.com](mailto:intanmelaniputri@gmail.com)<sup>1</sup>  
Koresponden : [martha@unipasby.ac.id](mailto:martha@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Riset ini menganalisa pengaruh penjualan bersih terhadap produk domestik regional bruto (PDRB) Kabupaten Gresik. Selain itu pendekatan yang dipakai ialah secara kuantitatif. Adapun populasi serta sampel yang dipakai ialah laporan keuangan triwulan perusahaan manufaktur sub sektor keramik, porselen, dan kaca yang tercatat di BEI tahun 2016-2019. Sesuai hasil uji statistik diperoleh hasil uji-*t* penjualan bersih terhadap PDRB dengan sig.,000 <,05. Artinya sesuai hasil tersebut telah terbukti penjualan bersih berpengaruh terhadap PDRB Kabupaten Gresik pada perusahaan manufaktur sub sektor keramik, porselen, dan kaca yang tercatat di BEI.

**Kata Kunci** : Penjualan Bersih, PDRB

### ABSTRACT

This research analyzes the effect of net sales on the gross regional domestic product (GRDP) of Gresik Regency. In addition, the approach used is quantitative. The population and sample used are the quarterly financial reports of manufacturing companies in the ceramic, porcelain and glass sub-sector which are listed on the IDX in 2016-2019. According to the statistical test results, the *t*-test results of net sales on GRDP with sig. , 000 <, 05. This means that according to these results, it has been proven that net sales have an effect on the PDRB of Gresik Regency in manufacturing companies in the ceramic, porcelain and glass sub-sector which are listed on the IDX.

**Keywords** : Net Sales, GRDP

### PENDAHULUAN

Kondisi bisnis yang terjadi di Indonesia saat ini sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat, banyak industri yang memulai usahanya dibanyak tempat, tentu saja dengan semakin banyaknya industri yang berdiri dapat menjadi solusi atas banyaknya angka pengangguran yang terjadi dibanyak wilayah, dengan adanya industri yang semakin bertambah, maka akan semakin meningkat lapangan kerja yang dapat memberi peluang bagi para pengangguran yang masih berada di usia produktif. Dengan mengandalkan kemampuan serta keterampilan yang dimiliki saat ini, tentu saja akan semakin menambah persaingan antar SDM dalam memasuki dunia kerja.

Dalam kondisi persaingan di sektor industri, banyak strategi yang coba digunakan oleh banyak perusahaan agar industri yang dijalankan tetap bisa bertahan dan terus bisa memenuhi permintaan pasar, setiap perusahaan dihadapkan dengan target laba yang dibebankan dalam periode waktu tertentu, oleh sebab itu manajemen perusahaan dituntut untuk selalu bekerja keras dan mengoptimalkan sumber daya manusia dan bahan baku yang dimiliki agar mampu menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, sehingga permintaan pasar dapat terus berjalan,

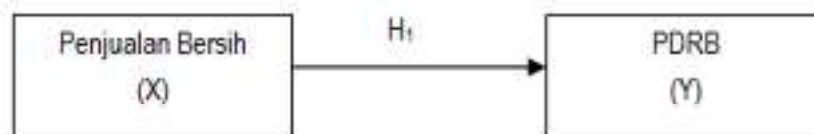
dengan selalu menjaga kualitas produk dengan baik akan menjaga pelanggan untuk tetap setia menggunakan produk tersebut.

Era ekonomi modern saat ini, tingginya kontribusi bermacam lapangan usaha ketika menciptakan barang dan jasa begitu menentukan konstruksi perekonomian suatu daerah. Perkembangan pesat perusahaan manufaktur sub sektor keramik, porselen, dan kaca di Indonesia tak menutup kemungkinan bahwa perusahaan tersebut begitu diperlukan masyarakat, dan kemungkinannya menguntungkan saat ini maupun masa mendatang. Hal tersebut bisa diketahui berlatarkan Produk Domestik Regional Bruto menurut lapangan usaha, industri manufaktur memiliki porsi kontribusi terbesar dalam meningkatkan (PDRB) Kabupaten Gresik. Oleh sebab itu biasanya daerah yang memiliki jumlah industri yang banyak dan tersebar merata cenderung akan lebih berdampak pada kesejahteraan masyarakat yang hidup disekitar berdirinya perusahaan tersebut.

PDRB Kabupaten Gresik berkontribusi sebesar 48,00% sesuai data BPS (Badan Pusat Statistik, 2019). Akan tetapi dengan bertambahnya indsutri manufaktur, membuat persaingan pasar menjadi lebih ketat dan harus disikapi keadaan ini oleh perusahaan apabila masih ingin bertahan. Agar dapat menjaga kesesuaian bisnis, maka perusahaan harus memiliki strategi untuk menghasilkan keuntungan besar. Keuntungan perusahaan didapat dari kegiatan penjualan produk. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan pendapatan serta bagaimana perusahaan dalam mengelola operasional sehingga dapat diketahui tingkat keberhasilan perusahaan tersebut.

Naik turunnya jumlah barang industri tentunya akan berimbang pada penjualan bersih dan pertumbuhan ekonomi daerah, sehingga penting sekali untuk selalu menjaga kualitas produk yang akan didistribusikan kepada konsumen Hal ini merupakan faktor penting karena Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berfungsi selaku data bahan evaluasi kemajuan suatu kabupaten yang dilakukan oleh segenap pihak, baik pemerintah pusat/daerah, bahkan swasta. Pembangunan ditafsirkan dalam proyek-proyek infrastruktur seperti pembangunan pelabuhan, perbaikan jalan, pembangunan jalan tol, dan perbaikan saluran irigasi (Badan Pusat Statistik, 2019). Maka dari itu, perusahaan perlu meningkatkan penjualan bersihnya agar Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Gresik juga meningkat.

## KERANGKA KONSEPTUAL



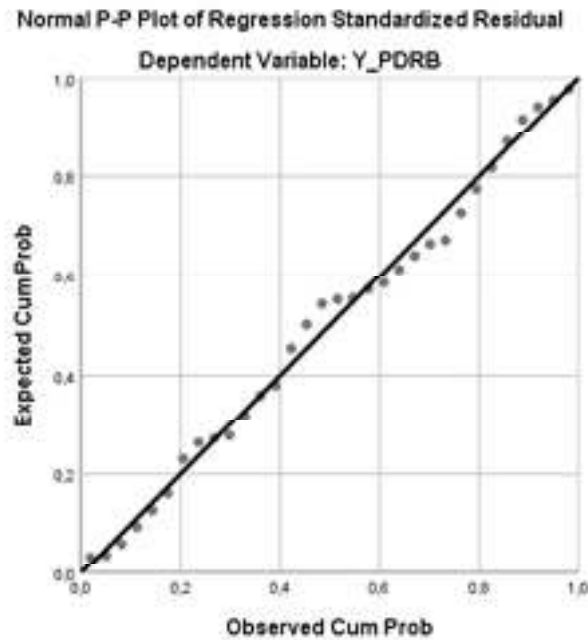
Gambar 1. Kerangka Konseptual

## METODE

Riset ini memakai pendekatan kuantitatif, adapun populasi serta sampel yang dipakai ialah laporan keuangan triwulan perusahaan manufaktur sub sektor keramik, porselen, dan kaca yang tercatat di BEI tahun 2016-2019.

**HASIL PENELITIAN**

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas P-P Plot

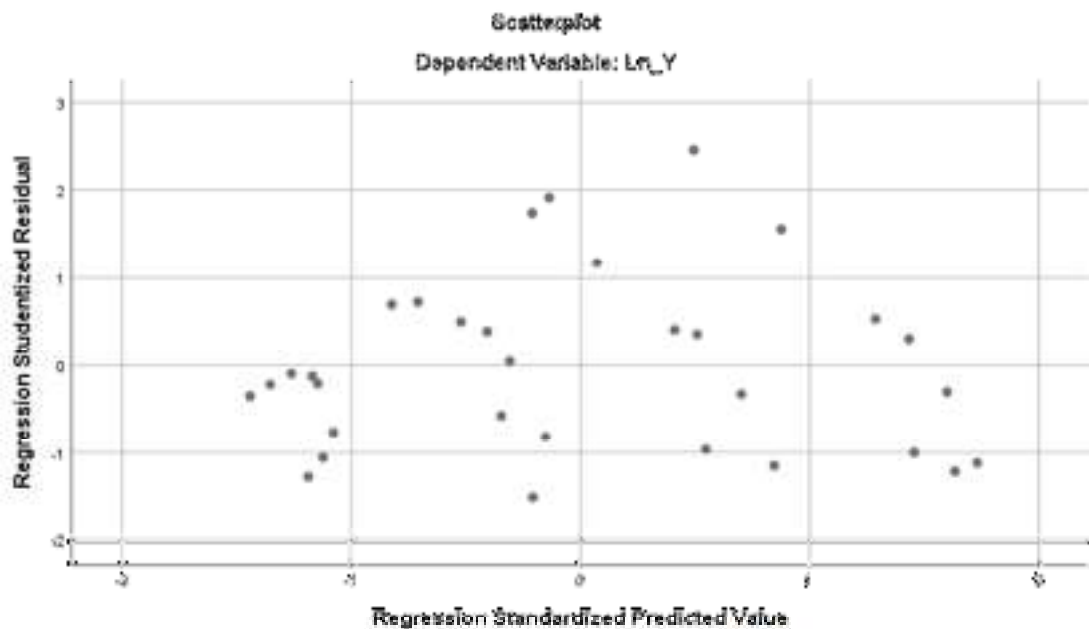
Berlatarkan gambar diatas, telah terbukti data telah berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas One Sample KS

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	14561754,80782
Most Extreme Differences	Absolute	,760
	Positive	,075
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Berlatarkan hasil pengujian diatas, memperlihatkan data berdistribusi stabil.

b. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Sesuai gambar diatas, terbukti data terbebas dari gangguan heteroskedastisitas.

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

	Sig.
(Constant)	,037
X_PenjualanBersih	,237

Berlatarkan hasil pengujian di atas tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	-1,908	,462
LnX_1	1,518	,061

Melalui *output* pada tabel 3, dapat dibentuk persamaan yakni:

$$Y = a + bX + e$$

$$PDRB = -1,908 + 1,518 \text{ Penjualan Bersih} + 0,462$$

### 3. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

R Square
,956

Didapatkan hasil R Square sebesar 0,956 atau 95,6%. Artinya bahwa Produk Domestik Regional Bruto (Y) dipengaruhi Penjualan Bersih (X) sebanyak 95,6% dan 4,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

### 4. Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

	t	Sig.
(Constant)	-4,133	,000
LnX_1	24,961	,000

Diperoleh Penjualan Bersih (X) sebesar 0,000 (0,000 < 0,05).

Pertambahan jumlah produksi barang industri karena permintaan konsumen akan meningkatkan penjualan bersih suatu perusahaan. Apabila penjualan bersih meningkat, maka akan berimbas terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah.

## SIMPULAN

Sesuai hasil pengujian statistik, dapat disimpulkan dan dibuktikan penjualan bersih berpengaruh terhadap Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Gresik pada perusahaan manufaktur sub sektor keramik, porselen, dan kaca yang tercatat di BEI. Perekonomian daerah

dapat tumbuh dan berkembang apabila pendapatan suatu daerah tinggi. Pendapatan daerah diperoleh dari hasil pertambahan jumlah produksi barang yang mengakibatkan penjualan bersih meningkat. Artinya apabila penjualan bersih naik maka akan menaikkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

### IMPLIKASI

Dari penelitian ini telah ditarik hasil suatu temuan baru bagi perusahaan. Dengan ini diharapkan dapat menjadi bahan penilaian dalam pengambilan kearifan perusahaan. Ketatnya persaingan pasar menyebabkan naik turunnya penjualan bersih pada perusahaan yang tentunya akan berimbas pada pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Gresik. Maka perusahaan diharapkan mampu menyeimbangkan penjualan bersihnya dengan terus berinovasi menciptakan produk-produk baru dengan tujuan menarik minat konsumen guna meningkatkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) demi kemajuan pembangunan di Kabupaten Gresik. Bertambahnya industri manufaktur, membuat persaingan pasar menjadi lebih ketat dan harus disikapi keadaan ini oleh perusahaan apabila masih ingin bertahan. Agar dapat menjaga kesesuaian bisnis, maka perusahaan harus memiliki strategi untuk menghasilkan keuntungan besar. Keuntungan perusahaan didapat dari kegiatan penjualan produk.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan penelitian ini yakni pelaksanaan penelitian dengan waktu yang terbatas, variabel yang digunakan terbatas yakni 1 variabel bebas (independen) dan 1 variabel terikat (dependen) dan jumlah sampel yang terbatas.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, R. (2013). *Teori-Teori Pembangunan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan Ekonomi Wilayah*. Graha Ilmu.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Gresik Menurut Lapangan Usaha 2015-2019* (E. Suprihanto (ed.)). Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik.
- Febrianto, T. (2017). *Pengaruh UMKM Tahu Kuning Terhadap PDRB di Kota Kediri Tahun 2006-2015 (Triwulan)*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Edisi 9). Badan Penerbit-Undip.
- Nasir, M. S. (2019). Analisis Pengaruh Pendapatan Asli Daerah Terhadap Produk Domestik Bruto Setelah Satu Dekade Otonomi Daerah. *Jiep*, 19(2).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sukirno, S. (2011). *Teori Pengantar Makroekonomi*. In *Rajawali Press*. RajaGrafindo Persada.

## Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit (Studi Kasus Pada CV. Karunia Sejati)

Erna<sup>1</sup>, Subakir<sup>2</sup>, Fauziyah<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : [ernaberr13@gmail.com](mailto:ernaberr13@gmail.com)<sup>1</sup>, [basta.fauziyah@gmail.com](mailto:basta.fauziyah@gmail.com)<sup>3</sup>

Koresponden : [subakir@unipasby.ac.id](mailto:subakir@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

*Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sistem informasi akuntansi penjualan kredit di CV Karunia Sejati menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dimana peneliti mengumpulkan berbagai data informasi dalam bentuk wawancara, dokumen dan triangulasi terhadap CV Karunia Sejati yang dimana perusahaan tersebut bergerak dibidang perdagangan Spare Part/ Suku Cadang Mobil dan Motor. Perusahaan ini berkonsentrasi pada penjualan spare part berupa velg dengan berbagai tipe. Perusahaan tersebut melayani penjualan secara tunai maupun secara kredit. Dari hasil penelitian didapatkan sesuatu kesimpulan bahwa belum sesuai dengan teori perusahaan, namun prosedur yang sudah diterapkan diperusahaan sudah membuat perusahaan berjalan dengan baik. Adapun Prosedur yang di terapkan perusahaan berupa prosedur pesanan penjualan, prosedur persetujuan kredit, prosedur pengiriman, prosedur pencatatan piutang, prosedur penagihan. Di dalam Dokumen Sistem Informasi Akuntansi penjualan kredit yang diaplikasikan di CV. Karunia Sejati terbilang sesuai dengan yang ada pada teori yang ada. Dokumen yang belum tercantum dalam dokumen SIA perusahaan yaitu rekapitulasi harga pokok penjualan.*

**Kata Kunci:** Spare Part, Sistem Informasi Akuntansi (SIA), Prosedur

### ABSTRACT

*This study is intended to determine the credit sales accounting information system at CV Karunia Sejati using a qualitative descriptive method in which researchers collect various information data in the form of interviews, documents and triangulation of CV Karunia Sejati, where the company is engaged in trading spare parts / car parts and Motorcycle. This company concentrates on selling spare parts in the form of wheels of various types. The company serves sales in cash and on credit. From the research results, it can be concluded that it is not in accordance with company theory, but the procedures that have been implemented in the company have made the company run well. The procedures implemented by the company are in the form of sales order procedures, credit approval procedures, delivery procedures, recording procedures for accounts receivable, and billing procedures. In the document of the credit sales accounting information system applied to CV. True Gifts are spelled out in accordance with existing theories. Documents that have not been listed in the company's AIS document, namely the recapitulation of cost of goods sold.*

**Keywords:** Spare Part, Accounting Information System (SIA), Procedure

## PENDAHULUAN

Perusahaan menggunakan SIA penjualan bertujuan untuk mengontrol dan mengendalikan aktivitas penjualan. Sehingga perlu dilakukannya analisis begitupun dengan perancangan sistem informasi penjualan ini, agar sistem tersebut dapat berjalan sesuai dengan kepentingan perusahaan sehingga pimpinan dapat mengambil keputusan yang tepat untuk langkah selanjutnya (Wulan dkk., 2017). SIA penjualan Kredit dibuat untuk membantu pengelolaan dan pemrosesan data transaksi dengan baik serta akurat dan memaksimalkan waktu yang ada pada setiap aktivitas bisnis dalam perusahaan. SIA penjualan Kredit yang digunakan oleh suatu perusahaan dapat dioperasikan dengan cara manual dan juga dapat dijalankan dengan cara terkomputerisasi. SIA penjualan Kredit memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan keuntungan penjualan maupun mendapatkan ruang pasar yang lebih luas, karena sistem ini dapat meringankan manajemen perusahaan dalam mempersiapkan informasi yang diperlukan untuk aktivitas perusahaan. (Rasyid dan Haryati, 2019)

Demi meningkatkan keuntungan penjualan dan mendapatkan konsumen yang lebih luas, SIA penjualan Kredit merupakan sistem yang disarankan karena dapat membantu manajemen untuk memperoleh informasi yang tentunya berkaitan dengan aktivitas pada perusahaan tersebut. Sistem penjualan kredit ini dijalankan dengan berbagai fungsi yang berbeda, baik itu mengenai tugas ataupun wewenang yang dijalankan, fungsi ini memiliki hubungan yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Berdasarkan aktivitas transaksi jual beli, dapat disimpulkan bahwa penjualan memiliki tujuan untuk menjual produk yang dipasarkan sebanyak mungkin, yang akhirnya seringkali mengabaikan faktor tertagih atau tidaknya piutang yang dihasilkan dari transaksi tersebut. Mengakibatkan transaksi pembelian secara kredit pada perusahaan tidak dapat terpenuhi karena masalah piutang tersebut. Untuk menghindari tidak tertagihnya piutang pada perusahaan yang melakukan transaksi, perlu dilakukan kembali pengecekan intern terhadap status kredit pembelian pembeli tersebut sebelum dilaksanakannya transaksi penjualan kredit. Dilakukannya analisis riwayat penulisan piutang yang dilakukan terhadap pembeli pada masa lalu, sehingga fungsi kredit memiliki otoritas untuk dapat memilih diterimanya atau ditolak pemberian kredit kepada pembeli (Aneta, 2015).

CV. Karunia Sejati merupakan perusahaan yang bergelut pada bidang perdagangan Spare Part/Suku Cadang Mobil dan Motor (Sepeda Motor). Pada tahun 2010, tepatnya tanggal 6 Desember, CV. Karunia Sejati didirikan. Perusahaan ini beralamat di Taman Pondok Jati Blok AF 11. Perusahaan ini berkonsentrasi pada penjualan spare part berupa velg dengan berbagai type. Perusahaan tersebut melayani penjualan secara tunai maupun secara kredit. Di dalam suatu perusahaan dagang sangat erat dengan kegiatan jual beli barang. Penjualan tunai merupakan penjualan dengan cara pembayarannya secara kontan (langsung lunas). Sedangkan penjualan kredit menggunakan sistem pembayaran secara angsuran atau penjualannya dilakukan secara non-tunai. SIA penjualan kredit ini memiliki banyak manfaat apabila diterapkan pada sebuah perusahaan, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul "Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit (Studi Kasus Pada CV. Karunia Sejati)".

## **METODE**

Dalam penelitian ini, metode deskriptif kualitatif merupakan metode yang peneliti gunakan dalam melakukan penelitian. Sugiyono (2017:7) mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada pemikiran positivisme, metode ini digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti merupakan instrumen kunci, teknik pengumpulan data pada metode ini dapat dilakukan secara triangulasi (gabungan), dimana analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan penelitian memberikan hasil yang lebih menekankan maknanya daripada generalisasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu menggunakan teknik wawancara yang telah terstruktur, artinya peneliti sudah mempersiapkan beberapa pertanyaan terlebih dahulu terkait dengan permasalahan penelitian kepada informan, selain itu ada juga teknik dokumen yang digunakan dalam teknik penelitian.

## **HASIL**

Pada penelitian ini, peneliti mengurangi atau mereduksi data yang berasal dari hasil wawancara dan dokumentasi yang dilakukan dalam perusahaan. Data yang didapatkan yaitu data umum dan data khusus perusahaan. Data umum perusahaan berisi sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, dan alamat perusahaan. Sementara itu, data khusus perusahaan terdiri dari data yang difokuskan pada judul penelitian yaitu data tentang SIA pada penjualan kredit, meliputi prosedur yang digunakan, fungsi yang digunakan, arsip yang digunakan, catatan yang digunakan dan grafik aliran transaksi kredit. CV. Karunia Sejati merupakan suatu perusahaan yang berlokasi di Sidoarjo. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2010 dan bergerak pada bidang penjualan spare part dan velg mobil.

Perusahaan swasta yang awalnya menjual spare part mobil, tetapi dalam berjalannya waktu penjualan spare part mengalami penurunan. Sehingga beralih menjadi distributor velg mobil dengan berbagai tipe, yang berkembang hingga sekarang. Dalam perkembangan sebagai distributor velg yang mandiri dan dapat mengembangkan usahanya. CV. Karunia Sejati tidak hanya menawarkan velg dalam satu jenis merek, tetapi ada beberapa merek velg. Pada tahun 2010 hingga tahun 2021, CV. Karunia Sejati memiliki 6 karyawan.

### **Data Wawancara**

Peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Ovy Wulandari selaku penanggung jawab mengenai keuangan yang ada di CV. Karunia Sejati. Berikut hasil wawancara yang telah dirangkum adalah sebagai berikut:

Informan : Ibu Ovy Wulandari

Waktu Wawancara : 26 April 2021

Tabel 1.1 Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana sejarah berdirinya CV. Korunia Sejati karena sebagai lembaga dapat berkeadilan hingga sekarang ?	Sejarah berdirinya CV. Korunia Sejati, yaitu : CV. Korunia Sejati merupakan suatu perusahaan yang berkecukupan di bidang jasa kredit sejak tahun 2019, perusahaan ini bergerak dibidang penyalangan pada pasar dan juga modal. Perusahaan tersebut yang awalnya bergerak pada pasar modal, tetapi dalam kerjanya sudah bergerak pada pasar uang/keuangan perusahaan. Sehingga berawal menjadi distributor yang modal dengan berbagai tipe, yang berkeadilan hingga sekarang. Dalam perkembangan yang sangat signifikan yang menjadi ciri dengan dapat mengoperasionalkan usahanya. CV. Korunia Sejati telah bekerja memajukan juga dalam rangka usaha, kredit atau berbagai merek yang. Pada tahun 2019 hingga tahun 2021, CV. Korunia Sejati memiliki 7 karyawan.
2.	Bagaimana struktur organisasi yang ada dalam perusahaan ?	Struktur organisasi terdiri dari : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Komisaris</li> <li>• Direktur</li> <li>• Bagian marketing</li> <li>• Bagian keuangan</li> <li>• Bagian gudang dan pergudangan</li> <li>• Kasir</li> <li>• Administrasi</li> </ul>
3.	Berapa jumlah seluruh karyawan yang ada pada CV. Korunia Sejati ?	Total seluruh karyawan berjumlah 7 orang.
4.	Apakah ada kriteria khusus dalam melakukan pemilihan karyawan baru ?	Iya, minimal lulusan SMA untuk bagian kasir/keuangan, untuk bagian lainnya minimal SMA/SMK.
5.	Apakah sistem pengajuan kredit yang ada di perusahaan sudah berjalan dengan baik ?	Iya, sudah berjalan dengan baik.
6.	Bagaimana prosedur pengajuan kredit pada CV. Korunia Sejati ?	Prosedur pengajuan kredit terdiri dari : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prosedur penerimaan pengajuan</li> <li>• Prosedur pengitinan</li> <li>• Prosedur pencairan piutang</li> <li>• Prosedur pengembalian</li> </ul>
7.	Dokumen-dokumen apa saja yang digunakan pada saat melakukan transaksi pengajuan kredit pada CV. Korunia Sejati ?	Dokumen yang digunakan, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Surat jalan</li> <li>• Faktur penjualan</li> <li>• Buku inventaris</li> </ul>
8.	Saluran-saluran apa saja yang digunakan dalam pengajuan kredit pada CV. Korunia Sejati ?	Saluran-saluran yang digunakan, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jurnal penjualan</li> <li>• Kartu piutang</li> <li>• Kartu gudang</li> <li>• Kartu persediaan</li> <li>• Jurnal angsan</li> </ul>
9.	Fungsi apa saja yang diterapkan pada pengajuan kredit di CV. Korunia Sejati ?	Fungsi yang diterapkan terdiri dari : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fungsi penjualan</li> <li>• Fungsi administrasi/keuangan</li> <li>• Fungsi gudang dan pergudangan</li> <li>• Fungsi marketing dan pemasaran</li> </ul>

Tabel 1.1 Pertanyaan dan Jawaban Wawancara Penjualan Kredit

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Keterangan
1	<p><b>Penerimaan Order Pelanggan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah diperlukan approval kepala marketing dan kepala keuangan atas setiap order pelanggan dan pelanggan baru?</li> <li>• Apakah semua order penjualan dilampirkan atas setiap order pelanggan yang disetujui?</li> </ul>	<p>YA</p> <p>YA</p>		
2	<p><b>Persetujuan Kredit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah persetujuan kredit dilakukan terhadap semua klien baru?</li> <li>• Apakah dalam setiap persetujuan kredit, perusahaan memisahkan limit kredit pelanggan yang bersangkutan?</li> <li>• Apakah ada aturan atau batas-batas bagian kredit atas setiap persetujuan?</li> </ul>	<p>YA</p> <p>YA</p> <p>YA</p>		
3	<p><b>Penerimaan Order Pelanggan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah semua order penjualan telah disetujui dan persyaratan sebelum order diproses dan barang dikembalikan?</li> <li>• Apakah bagian gudang hanya mengeluarkan barang sesuai kuantitas dan keterangan list yang tercantum dalam order penjualan?</li> </ul>	<p>YA</p> <p>YA</p>		
4	<p><b>Pengiriman Barang Dapeng</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah pemeriksaan independen dilakukan atas kesesuaian barang yang diterima dari gudang dengan invoice order penjualan yang telah disetujui?</li> <li>• Apakah dokumen pengiriman dibuat atas setiap pengiriman?</li> </ul>	<p>YA</p> <p>YA</p>		
5	<p><b>Pertepatan pada Pelanggan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah dilakukan pemantauan atas persesuaian kasualitas antar dokumen pengiriman dengan order penjualan yang disetujui?</li> <li>• Apakah dilakukan pemantauan keterkaitan dengan dokumen pengiriman?</li> <li>• Apakah dilakukan pemantauan independen atas pemantauan harga dan ketepatan perhitungan masing-masing order penjualan?</li> </ul>	<p>YA</p> <p>YA</p> <p>YA</p>		

5	<p><b>Pencatatan Penjualan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah jurnal penjualan dibuat berdasarkan faktur penjualan yang sesuai dengan dokumen pengiriman dan order penjualan?</li> <li>• Apakah tercatat secara akurat komposisi total jumlah setiap faktur penjualan yang dibuat dengan jumlah yang dibuat?</li> <li>• Apakah ada pembekuan biaya pembelian atau pembelian penjualan dengan fangai lain?</li> <li>• Apakah ada pembekuan atau atau pembekuan penjualan?</li> <li>• Apakah ada pembekuan independen secara pribadi atau komposisi jumlah yang beraturan dalam buku pembantu piutang dagang dan dalam jurnal umum?</li> <li>• Apakah laporan piutang bujukan diberikan kepada pelanggan?</li> </ul>	YA	TIDAK	Membuat jurnal umum
---	---	----	-------	---------------------

Penerapan SIA pada CV. Karunia Sejati sudah berjalan dengan cukup baik dan terkontrol. Catatan-catatan penting yang digunakan perusahaan penjualan kredit seperti jurnal penjualan, kartu piutang, kartu gudang, kartu persediaan, jurnal umum. Namun, hal tersebut belum dapat dikatakan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Mulyadi (2016:207) mengenai catatan yang digunakan dalam sistem penjualan kredit.

Sedangkan untuk dokumen dan prosedur yang diterapkan pada CV. Karunia Sejati belum berjalan dengan baik, dikarenakan belum dapat berjalan sesuai dengan teori yang telah dikemukakan oleh Mulyadi.

**Prosedur Yang digunakan**

Adapun beberapa prosedur SIA penjualan kredit yang diterapkan didalam perusahaan, antara lain:

1. **Prosedur pesanan penjualan**  
Langkah pada prosedur ini perusahaan akan menerima pesanan dari pembeli dan mengisi beberapa informasi yang diperlukan pada surat pemesanan. Selanjutnya, perusahaan membuat faktur penjualan kredit kemudian dikirim ke bagian keuangan untuk memberikan persetujuannya dalam melayani pesanan dari pembeli.
2. **Prosedur Persetujuan Kredit**  
Selanjutnya, bagian marketing mengajukan nama toko atau nama pelanggan yang ingin membeli secara kredit kepada bagian keuangan. Kemudian, bagian keuangan akan memeriksa dan memberikan syarat kepada pembeli sebelum kredit disetujui.
3. **Prosedur Distribusi Penjualan**  
Kemudian, dalam prosedur ini barang dipersiapkan oleh bagian gudang dan diserahkan kepada pembeli, sesuai dengan informasi yang tertera dalam faktur yang telah diterima dari pihak keuangan.

4. Prosedur pencatatan piutang  
Dalam prosedur ini bagian keuangan mencatat tembusan nota penjualan kredit kedalam kartu piutang.
5. Prosedur penagihan  
Sedangkan, dalam prosedur ini bagian pengiriman menerima faktur penjualan kredit dan mengarsipkannya. Ketika sudah memasuki waktu jatuh tempo, selanjutnya dilakukan penagihan kepala pelanggan dengan melampirkan faktur penjualan kredit.

### **Dokumen Yang digunakan**

Adapun beberapa dokumen SIA penjualan kredit yang diterapkan didalam perusahaan, antara lain:

1. Surat Jalan  
Dokumen yang mencantumkan semua nama barang dan jumlah produk yang termasuk dalam pengiriman. Salinan catatan tersebut diberikan kepada perusahaan sebagai bentuk bahwa barang telah diterima pembeli dan sebagai bukti pengiriman. Surat jalan dapat memberi bukti kepada pembeli tentang gambaran umum barang yang dipesan dan dapat memeriksa jumlah dan jenis barang yang telah dipesan.
2. Faktur Penjualan  
Bukti transaksi yang berisi tagihan yang dikeluarkan oleh perusahaan kepada pembeli. Dokumen ini dikirimkan secara bersamaan pada saat pengiriman barang. Pada faktur penjualan terdapat beberapa informasi lain yaitu tentang jenis barang yang dibeli, jumlah, harga, ataupun diskon yang telah diberikan perusahaan kepada pembeli.
3. Bukti Memorial  
Dokumen yang digunakan perusahaan untuk mencatat semua transaksi yang tidak ada kaitannya dengan penerimaan atau pengeluaran kas. Bukti memorial yang digunakan mencatat transaksi penyesuaian pada akhir periode akuntansi.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka didapatkan beberapa kesimpulan terkait hasil penelitian mengenai SIA penjualan Kredit pada CV. Karunia Sejati, antara lain:

1. Prosedur SIA penjualan kredit yang diterapkan di CV. Karunia Sejati belum sesuai dengan teori, namun prosedur yang sudah diterapkan diperusahaan sudah membuat perusahaan berjalan dengan baik. Prosedur yang di terapkan perusahaan antara lain prosedur pesanan penjualan, prosedur persetujuan kredit, prosedur pengiriman, prosedur pencatatan piutang, prosedur penagihan.
2. Dokumen SIA penjualan kredit yang diterapkan di CV. Karunia Sejati masih belum lengkap sesuai dengan teori. Dokumen yang belum tercantum dalam dokumen SIA perusahaan yaitu rekapitulasi harga pokok penjualan.
3. Catatan SIA penjualan kredit yang telah diterapkan di CV. Karunia Sejati sudah sesuai dengan teori. Perusahaan juga menggunakan sistem yang terkomputerisasi yang dapat memudahkan dan menekan kesalahan pencatatan transaksi.

4. Fungsi SIA penjualan kredit di CV. Karunia Sejati belum berjalan dengan baik karena adanya perangkapan fungsi. Fungsi yang merangkap tugas yaitu fungsi gudang dan fungsi pengiriman, selain itu fungsi marketing dan fungsi penagihan. Adanya perangkapan fungsi mengakibatkan pengerjaan yang efisien.

## IMPLIKASI

Masih banyak yang belum sesuai teori meskipun perusahaan terbilang masih lancar bergerak dan adanya dokumen dokumen SIA yang belum tercantum di dalam dokumen SIA perusahaan, dan adanya rangkap tugas di dalam perusahaan yang mengakibatkan kurangnya efisiensi

## KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti tidak memperhitungkan laporan penjualan kredit, dan laporan laba rugi pada Perusahaan CV. Karunia Sejati selama empat tahun terakhir, yaitu periode tahun 2016, 2017, 2018, dan 2019.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fajarsari, H. (2020). Evaluasi Sistem Informasi Akuntansi Atas Penjualan Kredit PT. Xyz (Dealer Resmi Mitsubishi Cabang Semarang). *Jurnal Akun STIE (JAS) Vol. 6, No. 2 Desember 2020*, 6, 111-124.
- Gracesia. (2017). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Pada CV. Putra Tunas Mandiri Padang. *Jurnal Pundi, Vol. 01, No. 01, Maret 2017, 01*, 23-32.
- Haryati dan Rasyid. (2019). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Tunai Pada PT. Buana Sultra Mandiri. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer, Vol. 5, No. 1, April 2019*, 25-30.
- Hutahaean, J. (2015). *Konsep sistem informa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jogiyanto. (2015). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta.
- Krimiaji. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, A. S. (2018). *Sistem Informasi Manajemen: Tinjauan Praktisi Teknologi Informas*. Yogyakarta: Teknosain.
- Pangerapan, T. L. (2019). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Di PT Nusantara. *Jurnal EMBA Vol.7 No.3 Juli 2019*, 3019 – 3028.
- Rahmayanti, S. (2016). Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit pada CV. Mitra. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika, Vol.6 No.2, Desember 2016*, 6, 125-128.
- Romney, M. B. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Sistem Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Susanto, A. (2017). *Sistem Informasi Akuntansi: Struktur Pengendalian Resiko Pengembangan*. Bandung: Lingga Jaya.

## PENGARUH DEWAN DIREKSI, DEWAN KOMISARIS, KOMITE AUDIT, DAN KOMISARIS INDEPENDEN TERHADAP KINERJA KEUANGAN

Hanief Khoyyir Nafah<sup>1</sup>, Yuni Sukandani<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : [haniefknafah@gmail.com](mailto:haniefknafah@gmail.com)<sup>1</sup>  
Koresponden : [yuni\\_sukandani@yahoo.com](mailto:yuni_sukandani@yahoo.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

*Tujuan studi ini ialah untuk mendapati pengaruh dewan direksi, dewan komisaris, komite audit, dan komisaris independen pada kinerja keuangan. Populasi yang digunakan ialah laporan tahunan perusahaan terindeks IDX30 periode 2018-2019 dan sampel berupa laporan tahunan 29 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilaksanakan melalui purposive sampling dan metode pengumpulan data memakai dokumentasi. Teknik analisis data memanfaatkan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis memakai uji-t dan uji-f. Hasil uji t membuktikan dewan direksi memiliki pengaruh atas Return On Equity. Dewan komisaris tidak memiliki pengaruh atas Return On Equity. Komite audit tidak memiliki pengaruh atas Return On Equity. Komisaris independen tidak memiliki pengaruh atas Return On Equity. Pada hasil uji F membuktikan dewan direksi, dewan komisaris, komite audit, dan komisaris independen secara simultan tidak ada pengaruh atas Return On Equity. Implikasi dari studi ini emiten dapat mengikutsertakan anggota dewan direksi pada program pelatihan guna meningkatkan fungsi kerjanya. Hasil studi bisa dipakai oleh pihak intern perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan.*

*Kata kunci: dewan direksi, dewan komisaris, komite audit, komisaris independen, return on equity*

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to find the influence of the board of directors, board of commissioners, audit committees, and independent commissioners on financial performance. The population used is the IDX30 indexed company annual report for the period 2018-2019 and a sample of 29 companies' annual reports. Sampling techniques are implemented through purposive sampling and data collection methods using documentation. Data analysis techniques utilize descriptive statistics, classic assumption tests, determination coefficient tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis tests using t-tests and f-tests. The results of the t test prove the board of directors has influence over Return On Equity. The board of commissioners has no influence over Return On Equity. The audit committee has no influence over Return On Equity. Independent commissioners have no influence over Return On Equity. On the F test results prove the board of directors, board of commissioners, audit committee, and independent commissioners simultaneously have no influence over Return On Equity. The implications of this study can include members of the board of directors in training programs to improve their performance functions. The results of the study can be used by the company's internal parties as a consideration to establish policies.*

*Keywords: board of directors, board of commissioners, audit committee, independent commissioner, return on equity*

### PENDAHULUAN

Pendirian perusahaan memiliki tujuan yang berbeda-beda, tetapi dalam pelaksanaannya salah satu tujuan berdirinya perusahaan adalah memaksimalkan laba (Kasmir, 2016: 8). Dalam memaksimalkan laba, pemilik perusahaan akan mempekerjakan pihak-pihak tertentu (manajemen) atau yang bisa disebut dewan direksi untuk mengelola perusahaan. Hubungan antara pemilik perusahaan dengan manajemen memiliki potensi terjadinya asimetri informasi,

karena manajemen lebih mengetahui kondisi perusahaan sedangkan pemilik perusahaan mengetahui kondisi perusahaan dari informasi yang diberikan oleh manajemen. Melalui permasalahan tersebut, pemilik perusahaan mempekerjakan dewan komisaris yang didukung komite audit guna mengawasi kinerja dewan direksi untuk menghindari terjadinya asimetri informasi. Untuk mencapai independensi dari pengawasan yang dilakukan, komisaris independen dihadirkan sebagai bagian dari dewan komisaris. Ketika pelaksanaan operasional perusahaan diimbangi dengan pelaksanaan pengawasan, akan menjadikan perusahaan tumbuh sesuai dengan harapan pemilik perusahaan.

Kinerja keuangan merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam mengelola keuangannya. Guna mengetahui kondisi keuangan entitas pada suatu periode, bisa dilakukan analisis laporan keuangan. Studi ini mengukur kinerja keuangan melalui *Return On Equity* (ROE). ROE ialah perbandingan dari nilai laba setelah bunga serta pajak terhadap nilai seluruh ekuitas perusahaan, yang mana akan menginformasikan usaha manajemen untuk mengelola ekuitas yang dimiliki guna menghasilkan sebanyak-banyaknya laba.

Objek studi ini dilaksanakan terhadap perusahaan terindeks IDX30. Indeks IDX30 ialah indeks di Bursa Efek Indonesia berisi kumpulan 30 saham, dimana daftar anggota IDX30 juga merupakan anggota dari indeks LQ45. Hal ini dikarenakan indeks IDX30 hadir sebagai solusi dari indeks LQ45 yang memiliki terlalu banyak anggota dengan jumlah 45 perusahaan. Jumlah perusahaan yang sedikit maupun pelaporan informasi kinerja keuangan yang transparan (dapat diakses pada *website* Bursa Efek Indonesia) menjadi nilai lebih dari indeks ini, sehingga dapat diketahui apakah besar kecilnya ROE pada perusahaan di indeks IDX30 dipengaruhi dewan direksi, dewan komisaris, komite audit, maupun komisaris independen.

Melalui penjelasan diatas, rumusan masalah studi ini ialah: (1) Apakah dewan direksi mempunyai pengaruh atas kinerja keuangan; (2) Apakah dewan komisaris mempunyai pengaruh atas kinerja keuangan?; (3) Apakah komite audit mempunyai pengaruh atas kinerja keuangan?; (4) Apakah komisaris independen mempunyai pengaruh atas kinerja keuangan?; (5) Apakah dewan direksi, dewan komisaris, komite audit, serta komisaris independen mempunyai pengaruh secara simultan atas kinerja keuangan?

Tujuan dari studi ini antara lain: (1) Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh dewan direksi atas kinerja keuangan; (2) Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh dewan komisaris atas kinerja keuangan; (3) Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh komite audit atas kinerja keuangan; (4) Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh komisaris independen atas kinerja keuangan; (5) Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh secara simultan dewan direksi, dewan komisaris, komite audit, serta komisaris independen atas kinerja keuangan.

## **PENELITIAN TERDAHULU**

Terdapat beberapa studi sebelumnya dipakai untuk referensi studi ini sekaligus mendukung hasil studi sebelumnya, Penelitian terdahulu tersebut diantaranya adalah: Rumapea (2017) dengan hasil penelitian ukuran dewan direksi, ukuran dewan komisaris, serta ukuran komite audit memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan atas ROE.

Saribu & Doloksaribu (2020), dengan hasil proporsi komisaris independen, proporsi komite audit, serta ukuran dewan direksi mempunyai pengaruh atas ROE, untuk ukuran dewan komisaris tidak mempunyai pengaruh atas ROE.

Prayanthi & Laurens (2020), dengan hasil jumlah dewan direksi dan proporsi komisaris independen mempunyai pengaruh atas ROE, sedangkan jumlah komite audit tidak mempunyai pengaruh terhadap ROE.

Kho & Prima (2020), dengan hasil ukuran komite audit mempunyai pengaruh secara parsial atas ROE, tetapi ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, proporsi dewan komisaris independen, kepemilikan institusional, serta ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh secara parsial atas ROE. Hasil uji F menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, proporsi dewan komisaris independen, ukuran komite audit, kepemilikan institusional, juga ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh secara simultan atas ROE.

## LANDASAN TEORI

Teori keagenan adalah teori mengenai hubungan dimana prinsipal (pemegang saham) mengontrak agen (manajemen) untuk bekerja demi kepentingan prinsipal yang didukung pemberian wewenang untuk membuat keputusan (Supriyono, 2018: 63). Hubungan yang terjalin tersebut memiliki potensi terjadinya asimetri informasi, karena, agen lebih paham mengenai informasi internal maupun prospek yang dimiliki perusahaan di masa depan daripada prinsipal (Pratiwi dkk., 2016). Mengatasi potensi terjadinya asimetri informasi, maka pemilik perusahaan membentuk fungsi pengawasan pada perusahaan guna mengawasi kinerja fungsi pelaksana operasional perusahaan.

Dewan direksi ialah pihak yang bertanggungjawab mengurus perseroan (Effendi, 2018: 26). Dewan komisaris mempunyai kewajiban melakukan pengawasan terhadap dewan direksi dan memberikan saran apabila diperlukan (Effendi, 2018: 26). Komite audit ialah pihak penyokong dewan komisaris yang melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan pelaporan keuangan. Komisaris independen ialah bagian tubuh dewan komisaris yang berperan melaksanakan pengawasan dan keputusan yang dilakukan dewan komisaris agar bersifat independen.

Kinerja keuangan adalah tingkat pencapaian manajemen perusahaan dalam mengelola keuangan secara efektif dan efisien pada kegiatan operasional, kegiatan investasi, serta kegiatan pendanaan semasa periode tertentu berdasarkan standar ukuran dan kriteria yang jelas dan dengan menggunakan metode serta alat-alat analisis yang berlaku umum (Irfani, 2020: 181). Kinerja keuangan studi ini digambarkan melalui rasio *Return On Equity* (ROE). Melalui rasio ini dapat diketahui tingkat pengembalian yang didapatkan investor dari investasi yang telah dilakukan (Hantono, 2018: 12).

## Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan pada studi ini yaitu: (H1) Dewan direksi punya pengaruh atas kinerja keuangan. (H2) Dewan komisaris punya pengaruh atas kinerja keuangan. (H3) Komite audit punya pengaruh atas kinerja keuangan. (H4) Komisaris independen punya pengaruh atas kinerja keuangan. (H5) Dewan direksi, dewan komisaris, komite audit, serta komisaris independen punya pengaruh secara simultan atas kinerja keuangan.

## METODE PENELITIAN

Jenis studi ini ialah penelitian kuantitatif dan sumber data berupa data sekunder laporan tahunan perusahaan. Untuk populasi dan sampel yang digunakan berupa laporan tahunan perusahaan terindeks IDX30 periode 2018-2019. Jumlah data yang memenuhi kriteria sebanyak 58 laporan tahunan dari 29 perusahaan. Teknik pengambilan sampel memakai *purposive sampling* kemudian untuk metode mengumpulkan data dilakukan dengan dokumentasi.

## Definisi Operasional Variabel

1. Dewan Direksi ( $X_1$ )

Dewan direksi merupakan struktur emiten yang berfungsi sebagai pelaksana dan pengambil kebijakan pada perusahaan. Berikut rumus untuk penghitungan dewan direksi.

$$\text{Ukuran Dewan Direksi} = \text{Jumlah Anggota Dewan Direksi}$$

Sumber: Rumapea (2017)

2. Dewan Komisaris ( $X_2$ )

Dewan komisaris merupakan pelaksana fungsi pengawasan pada kebijakan dan tindakan dewan direksi, adapun sebagai pemberi saran apabila dibutuhkan. Berikut rumus penghitungan dewan komisaris.

$$\text{Ukuran Dewan Komisaris} = \text{Jumlah Anggota Dewan Komisaris}$$

Sumber: Rumapea (2017)

3. Komite Audit ( $X_3$ )

Komite audit ialah struktur perusahaan yang menyokong kinerja dewan komisaris saat melaksanakan pengawasan. Berikut rumus penghitungan komite audit.

$$\text{Ukuran Komite Audit} = \text{Jumlah Anggota Komite Audit}$$

Sumber: Rumapea (2017)

4. Komisaris Independen ( $X_4$ )

Komisaris independen merupakan struktur perusahaan yang mewakili pihak independen dalam tubuh dewan komisaris. Penghitungan komisaris independen menggunakan rumus:

$$\text{Proporsi Komisaris Independen} = \frac{\text{Jumlah Anggota Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Anggota Dewan Komisaris}}$$

Sumber: Revita (2018)

5. Kinerja Keuangan ( $Y$ )

Kinerja keuangan studi ini digambarkan melalui *Return On Equity* (ROE). ROE ialah gambaran kemampuan emiten mendapatkan keuntungan menggunakan ekuitas. Berikut ini rumus untuk penghitungan ROE.

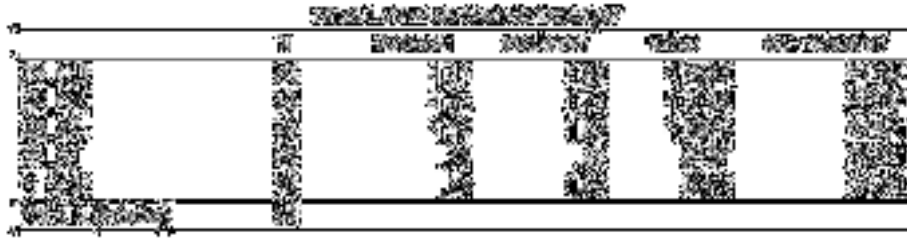
$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber: Septiana (2019: 115)

## HASIL

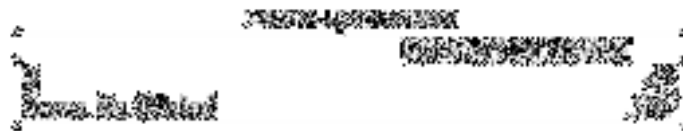
Setelah mendapatkan data, peneliti kemudian melakukan pengolahan data menggunakan beberapa uji untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan bantuan *software* SPSS versi 26. Uji studi ini menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi), uji koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis (uji t dan uji f). Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

### Analisis Statistik Deskriptif



Melalui hasil pengujian, diketahui bahwa data berjumlah sebanyak 58 data. Variabel dewan direksi mempunyai nilai minimum 1,41, nilai maksimum 1,86, nilai *mean* 1,6366 dan *standard deviation* 0,11757. Variabel dewan komisaris mempunyai nilai minimum 1,32, nilai maksimum 1,73, nilai *mean* 1,5165 dan *standard deviation* 0,11467. Variabel komite audit mempunyai nilai minimum 1,32, nilai maksimum 1,63, *mean* 1,3675 dan *standard deviation* 0,07871. Pada variabel komisaris independen nilai minimum 0,76, nilai maksimum 0,95, nilai *mean* 0,8137 serta *standard deviation* 0,05721. Variabel ROE, nilai minimum 0,23, nilai maksimum 1,09, nilai *mean* 0,6226 dan *standard deviation* 0,14246.

### Uji Normalitas



Melalui tabel 2, diketahui nilai signifikansi uji normalitas adalah  $0,164 > 0,05$ . Bisa ditarik kesimpulan data residual berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1_DD	,720	1,388
X2_DK	,841	1,189
X3_KA	,887	1,127
X4_KI	,874	1,144

Melalui tabel 3 uji multikolinearitas, didapatkan nilai *tolerance* pada variabel independen  $> 0,10$  serta nilai VIF variabel independen  $< 10$ . Hasil ini menjelaskan tidak ada multikolinearitas antar variabel yang ada pada model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
1 (Constant)	,494
X1_DD	,166
X2_DK	,450
X3_KA	,221
X4_KI	,081

Melalui tabel 4 mengenai *output* uji heteroskedastisitas, variabel independen mempunyai nilai signifikansi > 0,05. Uji yang dilakukan menggunakan uji glejser ini membuktikan tidak ada permasalahan heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,385 <sup>a</sup>	,149	,084	,13633	1,868

Melalui *output* uji autokorelasi yang ditunjukkan tabel 5, diperoleh nilai Durbin-Watson 1,868. Hasil uji autokorelasi ini kemudian dibandingkan dengan nilai dU 1,7259 dan dL 1,4325. Bisa diambil kesimpulan data tidak terjadi autokorelasi.

### Uji Koefisien Determinasi

Melalui tabel 5 uji autokorelasi, menunjukkan nilai dari *adjusted R<sup>2</sup>* sejumlah 0,084 atau 8,4%. Hasil *output* tersebut membuktikan variabel terikat bisa dijelaskan dengan variabel bebas yang diteliti sebesar 8,4%. Tapi 91,6% dapat dijelaskan dengan variabel lain diluar studi.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	,297		
	X1_DD	,379	,181	,313	2,095	,041
	X2_DK	-,028	,172	-,023	-,164	,870
	X3_KA	-,392	,244	-,217	-1,610	,113
	X4_KI	,349	,338	,140	1,035	,305

Berdasarkan tabel 6, adapun persamaan regresi yang bisa diciptakan ialah:

$$Y = 0,297 + 0,379DD - 0,028DK - 0,392KA + 0,349KI.$$

Melalui persamaan regresi diatas, adapun analisis pengaruh masing-masing variabel bebas atas variabel terikatnya antara lain:

Nilai konstanta (a) bernilai 0,297. Diartikan ketika variabel dewan direksi ( $X_1$ ), dewan komisaris ( $X_2$ ), komite audit ( $X_3$ ), serta komisaris independen ( $X_4$ ) bernilai 0, ROE akan bernilai 0,297.

Nilai koefisien regresi dewan direksi ( $X_1$ ) bernilai 0,379, hal ini membuktikan adanya hubungan positif antara dewan direksi ( $X_1$ ) terhadap ROE (Y). Sehingga ketika jumlah dewan direksi ( $X_1$ ) naik 1%, maka nilai ROE (Y) ikut mengalami kenaikan sebanyak 0,379 menggunakan asumsi nilai variabel bebas yang lain memiliki nilai konstan.

Koefisien regresi dewan komisaris ( $X_2$ ) bernilai -0,028, hal ini membuktikan adanya hubungan negatif antara dewan komisaris ( $X_2$ ) terhadap ROE. Sehingga ketika jumlah dewan komisaris ( $X_2$ ) naik 1%, maka nilai ROE (Y) mengalami penurunan sebanyak 0,028 menggunakan asumsi nilai variabel bebas lainnya bernilai konstan.

Koefisien regresi komite audit ( $X_3$ ) mempunyai nilai -0,392, hasil ini membuktikan adanya hubungan negatif antara komite audit ( $X_3$ ) terhadap ROE (Y). Sehingga ketika jumlah komite audit ( $X_3$ ) naik 1%, maka nilai ROE mengalami penurunan sebanyak 0,392 menggunakan asumsi nilai variabel bebas lainnya memiliki nilai konstan.

Koefisien regresi komisaris independen ( $X_4$ ) mempunyai nilai sebesar 0,349, hal ini membuktikan adanya hubungan positif antara komisaris independen ( $X_4$ ) terhadap ROE (Y). Sehingga ketika proporsi komisaris independen ( $X_4$ ) naik 1 %, maka nilai ROE (Y) ikut mengalami kenaikan sebanyak 0,349 menggunakan asumsi nilai variabel independen yang lain memiliki nilai konstan.

### Uji Hipotesis t

Pada tabel 6, didapatkan hasil uji t antara lain. Diketahui variabel dewan direksi ( $X_1$ ) mempunyai nilai signifikansi  $0,041 < 0,05$  membuktikan dewan direksi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh atas ROE (Y) dan hipotesis pertama diterima. Variabel dewan komisaris ( $X_2$ ) punya nilai signifikansi  $0,870 > 0,05$  membuktikan dewan komisaris ( $X_2$ ) tidak ada pengaruh atas ROE (Y) dan hipotesis kedua ditolak. Nilai signifikansi variabel komite audit ( $X_3$ ) ialah  $0,113 > 0,05$  membuktikan komite audit ( $X_3$ ) tidak ada pengaruh atas ROE (Y) dan hipotesis ketiga ditolak. Variabel komisaris independen ( $X_4$ ) memiliki nilai signifikansi  $0,305 > 0,05$  membuktikan komisaris independen ( $X_4$ ) tidak ada pengaruh atas ROE (Y) serta hipotesis keempat ditolak.

### Uji Hipotesis F

Tabel 7. Uji F

F	Sig.
2,311	,070 <sup>b</sup>

Berdasarkan tabel 7, diketahui nilai signifikansi uji F ialah  $0,070 > 0,05$ . Bisa ditarik simpulan bahwa dewan direksi, dewan komisaris, komite audit, serta komisaris independen secara simultan tidak memiliki pengaruh atas ROE sehingga hipotesis kelima ditolak.

### SIMPULAN

Melalui hasil uji yang dilaksanakan memakai SPSS versi 26 adapun simpulan dari studi ini ialah:

1. Dewan direksi punya pengaruh atas *Return On Equity*.
2. Dewan komisaris tidak ada pengaruh atas *Return On Equity*.
3. Komite audit tidak ada pengaruh atas *Return On Equity*.

4. Komisaris independen tidak ada pengaruh atas *Return On Equity*.
5. Dewan direksi, dewan komisaris, komite audit, serta komisaris independen secara simultan tidak ada pengaruh atas *Return On Equity*.

### IMPLIKASI

Implikasi dari hasil studi ini adalah emiten dapat mengikutsertakan anggota dewan direksi pada program pelatihan yang dapat meningkatkan keterampilan dan mendukung pelaksanaan fungsi kerjanya. Adapun perusahaan sebaiknya juga mengevaluasi regulasi yang dimiliki terkait fungsi pengawasan sebagai tugas dewan komisaris dan komite audit agar pelaksanaan pengawasan bisa menjadi lebih efektif. Khususnya, pengawasan komisaris independen, tidak seharusnya menjadi terhambat karena pihak berkepentingan

### KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan pada penelitian ini adalah ruang lingkup studi hanya dilaksanakan pada perusahaan di indeks IDX30, hal ini menjadikan hasil penelitian tidak dapat disamaratakan terhadap objek lain. Adapun variabel yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan hanya ROE. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menggunakan variabel lain seperti ROA, ROS, dan NPM. Rentang periode pada penelitian ini terbilang singkat, yaitu periode 2018-2019, sehingga peneliti selanjutnya disarankan dapat menambah rentang periode pengamatan sehingga cakupan penelitian dapat menjadi lebih luas dan menghasilkan temuan baru.

### DAFTAR PUSTAKA

- Effendi, M. A. (2018). *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hantono. (2018). *Konsep Analisa Laporan Keuangan dengan Pendekatan Rasio dan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Irfani, A. S. (2020). *Manajemen Keuangan dan Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kho, S., & Prima, A. P. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akrab Juara*, 5(3), 116–128.
- Pratiwi, F. L., Susilawati, R. A. E., & Purwanto, N. (2016). Analisis Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 4(1).
- Prayanthi, I., & Laurens, C. N. (2020). Pengaruh Dewan Direksi, Komisaris Independen, dan Komite Audit Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Makanan dan Minuman. *Klabat Journal of Management*, 1(1), 66–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.31154/kjm.v1i1.450.66-89>
- Revita, M. L. D. E. (2018). Pengaruh GCG , CAR , LDR Terhadap Kinerja Keuangan Serta Harga Saham Perbankan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2).
- Rumapea, M. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Methodist*, 1(1), 45–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.46880/jsika.v1i1.4>
- Saribu, A. D., & Doloksaribu, M. (2020). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018). *Stindo Profesional Jurnal (STIPRO)*, VI(4), 168–

180.

Septiana, A. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Konsep dasar dan Deskripsi Laporan Keuangan*. Pamekasan: Duta Media Publishing.

## Analisis Harga Saham Dipengaruhi ROA, ROE, Dan NPM

Shylmi Filosoffiandini Bestari<sup>1</sup>, Taudlikhul Afkar<sup>2</sup>, Rina Fariana<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : [shylmifilosoffi27@gmail.com](mailto:shylmifilosoffi27@gmail.com)<sup>1</sup>, [fareeyna@gmail.com](mailto:fareeyna@gmail.com)<sup>3</sup>

Koresponden : [afkar@unipasby.ac.id](mailto:afkar@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

*Studi ditujukan untuk mengetahui pengaruh ROA, ROE dan NPM pada harga saham industri makanan serta minuman pada Bursa Efek Indonesia 2014 hingga 2019. Data yang digunakan dalam industri makanan dan minuman selama periode 2014 hingga 2019 adalah informasi sekunder dari Bursa Efek Indonesia. Analisa regresi linier berganda yang memakai aplikasi SPSS 20 dipergunakan perihal analisa data. Hasil penelitian membuktikan bahwasanya beberapa variabel ROA mempunyai pengaruh negatif dan signifikan pada harga saham. ROE mempunyai dampak negatif serta tidak signifikan pada harga saham. NPM mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada harga saham. Sebaliknya, variabel ROA, ROE, dan NPM memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap harga saham secara bersamaan.*

*Kata kunci: ROA, ROE, NPM, Harga Saham*

### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of ROA, ROE and NPM on stock prices of the food and beverage industry on the Indonesia Stock Exchange 2014 to 2019. The data used in the food and beverage industry during the period 2014 to 2019 is secondary information from the Indonesia Stock Exchange. The analytical method used is multiple linear regression analysis using the SPSS 20 application tool. The results prove that several ROA variables have a negative and significant effect on stock prices. ROE has a negative and insignificant impact on share prices. NPM has a positive and significant effect on stock prices. In contrast, the variables ROA, ROE, and NPM have a positive and significant effect on stock prices simultaneously.*

*Keywords: ROA, ROE, NPM, Stock Price*

### PENDAHULUAN

Harga saham ialah keberlangsungan harga di pasar saham saat kurun waktu yang disahkan pelaksana pasar dan permintaan serta penawaran terhadap saham perihal keberadaan dalam pasar modal (Hartono, 2017:141). Salah satu aspek yang bisa mempengaruhi besar kecilnya harga saham ialah kinerja keuangan. Bila kinerja keuangan dalam sesuatu industri lumayan baik, sehingga hendak berdampak tingginya nilai perusahaan. Semakin besar harga saham, berimplikasi pada besarnya nilai perusahaan, dan berlaku pula pada kondisi sebaliknya. Kinerja keuangan perusahaan bisa diukur melalui rasio profabilitas. Rasio profitabilitas ialah penggunaan proporsi guna pengukuran keahlian perusahaan perihal mendapatkan *profit* dan bisa digunakan untuk mengukur tingkatan efektivitas manajemen dalam industri (Kasmir, 2017:196). Rasio profitabilitas yang universal dipergunakan tersusun atas: Return On Assets (ROA), Return On Equity, (ROE), serta Net Profit Margin (NPM).

*Return On Assets* digunakan dalam memperlihatkan kapabilitas perusahaan perihal memperoleh *profit* melalui seluruh penggunaan *total asset*. Menurut Hery (2015:228) Semakin tinggi taraf pengembalian aset maka kapabilitas perusahaan guna menghimpun keuntungan jua akan meninggi, yang akan menarik investor guna menginvestasikan kepemilikan modal pada perusahaan. Tingginya pengembalian aset akan berdampak dalam kenaikan harga saham

lantaran banyaknya investor yang percaya & tertarik buat menanamkan modalnya pada perusahaan. Besarnya taraf pengembalian aset bisa mencerminkan taraf pengembalian yang tinggi bagi investor, lantaran bisa memberikan taraf pengembalian yang tinggi pada investor, yang akan menaikkan kuotasi pasar modal dan mengakibatkan harga saham yang tinggi. Selaras terhadap studi terdahulu yang dilaksanakan Indrawati, Damayanti, Syakur (2016) memperlihatkan bahwasanya tingkat pengembalian aset mempunyai pengaruh signifikan dan positif atas harga saham.

*Return On Equity* ialah proporsi yang dipergunakan guna pengukuran proporsi *net profit* terhadap modal perusahaan. Pengembalian ekuitas adalah ukuran keuntungan yang dibuat oleh pemilik modal yang menginvestasikan modal di suatu perusahaan. (Harahap, 2015:305). Pengembalian ekuitas yang lebih tinggi mampu merefleksikan performa dan baiknya kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya operasi, serta profitabilitas perusahaan, yang nantinya menyajikan tingginya *return rate* bagi investor, sehingga berimplikasi pada tingginya ketertarikan investor perihal pelaksanaan investasi di perusahaan. Tingginya *return on equity* berimplikasi pada timbulnya kesempatan untuk memperoleh keuntungan. Tingginya *return on equity* berimplikasi pada peningkatan demand atas saham di pasar modal, berimplikasi pada terjadinya kenaikan atas harga saham. Selaras terhadap studi yang dilaksanakan Marzuki dan Akhyar (2019) diketahui bahwasanya *return on equity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap harga saham.

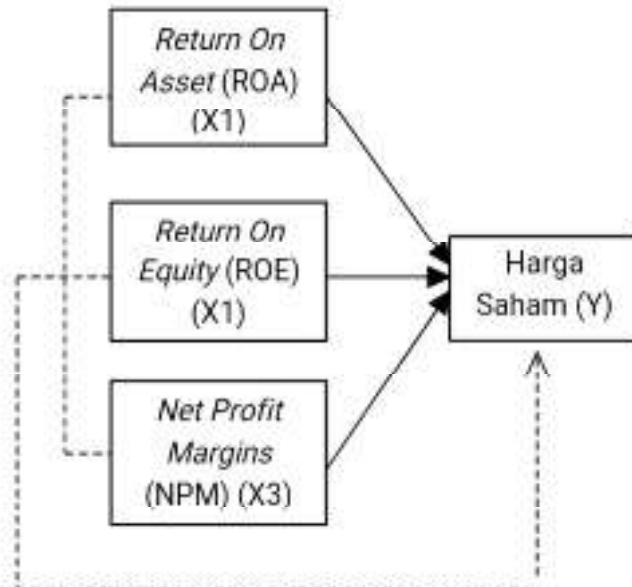
Margin laba bersih atau NPM ialah penggunaan proporsi guna pengukuran kapabilitas Perusahaan dalam menghimpun keuntungan atas tiap-tiap *sales* yang dilakukan perusahaan (Murhadi, 2015:64). Margin laba bersih yang lebih tinggi dapat lebih merefleksikan kapabilitas perusahaan untuk menghimpun laba melalui tingginya taraf penjualan dan kemampuan perusahaan untuk mengurangi biaya, maka margin laba bersih akan meningkatkan daya tarik calon investor perusahaan. Seiring dengan meningkatnya *demand* atas saham di pasar modal, itu mampu berimplikasi pada peningkatan harga saham. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya performa perusahaan cukup efektif yang berimplikasi pada tertariknya investor agar berinvestasi di perusahaan. Semakin besar margin laba bersih, berimplikasi pada tingginya *demand* saham di pasar modal semakin tinggi, yang berakhir dalam peningkatan harga saham. Hal tersebut sejalan terhadap studi Dewi dan Hidayat (2017) memperlihatkan bahwasanya margin laba bersih mempunyai efek signifikan serta positif pada harga saham.

Hal tersebut memperoleh dukungan pula atas adanya teori sinyal yang menjelaskan bahwasanya perusahaan harus menyajikan informasi laporan keuangan pada investor. Teori sinyal juga memberikan informasi pada investor guna merancang keputusan investasi. Jikalau informasi yang dihasilkan bertanda positif maka informasi tersebut akan memperlihatkan tanda-tanda positif. Kebalikannya juga benar, jika informasi yang dihasilkan negatif, informasi tersebut ditampilkan sebagai sinyal negatif. Jika sinyal dari perusahaan merupakan sinyal positif maka investor memiliki minat dalam menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut. Sebaliknya jika perusahaan yang disediakan oleh perusahaan adalah sinyal negatif, investor tidak akan tertarik berinvestasi di perusahaan. Informasi ini akan dipakai investor menjadi landasan dalam merancang keputusan dalam berinvestasi. Dan investasi ini juga dapat mempengaruhi penilaian investasi yang akan berimplikasi pada tepi harga saham. Aspek yang melandasi penelitian ini dilakukan karena investor dapat menganalisis kinerja keuangan perusahaan untuk menjadi pilihan dan sebagai pertimbangan untuk berinvestasi, yang dapat dilihat dalam kinerja keuangannya. Kinerja keuangan tercermin dalam rasio keuangan yang menggambarkan buruknya kondisi keuangan di sebuah perusahaan. Jika ROA, ROE, dan NPM tinggi, baiknya kondisi perusahaan serta hendak memperoleh harga saham yang tinggi berimplikasi pada dijadikannya pilihan investor dalam berinvestasi. Tujuan studi ini ialah guna untuk mengetahui

pengaruh pengembalian aset (ROA), pengembalian ekuitas (ROE), serta margin atas *net profit* (NPM) secara parsial maupun secara bersamaan pada harga saham.

### Kerangka Konseptual

Gambar 1. Kerangka Konseptual



### Hipotesis

- H<sub>1</sub> = ROA berpengaruh signifikan terhadap harga saham
- H<sub>2</sub> = ROE berpengaruh signifikan terhadap harga saham
- H<sub>3</sub> = NPM berpengaruh signifikan terhadap harga saham
- H<sub>4</sub> = ROA, ROE, dan NPM berpengaruh signifikan terhadap harga saham

### Metode Penelitian

Metode kuantitatif dieprgunakan karena perolehan data bersumber melalui data pembantu dengan menggunakan angka. Populasi penelitian adalah 30 perusahaan makanan serta minuman. Teknik purposive sampling dipergunakan perihal penarikan sampel berdasarkan penetapan standar: (1) perusahaan makanan serta minuman ter-register di BEI selama 2014-2019; (2) perusahaan yang melakukan penerbitan laporan keuangan selama 2014-2019 (3) sektor pangan dan minuman Perusahaan yang memiliki jumlah laba rata-rata di atas Rp. 829.693.285 selama periode 2014-2019. Dari penentuan kriteria perihal penentuan sampel, diperolehnya sampel berupa 6 perusahaan yang memenuhi standar. Analisis regresi linier berganda dipergunakan guna menelaah data yang ada. Analisis regresi linier berganda ialah regresi dengan satu variabel serta dua variabel bebas ataupun lebih.(Sugiyono, 2019:192). Penggunaan analisis ditujujuka perihal pengujian atas pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan kepemilikan hubungan signifikan atau tidak signifikan.

Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

**Tabel 1**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,830
Normal Q-Q Plot	
Skewness	0,112
Kurtosis	0,184
Maximum Absolute Difference	0,041
Difference Between	0,041
Positive and Negative	0,041
Kolmogorov-Smirnov Z	0,664
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,504

Sumber: Data diolah (Output SPSS) versi 20

Tabel 1 menyatakan bahwasanya *output* atas uji normalitas dari ROA, ROE, NPM dan harga saham dapat dilihat dari Asimp. Sig. (2-tailed) adalah  $0,830 > 0,05$ . Hal tersebut mampu dipahami bahwasanya, data panggilan normal dan model regresi memiliki kelayakan dalam penggunaannya sebab sudah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

**Tabel 2**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
ROA	,373	2,681
ROE	,227	4,414
NPM	,337	2,971

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Tabel 2 menyatakan bahwasanya hasil uji multicollinearity variabel ROA (X<sub>1</sub>), ROE (x<sub>2</sub>), NPM (x<sub>3</sub>) dapat dilihat dari nilai VIF pada ROA 2,681, ROE 4.414 dan NPM 2.971 yang merupakan nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Sementara nilai toleransi pada ROA 0,373, ROE 0,227 dan NPM 0,337 di mana nilai toleransi lebih besar dari 0,10. Hal ini mengindikasikan bahwasanya, pada studi tidak menunjukkan gejala multicollinearity dalam model regresi. Memperlihatkan pula bahwasanya penggunaan model regresi sudah memenuhi asumsi bebas multikolinieritas. Bermakna pula bahwasanya variabel independen adalah ROA, ROE, dan NPM secara bebas serta tidak ada hubungan.

c. Uji Autokorelasi

**Tabel 3**  
**Uji Autokorelasi**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.687 <sup>a</sup>	.473	.423	2,76661	2,136

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Tabel 3 menyatakan bahwasanya hasil tes autokorelasi terlihat pada nilai DW 2.136. Dengan nilai yang dihasilkan dapat ditafsirkan bahwasanya tidak ada autokorelasi atas pemakaian variabel pada penelitian ini. Bermakna pula bahwasanya pada model regresi linier varian sampel dapat menggambarkan varian populasi.

d. Uji Heterokedastisitas

**Tabel 4**  
**Uji Heterokedastisitas**

Model	T	Sig.
(Constant)	31,290	,000
ROA	1,483	,148
ROE	,761	,452
NPM	-1,795	,082

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Tabel 4 menyatakan bahwasanya hasil tes heterokedastisitas dilakukan oleh uji GlejSer variabel ROA, ROE, dan NPM dapat dilihat dari nilai signifikan yaitu ROA 0,148, ROE 0,082, dan NPM 0,082 Yang merupakan nilai signifikan > 0,05, ini ditafsirkan jika dalam model regresi ini tidak ada heterocedastisitas, yang berarti bahwasanya nilai residu dalam model regresi ini adalah homocedasticity atau memenuhi tes heterokedastisitas. Sehingga model regresi linier tidak dapat terjadi perbedaan varian dan satu pengamatan kembali dengan pengamatan lain.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 5**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	9,267	,777
ROA	-1,146	,301
ROE	,310	,281
NPM	,096	,282

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Tabel 4 menyatakan bahwasanya persamaan regresi linier berganda terlihat demikian :

$$Y = 9,267 - 1,146 X_1 + 0,310 X_2 + 0,096 X_3 + 0,777$$

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

**Tabel 6**  
**Hasil Pengujian Uji t**

Model	T	Sig.
(Constant)	11,934	,590
ROA	-3,331	,002
ROE	0,812	,423
NPM	3,606	,001

Tabel 6 menyatakan hasil uji t bahwasanya :

1.  $H_1$  = Hasil pengujian ROA didapatkan nilai t hitung -3,333 dan nilai t tabel senilai 2,03452 (-3,331 < 2,03452). Nilai signifikansi 0,002 (0,002 < 0,05). Sehingga mampu dieksplanasikan bahwasanya tingkat pengembalian aset mempunyai pengaruh negatif serta signifikan terhadap harga saham
2.  $H_2$  = Berlandaskan hasil pengujian ROE didapatkan nilai t hitung 0.812 dan nilai t tabel 2.03452 (0.812 < 2.03452). Nilai signifikansi 0,423 (0,423 > 0,05). Maka dapat dijelaskan bahwasanya return on equity tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham.
3.  $H_3$  = NPM dari hasil perhitungan, didapatkan nilai  $t_{hitung}$  senilai 3,606 dan  $t_{tabel}$  senilai 2,03452 (3,606 > 2,03452). Sedangkan nilai signifikan diperoleh senilai 0,001 (0,001 < 0,05). Mampu dimaknai bahwasanya NPM mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap harga saham.

b. Uji F

**Tabel 7**  
**Hasil Pengujian Uji f**

Model	R	Sig.
Regresi Linier	,956	,000
Totol		

Sumber : Data diolah (Output SPSS) versi 20

Tabel 7 menyatakan hasil uji f bahwasanya  $H_4$  = ROA, ROE, dan NPM mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham. Berlandaskan hasil  $f_{hitung}$  senilai 9,560 serta  $f_{tabel}$  senilai 2,90 (9,560 > 2,90) sedangkan nilai signifikan adalah 0,00 (0,00 < 0,05). Mampu ditarik konklusi bahwasanya ROA, ROE, dan NPM mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham.

## Pembahasan

### Pengaruh ROA Terhadap Harga Saham

Hasil pengujian hipotesis dari ROA memperlihatkan *output* bahwasanya ROA mempunyai pengaruh negatif serta signifikan pada harga saham. Hal tersebut terlihat dari adanya nilai koefisien ROA yang membuktikan bahwasanya pengaruh ROA pada harga saham berlawanan arah yang ditunjukkan oleh tanda negatif. Oleh karena itu, mampu ditarik konklusi bahwasanya jikalau terjadi peningkatan atas ROA maka terjadi pula penurunan atas harga saham. Hasil dari pengujian ini selaras terhadap pelaksanaan studi Baktiar, Asmirantho, Azhar (2019) yang memperlihatkan *output* bahwasanya ROA memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut juga didukung oleh teori sinyal yang menunjukkan tanda-tanda yang telah diberikan oleh perusahaan kepada investor sebagai informasi tentang prospek perusahaan. Sinyal yang diberikan adalah dalam bentuk informasi perihal tindakan yang sudah dilaksanakan perusahaan guna perwujudan keinginan para investor. Dalam hal ini dapat membantu calon investor mempertimbangkan untuk membuat keputusan untuk berinvestasi di perusahaan. Calon investor dapat melihat apakah sinyal yang disediakan oleh perusahaan adalah sinyal positif atau sinyal negatif. Jika sinyal yang diberikan oleh perusahaan menunjukkan sinyal positif, calon investor harus sesegera mungkin untuk berinvestasi di perusahaan sebelum harga saham menjadi naik, karena sinyal positif yang ditunjukkan oleh perusahaan akan meningkatkan daya tarik calon investor agar berinvestasi di perusahaan, lalu berimplikasi pada peningkatan harga saham sebab banyaknya *demand* atas saham di pasar modal. Dan apabila pemberian sinyal oleh perusahaan merupakan sinyal yang negatif, maka sebaiknya calon investor perlu mempertimbangkan lagi untuk tidak menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut karena pertimbangan akan adanya resiko yang tinggi.

### Pengaruh ROE Terhadap Harga Saham

Output dalam uji hipotesis dari ROE memperlihatkan *output* bahwasanya ROE tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada harga saham. Hal tersebut terlihat dari koefisien ROE yang menunjukkan bahwasanya tidak adanya pengaruh ROE pada saham. Hasil yang diperoleh dari pengujian sejalan terhadap studi Egam, Ilat, dan Pangerapan (2017) yang memperlihatkan bahwasanya ROE tidak mempunyai pengaruh pada harga saham. Hal tersebut selaras bersama teori sinyal yang mengeksplanasikan alasan perusahaan harus memiliki motivasi guna menunjukkan informasi tentang laporan keuangan di investor. Apabila informasi yang dihasilkan positif, maka informasi tersebut menunjukkan sinyal yang positif. Begitu pun sebaliknya apabila informasi yang dihasilkan negatif, maka informasi tersebut menunjukkan sinyal negatif. Dari sinyal-sinyal inilah calon investor dapat mempertimbangkan keputusan sebelum berinvestasi.

Calon investor perlu mempertimbangkan keputusannya untuk berinvestasi setelah memperoleh sinyal-sinyal yang telah diberikan oleh perusahaan. jika sinyal yang didapat adalah sinyal yang positif maka investor harus sesegera mungkin agar menanamkan modalnya kepada perusahaan, karena semakin baik ROE dapat menunjukkan adanya sinyal yang positif bagi calon investor. Karena besarnya ROE dapat mencerminkan tingginya tingkat pengembalian keuntungan terhadap investor. Hal tersebut berlaku pula pada kondisi yang berlawanan, sebab dapat memungkinkan rendahnya tingkat pengembalian keuntungan bagi para investor.

### Pengaruh NPM Terhadap Harga Saham

Hasil pengujian hipotesis NPM dalam pengujian memperlihatkan bahwasanya NPM mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada harga saham. Aspek inilah mampu dijelaskan

dalam nilai koefisien NPM yang membuktikan bahwasanya pengaruh NPM pada harga saham yang ditunjukkan oleh tanda positif. Jadi dalam hal ini dapat disimpulkan jika NPM meningkat, itu nantinya berimplikasi pula pada kenaikan harga saham. Hasil yang diperoleh dari studi selaras terhadap hasil studi Ramadhani (2017) yang memperlihatkan bahwasanya NPM mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap harga saham. Hasil dalam pengujian selaras pula terhadap teori sinyal yang menyediakan informasi bagi investor yang nantinya dipergunakan perihal landasan pertimbangan saat pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Jika informasi positif, maka informasi menunjukkan sinyal positif. Yang nantinya dapat digunakan sebagai informasi sebelum membuat keputusan untuk berinvestasi. Setelah calon investor mengetahui sinyal yang diberikan perusahaan merupakan sinyal yang positif. Sebaiknya calon investor segera menanam modalnya pada perusahaan. Karena jika NPM semakin besar, itu adalah sinyal positif bagi calon investor yang akan menyebabkan keahlian perusahaan untuk menghasilkan laba melalui penjualan dianggap cukup baik. Hal ini memperlihatkan bahwasanya performa perusahaan cukup produktif, sehingga nantinya mampu menarik investor agar menanamkan modalnya pada perusahaan.

### **Pengaruh ROA, ROE, Dan NPM Terhadap Harga Saham**

Hasil pengujian hipotesis ROA, ROE, NPM pada studi memperlihatkan bahwasanya secara bersamaan ROA, ROE, NPM mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap harga saham. Hal tersebut mampu dipertunjukkan melalui koefisien ROA, ROE, NPM yang membuktikan bahwasanya ROA, ROE, pengaruh NPM pada harga saham yang ditunjukkan oleh tanda-tanda positif. Jadi dalam hal ini dapat disimpulkan jika ROA, ROE, NPM dapat menghasilkan peningkatan harga saham. Hasil dari pengujian ini sejalan terhadap studi Indrawati, Damaryanti, Syakur (2016) yang menunjukkan hasil yang ROA, ROE, NPM secara bersamaan mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan pada harga saham. Selaras terhadap teori sinyal yang menjelaskan bahwasanya kondisi pasar sangat dipengaruhi oleh sinyal atau tanda-tanda yang telah diberikan perusahaan yang nantinya akan ditangkap oleh calon investor. Calon investor akan menunjukkan respon dengan bermacam-macam cara salah satunya dengan melakukan pembelian saham yang dijual ataupun tidak memberikan respon seperti menunggu serta menyaksikan perkembangan terkini lalu melakukan tindakan. Sebelum berinvestasi pada calon investor akan melihat apakah sinyal yang diberikan oleh perusahaan adalah sinyal positif ataupun negatif. Karena sinyal ini nantinya digunakan sebagai calon investor sebagai pertimbangan untuk berinvestasi atau tidak.

### **Simpulan**

1. ROA mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap harga saham. Mampu ditafsirkan bahwasanya lebih tingginya ROA berimplikasi pada lebih rendahnya harga saham. Kondisi ini menunjukkan bahwasanya perusahaan semakin rendah dalam memperoleh keuntungan melalui aset yang digunakan, ini akan memengaruhi harga saham menjadi rendah.
2. ROE tidak mempunyai pengaruh signifikan pada harga saham. Mampu dipahami bahwasanya tidak ada pengaruh antara ROE pada harga saham. Keadaan tersebut menunjukkan bahwasanya besar atau kecilnya perusahaan ketika menghimpun keuntungan melalui modalnya tidak berpengaruh pada harga saham.

3. NPM memiliki pengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Artinya semakin tingginya NPM berimplikasi pada semakin tingginya harga saham. Keadaan ini memperlihatkan bahwasanya semakin tingginya profitabilitas perusahaan melalui taraf sales maka nantinya berdampak pada tingginya harga saham.
4. ROA, ROE dan NPM secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Dapat dijelaskan bahwasanya ROA, ROE dan NPM nantinya memberikan pengaruh atas naik turunnya harga saham. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwasanya perusahaan memakai aset, penjualan serta modal sendiri yang dimiliki perusahaan guna memperoleh laba yang lebih tinggi supaya berpengaruh terhadap fluktuasi harga saham.

### Implikasi

ROA mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan pada harga saham. Keadaan inilah mampu menghambat investor agar berinvestasi pada perusahaan sehingga mengakibatkan rendahnya harga saham.

1. ROE tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga saham, Jadi keadaan ini dapat menyebabkan investor yang tidak tertarik dan tidak akan berinvestasi di perusahaan akan menyebabkan harga saham turun.
2. NPM mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap harga saham, sehingga dalam konteks tersebut akan menyebabkan peningkatan daya tarik investor untuk investasi
3. ROA, ROE, dan NPM memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap harga saham, sehingga kepercayaan investor perihal pelaksanaan investasi pada perusahaan meningkat. Mampu menaikkan permintaan saham pasar modal pada masa mendatang.

### Keterbatasan Penelitian

1. Ada variabel lain yang akan memberikan pengaruh atas harga saham yang tidak digunakan pada studi ini.
2. Data yang digunakan dalam bentuk laporan keuangan selama 6 tahun untuk periode 2014 hingga 2019.
3. Studi hanyalah melaksanakan pengujian faktor internal perusahaan dengan kapabilitas memberikan pengaruh atas harga tindakan sehingga peneliti tidak membuktikan faktor eksternal.

### Daftar Pustaka

- Baktiar, M., Asmirantho, E., & Azhar, Z. (2019). *Pengaruh Return on Equity (ROE), Return on Asset (ROA), Net Profit Margin (NPM), Gross Profit Margin (GPM), Current Ratio (CR), Dan Debt To Equity Ratio (DER), Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Sub Sektor Hotel, Restoran Dan Pariwisata Yang Terdaftar. 05.*
- Dewi, S. P., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Net Profit Margin dan Return on Assets terhadap Harga Saham pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilman*, 1(1), 1–10.
- Egam, G. E. Y., Ilat, V., & Pangerapan, S. (2017). Pengaruh Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham Perusahaan Yang Tergabung Dalam Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*,

5(1).

- Harahap, S. S. (2015). Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Hartono, J. (2017). Teori Portofolio dan Analisis Investasi. *Yogyakarta: BPFE*.
- Hery. (2015). Analisis Laporan Keuangan Pendekatan Rasio Keuangan. *Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)*.
- Indrawati, L., Damaryanti, N., & Syakur, A. S. (n.d.). Pengaruh Earnings per Share (EPS), Return on Equity (ROE), Return on Assets (ROA), dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham. *Prosiding SNA MK*.
- Kasmir. (2017). Analisis Laporan Keuangan. *Jakarta: PT Rajagrafindo Persada*.
- Marzuki, Marzuki, Akhyar, C. (2019). PENGARUH RETURN ON EQUITY , DEBT TO EQUITY RATIO , DAN SIZE Jurnal Bisma Pendahuluan. *Bisnis Dan Manajemen, 13(1), 27–36*.
- Murhadi, W. R. (2015). Analisis Laporan Keuangan, Proyeksi dan Valuasi Saham. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Ramadhani, F. H., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Debt To Equity Ratio (DER), Return On Equity (ROE), Dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Harga Saham Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Profita, 5(8), 1–13*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*. Bandung.

## Analisis Penghindaran Pajak Dipengaruhi Tingkat *Leverage*, Profitabilitas dan Likuiditas

Wilyams Maks Tutuhunewa<sup>1</sup>, Taulikhul Afkar<sup>2</sup>, Rina Fariana<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : [wilyamsmakstutuhunewa1996@gmail.com](mailto:wilyamsmakstutuhunewa1996@gmail.com)<sup>1</sup>, [rinafariana@unipasby.ac.id](mailto:rinafariana@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>

Koresponden : [afkar@unipasby.ac.id](mailto:afkar@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penghindaran pajak pada perusahaan LQ45 yang dipengaruhi oleh *leverage*, profitabilitas dan likuiditas. Populasi dan sampel penelitian ini adalah laporan keuangan 21 perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji F. Hasil penelitian menyatakan secara parsial penghindaran pajak dipengaruhi oleh *leverage*, sementara profitabilitas dan likuiditas tidak mempengaruhi penghindaran pajak. Penghindaran pajak dipengaruhi oleh *leverage*, profitabilitas dan likuiditas secara simultan.

**Kata kunci:** *Leverage*, Profitabilitas, Likuiditas, Penghindaran Pajak

### ABSTRACT

This study aims to determine the effect of *leverage* as measured by DER, profitability as measured by ROA and liquidity measured by CR on tax avoidance as measured by CETR on LQ45 companies. The population and sample of this study are the financial statements of 21 LQ45 companies registered in IDX. The data analysis techniques used are classic assumption test, multiple linear regression, T test and F test. The results of the study stated partially *leverage* have a significant effect on tax avoidance, while profitability and liquidity have no effect on evasion. Simultaneously *leverage*, profitability and liquidity have a significant effect on tax avoidance.

**Keywords:** *Leverage*, Profitability, Liquidity, Tax Avoidance

## PENDAHULUAN

Penghindaran pajak merupakan bagian dari rencana perpajakan yang bertujuan untuk meminimalkan pembayaran pajak (Nursehah & Yusnita, 2019). Aspek yang memicu industri untuk melaksanakan penghindaran pajak yaitu subjek pajak dan/atau objek pajak yang diahlihan ke negara yang memberikan *tax haven country* atas sesuatu tipe pemasukan dan upaya mempertahankan substansi ekonomi dari transaksi lewat pemilihan resmi yang membagikan beban pajak yang sangat kecil ( resmi tax planning) (Cahyono et al., 2016). Sedangkan menurut Handayani & Mildawati (2018), terjadinya penghindaran pajak dilatarbelakangi oleh adanya perusahaan berupaya menjauhi pajak baik secara sah ataupun ilegal, industri berupaya kurangi beban pajak baik secara sah ataupun ilegal dan apabila kedua langkah tadinya tidak bisa dicoba, sehingga wajib pajak harus membayar pajak tersebut.

Terjadinya penghindaran pajak ini dapat mengindikasikan bahwa target pemerintah dalam penerimaan pajak akan rendah. Perihal ini bisa dilihat dari informasi laporan kinerja Direktorat Jenderal Pajak pada tahun 2017 penerimaan 89,67%, pada tahun 2018 mengalami kenaikan 92,23% dan pada tahun 2019 terjadi penurunan 84,44%. Walaupun pada tahun 2018 penerimaan pajak mengalami kenaikan 89,67%, namun sebenarnya pemerintah tidak mencapai target yang telah

ditetapkan sebesar 1.424,00 triliun. Hal ini membuktikan bahwa masih banyak perusahaan yang masih belum patuh terhadap pajak dan cenderung melakukan penghindaran pajak.

Kasus penghindaran pajak yang terjadi pada PT Adaro Energy tahun 2019 dengan *transfer pricing* melalui melarikan pendapatan dan laba ke anak perusahaannya di Singapura sehingga bisa memencet pajak yang hendak dilunaskan kepada pemerintah Indonesia. Perihal ini dicoba dengan metode menjual batu bara dengan harga yang murah ke anak industri, sehingga bisa dijual lagi dengan harga yang lebih besar. PT Adaro Energy diindikasikan mengurangi biaya pajak 14 juta dolar AS per tahun dari harga yang seharusnya dibayarkan kepada pemerintah Indonesia sebesar 125 juta dolar AS (Fionasari et al., 2020). Tidak hanya itu permasalahan penghindaran pajak yang diterbitkan oleh Kompas. id pada tahun 2020 melaporkan masih banyak industri yang melaksanakan penghindaran pajak lewat menyembunyikan *asset* di luar negara. Terdapat 1.300 triliun yang terdeteksi oleh sistem AEOI yang melakukan penghindaran pajak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa permasalahan penghindaran pajak akan terus menjadi fenomena yang tidak ada ujungnya dan tanpa adanya penyelesaian.

Fenomena penghindaran pajak yang terjadi dapat dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dalam mengelola aktiva yang dapat dicerminkan melalui profitabilitas. Tingkat profitabilitas menyatakan kesanggupan industri atau perusahaan dalam memakai aktiva untuk membuahkan laba atau profit yang diketahui dengan pengukuran ROA (Ayuningtyas & Sujana, 2018). Pengukuran ROA yang tinggi akan menghasilkan tingginya profit, maka industri cenderung melaksanakan penghindaran pajak. Perihal ini disebabkan bila laba yang diperoleh industri bertambah, maka jumlah pajak pemasukan pula hendak bertambah (Ayuningtyas & Sujana, 2018). Tidak hanya itu industri hendak berfungsi aktif buat mengelola asetnya dengan memakai pengeluaran penyusutan serta amortisasi selaku pengurangan pemasukan kena pajak serta bisa kurangi besarnya pajak yang hendak dibayarkan (Fionasari et al., 2020).

Kebijakan pendanaan yang mencerminkan perusahaan melakukan penghindaran pajak yaitu kebijakan *leverage*. *Leverage* bisa digunakan buat mengukur hutang yang dipakai industri dalam melaksanakan pembiayaan. Industri memakai *leverage* untuk mendapatkan profit yang lebih besar dari sumber dana serta bayaran *asset*, sehingga profit yang diperoleh *stockholder* bertambah (Lestari & Putri, 2017). Perihal inilah yang jadi alibi untuk industri buat memilah pemakaian hutang selaku sumber dananya. Hutang yang dipunyai industri hendak menimbulkan bunga yang harus dilunasi pihak ketiga (Lestari & Putri, 2017). Adanya pembayaran *interest* merupakan elemen penurunan profit yang diterima industri, bunga yang terjadi dapat meminimalkan besaran pajak dan dapat meningkatkan profit industri (Lestari & Putri, 2017). Ayuningtyas & Sujana (2018) Industri hendak menggunakan hutang buat mengoptimalkan nilai industrinya sebab hutang dapat memunculkan beban bunga yang dimana beban bunga ini merupakan salah satu bagian dari beban yang bisa kurangi pemasukan kena pajak, sehingga industri hendak lebih sedikit membayar pajaknya.

Rasio keuangan yang mengukur keahlian perusahaan atau industri untuk melunasi seluruh hutang lancar adalah rasio likuiditas (Cahyantia et al., 2017). Rasio likuiditas ialah keahlian industri dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan memakai *currency asset* (harta lancar) industri sesuai dengan tepat waktu yang hendak dibayar (Stiawan & Sanulika, 2018). Besarnya tingkat likuiditas pada industri menunjukkan bahwa industri mampu melunasi pajak. Kebalikannya, bila tingkatan likuiditas rendah maka industri cenderung tidak patuh. Selain itu menurut Wijaya et al., (2021) menyatakan besarnya rasio likuiditas menunjukkan industri tersebut dalam keadaan sehat, sehingga tingkatan profit yang didapatkan hendak besar dan mempunyai peningkatan modal yang

besar pula, sehingga industri berupaya membagikan profit periode berjalan ke periode selanjutnya untuk menghindari pelunasan pajak yang besar.

Perilaku menghindari pembayaran pajak inilah yang menjadi dasar dalam penelitian ini dengan mengambil peluang dari setiap rasio keuangan baik rasio *leverage*, profitabilitas dan likuiditas yang bertujuan untuk membayar pajak dengan jumlah yang kecil. Oleh sebab itu, penelitian saat ini tertarik untuk mengkaji penghindaran pajak yang dipengaruhi oleh tingkatan *leverage* profitabilitas dan likuiditas. Sehingga harapannya adalah dapat membangun kesadaran perusahaan dalam mematuhi atau taat terhadap pajak dan mendukung program pemerintah dalam mensejahterakan masyarakat.

## METODE

Populasi dalam penelitian ini menggunakan perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI periode 2017-2019. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 21 perusahaan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan berupa data kuantitatif dengan sumber data sekunder yang diperoleh dengan cara dokumentasi berupa laporan keuangan perusahaan LQ45.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Namun sebelum itu perlu terlebih dahulu menguji asumsi kalsik yang bertujuan untuk membuktikan data yang diambil sudah terpenuhi melalui kriteria-kriteria yang terdapat dalam uji asumsi kalsik (Afkar, 2016).

## Definisi Operasional Variabel

### Variabel bebas

1. *Leverage* adalah kemampuan industri untuk melunasi semua hutang (Barli, 2018). Indikator dalam mengukur *leverage* yaitu *DER* dengan rumusnya yaitu:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

2. Profitabilitas adalah kemampuan industri untuk menghasilkan laba dari total aset industri (Triyanti et al., 2020). Indikator dalam mengukur profitabilitas yaitu *ROA* dengan rumusnya yaitu:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

3. Likuiditas adalah kemampuan industri untuk melunasi hutang lancar (Cahyantia et al., 2017). Indikator dalam mengukur likuiditas yaitu *CR* dengan rumusnya yaitu:

$$CR = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

### Variabel terikat

Penghindaran pajak ialah aksi sesuatu industri dalam menjauhi pajak secara sah yang tidak melanggar peraturan perpajakan (Ayuningtyas & Sujana, 2018). Indikator dalam mengukur penghindaran pajak yaitu *CETR* dengan rumusnya yaitu:

$$CETR = \frac{\text{Pembayaran PPh}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

HASIL

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas

Tabel 1 Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.17365224
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.071
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

Uji normalitas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $Y$  yang dapat dilihat pada *Asymp. Sig. (2-tailed)* dengan nilai  $0.200 > 0,05$ . Sehingga bisa disimpulkan bahwa data yang dikumpulkan berdistribusi normal serta layak diteliti dalam analisis data.

- b. Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Leverage	.859	1.164
	Profitabilitas	.915	1.093
	Likuiditas	.934	1.070

Uji multikolinearitas dapat membuktikan tidak ada multikolinearitas pada setiap variabel. Hal ini dapat dibuktikan dengan VIF pada masing-masing baik  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3 > 1.0$ , serta nilai *tolerance* terbukti  $> 0.10$ .

c. Uji Autokorelasi

Tabel 3 Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.405 <sup>a</sup>	.164	.121	.178012	2.082

a. Predictors: (Constant), Likuiditas, Profitabilitas, Leverage

b. Dependent Variable: PenghindaranPajak

Uji ini membuktikan bahwa tidak terjalin autokorelasi pada tiap variabel yang digunakan hingga bisa menggambarkan varian dalam populasi. Hal ini sesuai dengan kriterianya yaitu  $1.65 < \text{nilai DW sebesar } 2.082 < 2.35$ .

d. Uji Heterokedasitas

Tabel 4 Uji Heterokedasitas

*Test of Homogeneity of Variance*

Levene Statistic	Sig.	Hasil
.519	.598	Homogen
.227	.798	Homogen
1.584	.322	Homogen
.053	.984	Homogen

Hasil uji heterokedasitas menunjukkan *levene statistic* yang signifikan  $> 0.05$  maka dapat disimpulkan tidak ada perbandingan atau perbedaan varian dengan kelompok sampel.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5 Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	.236	.069
	Leverage	.068	.032
	Profitabilitas	-.355	.245
	Likuiditas	-.015	.019

a. Dependent Variable: PenghindaranPajak

Regresi linear berganda pada tabel 5 menunjukkan persamaan  $Y = 0.236 + 0.068X_1 - 0.355X_2 - 0.015X_3 + 0.069$ . Berdasarkan tabel 3 diatas terdapat nilai nilai adjusted R square sebesar 0.164 atau 16.4%. Artinya *leverage*, profitabilitas dan likuiditas menjelaskan

pengaruh sebesar 16.4% sedangkan sisanya sebesar 83.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipaparkan dalam penelitian ini.

## Hasil Hipotesis

### 1. Uji t

Tabel 7 Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.431	.001
	Leverage	2.160	.035
	Profitabilitas	-1.450	.152
	Likuiditas	-.781	.438

Hasil uji t pada tabel 7 menunjukkan hasil hipotesis satu diterima dengan diperoleh *leverage* sebesar perhitungan  $t_{hitung} 2.160 > t_{tabel} 2.000$  dengan signifikan  $0.035 < 0.05$ . Sementara untuk hipotesis kedua dan hipotesis ketiga ditolak, dimana profitabilitas dengan  $t_{hitung} 1.450 < t_{tabel} 2.000$  dengan signifikan  $0.152 > 0.05$ , sementara likuiditas dengan  $t_{hitung} 0.781 < t_{tabel} 2.000$  dengan signifikan  $0.438 > 0.05$ .

### 2. Uji F

Tabel 8 Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.367	3	.122	3.858	.014 <sup>b</sup>
	Residual	1.870	59	.032		
	Total	2.238	62			

a. Dependent Variable: Penghindaran Pajak

b. Predictors: (Constant), Likuiditas, Profitabilitas, Leverage

Hasil uji F membuktikan hipotesis 4 diterima dengan hasil perhitungan dimana  $F_{hitung} 3.858 > F_{tabel} 2.76$  dengan signifikan  $0.014 < 0.05$ .

## PEMBAHASAN

Penghindaran pajak merupakan kemampuan perusahaan dalam menghindari pajak dengan cara pengelolaan beban pajaknya, sehingga industri dapat melunasi pajak dalam jumlah yang kecil.

Apabila penghindaran pajak jika dilakukan terus berlanjut maka akan berdampak kepada pemerintah dan perusahaan itu sendiri, karena pemerintah sendiri akan kesulitan dalam memperoleh sumber pendapatan yang digunakan untuk pembangunan nasional negara dan sebagai bentuk mendukung rencana pemerintah dalam mensejahterakan masyarakat (Utari & Supadmi, 2017). Sedangkan untuk perusahaan jika melakukan penghindaran pajak maka nama baik perusahaan akan buruk di mata masyarakat (Ayuningtyas & Sujana, 2018). Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan hasil dari penghindaran pajak yang dipengaruhi tingkatan leverage, profitabilitas serta likuiditas terhadap penghindaran pajak.

*Leverage* yang diukur dengan DER membuktikan pengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Prihal ini menunjukkan tingginya *leverage* maka perusahaan menjurus melaksanakan penghindaran pajak. Cara perusahaan melaksanakan penghindaran pajak melalui mengambil hutang dalam jumlah yang besar akibatnya membuat beban *interest* menjadi tinggi, dan beban yang tinggi ini dapat mengurangi beban pajak yang akan dilunaskan. Sebagaimana dinyatakan oleh Lestari & Putri (2017) bahwa hutang yang digunakan dapat memenuhi kebutuhan pendanaan perusahaan. Hal ini dikarenakan hutang dapat menghasilkan keuntungan yang besar kepada perusahaan. Hutang yang digunakan menimbulkan beban bunga yang harus dibayarkan dan beban bunga inilah yang dapat membuat beban pajak menjadi kecil.

Penghindaran pajak tidak dipengaruhi tingkat profitabilitas dan likuiditas secara simultan. Hasil ini membuktikan profitabilitas dan likuiditas yang terus menjadi tinggi, maka perusahaan cenderung rendah melaksanakan penghindaran pajak. Rasio profitabilitas menggambarkan keahlian industri atau perusahaan dalam menciptakan laba. Laba yang tinggi mencerminkan performa keuangan perusahaan dalam kondisi baik. Sehingga industri sanggup memperoleh pemasukan serta sanggup membayar pajak. Sebagaimana dinyatakan oleh Prasista & Setiawan (2016) Industri dengan profitabilitas yang besar hendak lebih patuh melunasi pajak sebab tidak mempunyai kesusahan dalam penuhi kewajibannya. Likuiditas membuktikan keahlian industri dalam melunasi segala hutang jangka pendeknya. Industri mempunyai sesuatu tingkatan likuiditas yang besar, maka perusahaan keadaan keuangan yang sehat sehingga industri hendak sanggup melunasi hutang jangka pendeknya serta mampu melunasi beban pajaknya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Sebagaimana dinyatakan Purba & Kuncahyo (2020) bahwa industri lebih melindungi likuiditasnya sehingga industri dapat melunasi kewajiban jangka pendeknya termasuk pelunasan pembayaran pajak.

Secara simultan penghindaran pajak dipengaruhi signifikan oleh tingkat *leverage*, profitabilitas dan likuiditas. Hal ini berarti tingginya *leverage*, profitabilitas dan likuiditas maka tindakan penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan cenderung tinggi. Berlandaskan teorinya sikap penghindaran pajak dapat terjalin disebabkan terdapatnya kasus keagenan yang terpaut dengan perbandingan kepentingan. Perbandingan kepentingan yang terjalin ialah pihak manajemen mengharapkan kenaikan kompensasi lewat laba yang besar sebaliknya pihak pemegang saham menginginkan rendahnya bayaran industri tercantum bayaran pajak lewat laba yang rendah. Sebagaimana sudah dipaparkan oleh Fionasari et al., (2020) perusahaan hendak berfungsi aktif buat mengelola asetnya dengan menggunakan bayaran penyusutan serta amortisasi selaku pengurangan pemasukan kena pajak serta bisa kurang besarnya pajak yang hendak dibayarkan.

## SIMPULAN

Penghindaran pajak pada perusahaan LQ45 dipengaruhi signifikan oleh tingkat *leverage*. Pengaruh yang signifikan ini menggambarkan industri yang mempunyai leverage yang besar hendak cenderung besar melaksanakan penghindaran pajak. Industri hendak mengambil hutang dari pihak ketiga sehingga bisa memunculkan beban bunga yang besar serta secara otomatis beban pajak hendak menurun. Penghindaran pajak pada perusahaan LQ45 tidak dipengaruhi tingkat profitabilitas dan likuiditas. Ketidak pengaruhnya ini menunjukkan profitabilitas dan likuiditas yang tinggi, maka perusahaan cenderung rendah melaksanakan penghindaran pajak. Walaupun beban pajak yang akan diterima besar perusahaan akan mampu untuk melunasinya, karena perusahaan dengan kedua rasio ini menunjukkan performa keuangan dalam kondisi baik. Secara simultan penghindaran pajak dipengaruhi signifikan oleh tingkat *leverage*, profitabilitas dan likuiditas. Pengaruh yang signifikan ini mencerminkan *leverage*, profitabilitas dan likuiditas dalam keadaan besar maka tindakan penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan cenderung besar.

## IMPLIKASI

Penghindaran pajak dipengaruhi signifikan oleh tingkat *leverage* secara parsial dan secara simultan penghindaran pajak dipengaruhi signifikan oleh tingkat *leverage*, profitabilitas dan likuiditas. Hal ini menunjukkan perusahaan tidak taat terhadap pajak, dengan demikian sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan kepatuhannya terhadap pajak supaya tidak menimbulkan resiko yang akan ditanggung oleh perusahaan.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian hanya memakai variabel *leverage*, profitabilitas dan likuiditas. Serta sampel yang digunakan 21 perusahaan yang terdaftar di LQ45 dengan periode yang digunakan relatif pendek yaitu dari tahun 2017 hingga 2019.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afkar, T. (2016). Efektivitas Pengendalian Preventif, Pengendalian Detektif, dan Pengendalian Represif terhadap Pencegahan Kecurangan Akuntansi. *Majalah Ekonomi*, 21(2), 211–225. [http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah\\_ekonomi/article/download/403/514](http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/download/403/514)
- Ayuningtyas, N. P. W., & Sujana, I. K. (2018). Pengaruh Proporsi Komisaris Independen, Leverage, Sales Growth, Dan Profitabilitas Pada Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi*, 25(03), 1884–1912. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v25.i03.p10>
- Barli, H. (2018). Pengaruh Leverage Dan Firm Size Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan sektor Property, Real Estate dan Building Construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2017). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 6(2), 223–238. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/jiaup.v6i2.1956>
- Cahyantia, I. S., Muhsinb, & Suharto, A. B. (2017). Profitabilitas, Leverage, Likuiditas & Tax Avoidance: Kasus Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index. *JURNAL EKUBIS*, 02(17), 41–53.
- Cahyono, D. D., Andini, R., & Raharjo, K. (2016). Pengaruh Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan (Size), Leverage (Der) Dan Profitabilitas (Roa)

- Terhadap Tindakan Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Perbankan Yang Listing Bei Periode Tahun 2011 – 2013. *Journal Of Accounting*, 2.
- Fionasari, D., Putri, A. A., & Sanjaya, P. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penghindaran Pajak pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2018. *Jurnal IAKP: Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan*, 1(1), 28. <https://doi.org/10.35314/iakp.v1i1.1410>
- Handayani, M. F., & Mildawati, T. (2018). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 07(02), 1–16.
- Lestari, G. A. W., & Putri, I. G. A. . A. D. (2017). Pengaruh Corporate Governance, Koneksi Politik, Dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(3), 2028–2054.
- Nursehah, P., & Yusnita, H. (2019). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Logam Yang terdaftar Di BEI Periode 2013-2017. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS KRISNADWIPAYANA*, 6(3), 36–46. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35137/jabk.v6i3.330>
- Prasista, P. M., & Setiawan, E. (2016). Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(3), 2120–2144.
- Purba, C. V. J., & Kuncahyo, H. D. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Bisnis*, 3(2), 158–174.
- Stiawan, H., & Sanulika, A. (2018). Profitabilitas, Pengaruh Perusahaan, Ukuran Likuiditas, dan Agresivitas, Terhadap Dengan, Pajak Social, Corporate Sebagai, Responsibility Moderator, Variabel. *Conference on Economic and Business Innovation*, 35, 1–13.
- Triyanti, N. W., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Size, Leverage, Komite Audit, Komisaris Independen dan Umur Perusahaan terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(1), 113–120. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i1.850>
- Utari, N. K. Y., & Supadmi, N. L. (2017). Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas Dan Koneksi Politik Pada Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(3), 2202–2230.
- Wijaya, R. A., Faturrahman, F., & Sari, S. Y. (2021). THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LIQUIDITY AND LEVERAGE ON TAX AGRESIVITY WITH VARIABLES OF PROFITABILITY CONTROL. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 87–98.

## PENGARUH LIKUIDITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN

Triutami Dianingsih<sup>1</sup>, Subakir<sup>2</sup>, Fauziyah<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : [triutamidianas54@gmail.com](mailto:triutamidianas54@gmail.com)<sup>1</sup>, [basta.fauziyah@gmail.com](mailto:basta.fauziyah@gmail.com)<sup>3</sup>

koresponden : [subakir@unipa.sby.ac.id](mailto:subakir@unipa.sby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

Pengkajian ini diharapkan dapat menganalisis likuiditas, pertumbuhan penjualan dan perofitabilitas terhadap kebijakan dividen. Likuiditas diukur menggunakan *current ratio*, pertumbuhan penjualan diukur menggunakan *sales growth*, profitabilitas diukur menggunakan *return on asset* terhadap kebijakan dividen pada perusahaan plastik dan kemasan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 – 2019. Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen.

Kata kunci: Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen

### ABSTRACT

*This examination expects to decide liquidity, deals development and productivity of profit strategy. Liquidity is estimated utilizing the current proportion, deals development is estimated utilizing deals development, benefit is estimated utilizing return on resources on profit strategy in plastic and bundling organizations recorded on the Indonesia Stock Trade in 2016 – 2019. The examination technique in this investigation utilizes quantitative exploration strategies. The aftereffects of this investigation demonstrate that liquidity significantly affects profit strategy, deals development has no critical impact on profit strategy and productivity significantly affects profit strategy.*

*Keywords : Liquidity, Sales Growth, Profitability, Dividend Policy*

### PENDAHULUAN

Kebijakan dividen adalah pilihan pada situasi keuntungan, terlepas dari apakah keuntungan yang diperoleh investor selaku dividen sebagai keuntungan atau perlu disimpan sebagai pendapatan ditahan untuk pembiayaan usaha di kemudian hari (Fauziyah, 2017:7). Kebijakan dividen tercermin dalam DPR, yang merupakan tingkat manfaat yang tersebar sebagai laba uang, yang menyiratkan bahwa ukuran DPR akan mempengaruhi pilihan spekulasi investor dan sekali lagi mempengaruhi keadaan moneter bisnis. Tidak seluruh industri yang menciptakan laba positif bisa memberikan keuntungan kepada investor. Terdapat sebagian alibi serta kerap digunakan oleh industri dalam memutuskan buat tidak memberikan dividen salah satunya sebab kondisi industri hadapi kesusahan keuangan. Aspek-aspek yang bisa pengaruhi kebijakan dividen merupakan likuiditas, pertumbuhan penjualan serta profitabilitas.

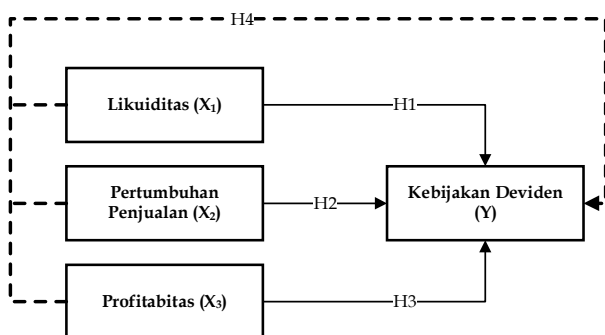
Likuiditas adalah keterampilan bisnis dalam mengumpulkan komitmen kewajiban sesaat (Fred Weston) (Kasmir, 2019: 110). Artinya, jika bisnis dibebankan, bisnis akan benar-benar ingin memenuhi kewajiban, terutama kewajiban yang telah berkembang (Kasmir, 2019:129). Untuk industri, dividen merupakan pengeluaran uang tunai serta perihal bahwa pengaruhi posisi uang tunai industri. Perihal bahwa menyebabkan peluang industri dalam melaksanakan investasi memanfaatkan uang yang diserahkan karena keuntungan berkurang (Harun dan Jeandry, 2018). Dalam *Signaling*

*Theory* atau teori sinyal yang melaporkan kalau industri yang bermutu baik hendak membagikan sinyal positif berbentuk data yang baik dengan demikian investor diharapkan bisa membedakan industri yang non-financial distress serta ataupun industri yang financial distress.

Pertumbuhan penjualan dapat mempengaruhi kebijakan deviden. Pertumbuhan penjualan merupakan keahlian industri dalam mempertahankan posisi ekonominya ditengah perkembangan perekonomian serta zona usahanya (Kasmir, 2019:114-115). Menurut Brigham dalam (Evant dan Zulvia 2019) pertumbuhan industri hendak pengaruhi kebijakan dividen dimana dengan tingkatan perkembangan yang baik industri pastinya mengalokasikan serta yang didapat perusahaan buat berinvestasi hendak kurangi pembagian dividen kepada pemegang saham. Dalam *Signaling Theory* atau teori sinyal yang menyatakan bahwa ukuran keuntungan yang dibayarkan kepada pendukung keuangan bergantung pada kebijakan dividen tiap industri serta dicoba bersumber pada pertimbangan bermacam aspek. Pertumbuhan penjualan positif mencerminkan presentasi organisasi yang lebih baik, menyiratkan bahwa transaksi tahun depan lebih tinggi daripada transaksi di tahun sebelumnya.

Profitabilitas merupakan keterampilan industri untuk keuntungan. Proporsi itu juga memberikan ukuran level kemahiran dewan direksi suatu industri. Ditampilkan oleh keuntungan yang dihasilkan dari kesepakatan dan pembayaran spekulasi (Kasmir, 2019:198). Dengan mendapatkan laba yang optimal sehabis yang fokuskan, perusahaan bisa berbuat banyak untuk kesejahteraan pemilik, pekerja dan tingkatkan kualitas produk serta melaksanakan investasi baru industri yang memiliki profitabilitas besar hendak menarik investor buat melaksanakan investasi sebab keuntungan diambil dari keuntungan bersih hingga keuntungan tersebut hendak pengaruhi besarnya DPR. Profitabilitas sangat mungkin penanda utama yang dilihat oleh pendukung keuangan ketika menempatkan sumber daya untuk mempertimbangkan kemungkinan industri pada waktu yang hendak tiba. Dalam *Signaling Theory* atau teori sinyal yang teori sinyal yang melaporkan kalau kenaikan dan penurunan biaya di pasar seperti biaya saham, sekuritas, dan lain lain, akan mempengaruhi pilihan pendukung keuangan.

#### KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1. Kerangka Konseptual

#### HIPOTESIS PENELITIAN

- H1 : Likuiditas berpengaruh terhadap kebijakan dividen
- H2 : Pertumbuhan berpengaruh penjualan terhadap kebijakan dividen
- H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap kebijakan dividen

H4 : Likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap kebijakan dividen

#### **METODE PENELITIAN**

Pengkajian ini mempergunakan pengkajian kuantitatif. Populasi yang diterapkan dalam pengujian ini adalah ringkasan keuangan semesteran perusahaan plastik dan kemasan yang tercatat di BEI masa 2016 – 2019 dengan beberapa populasi 15 industri. Sistem pengutipan sampel dalam pengujian ini mempergunakan sistem *purposive sampling* sehingga memperoleh sampel sejumlah 4 industri. Total keseluruhan sampel berisi 32 sampel. Sistem akumulasi data yang diterapkan adalah sistem dokumentasi.

#### **Definisi Operasional Variabel**

##### **Variabel Terikat**

Variabel terikat dalam pengujian ini ialah kebijakan dividen. Kebijakan dividen ialah tingkat manfaat industri serta dibayarkan oleh bisnis kepada investor sebagai kas. Dalam penelitian ini cara yang digunakan ialah:

$$DPR = \frac{\text{dividen per saham}}{\text{laba per saham}} \times 100\%$$

##### **Variabel Bebas**

##### **Likuiditas ( $X_1$ )**

Likuiditas ialah skala yang memaparkan keahlian industri berisi penuh beban (utang) waktu singkat. Adapun untuk mengetahui likuiditas menggunakan *current ratio* (CR). Rumusnya sebagai berikut :

$$CR = \frac{\text{aktiva lancar}}{\text{utang lancar}} \times 100\%$$

##### **Pertumbuhan Penjualan ( $X_2$ )**

Pertumbuhan penjualan ialah peningkatan kuantitas transaksi mulai satu masa ke masa lain atau sekarang dan lagi. Industri yang dipunyai tingkatan perkembangan penjualan yang besar memerlukan lebih banyak investasi. Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{penjualan tahun ini} - \text{penjualan tahun lalu}}{\text{penjualan tahun lalu}} \times 100\%$$

##### **Profitabilitas ( $X_3$ )**

Profitabilitas ialah perumpamaan untuk mensurvei kapasitas organisasi untuk mencari keuntungan. Perumpamaan yang dipakai guna menakar profitabilitas selama analisis ialah *Return On Asset* (ROA). Caranya seperti di bawah

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total assets}} \times 100\%$$

##### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah merupakan pengujian statistik yang wajib dipadati dalam menyelidiki regresi linier. Riset ini memakai uji asumsi klasik yang terdiri dari 4 uji ialah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi serta uji heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda diterapkan oleh analisis, jika analisis meramalkan bagaimana waktu baik dan buruk dari keadaan variabel terikat (ukuran), jika setidaknya 2 variabel bebas sebagai indikator diperluas dan dikurangi nilainya (dikendalikan). Eksplorasi ini menggunakan persamaan regresi linier berganda mengingat fakta bahwa ada lebih dari satu variabel bebas dalam pemeriksaan. Persamaan regresi linier berganda dapat dirinci sebagai berikut:  $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$

Keterangan :

Y : Variabel dependen

a : Konstanta

$b_{123}$  : Koefisien regresi variabel independen

$X_1$  : Variabel independen

$X_2$  : Variabel independen

$X_3$  : Variabel independen

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Taksiran R<sup>2</sup> berkedudukan kisaran 0 dan 1. Taksiran determinasi rendah menyiratkan bahwa keterampilan variabel bebas dalam mengklarifikasi penyesuaian bergantung sangat terbatas. Kualitas dekat satu variabel terikat menawarkan hampir keseluruhan informasi yang diharapkan untuk meramalkan variabel bebas yang bergantung.

### Uji Hipotesis

#### Uji t

Uji t yang dipergunakan penting guna menguji variabel bebas paling berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Tes ini menerapkan tingkat kepentingan 0,05.

#### Uji F

Uji F dipergunakan guna menguji variabel terikat berhubungan langsung (serempak) dengan variabel bebas. Dinamis untuk uji F mencocokkan nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$  menerapkan tingkat kepastian 0,05.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hitungan pengkajian ini diawal pengkajian menerapkan uji asumsi klasik yakni uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis meliputi uji F dan uji t.

Hasil Uji Asumsi Klasik  
 Hasil Uji Normalitas

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

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	Normal
	Std. Deviation	Parameters <sup>a,b</sup>
	Absolutis	40,60557814
Most Extreme Differences	Positive	,213
	Negative	-,213
Kolmogorov-Smirnov Z		1,205
Asymp. Sig. (2-tailed)		,110

Tabel 1. Menampilkan kalau nilai (2- tailed) terbilang 0,110 yang bermakna bertambah tinggi sejak 0,05 hingga seluruh variabel pada riset ini berdistribusi wajar maksudnya riset ini dapat dilanjutkan buat sesi analisis informasi berikutnya.

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	x1	,973 1,457
	x2	,922 1,084
	x3	,977 1,477

Tabel 2. menampilkan maka nilai VIF pada variabel bebas tidak melebihi 10 dan data dalam perhitungan ini menampilkan seluruh variabel selama eksplorasi ini tidak terjalin multikolinieritas maksudnya tidak terjalin korelasi diantara variabel bebas dalam sesuatu model regresi.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi  
Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,854 <sup>a</sup>	,426	,367	52,21770	1,908

Tabel 3. menampilkan skala *Durbin-Weston* terbilang 1,568 pada tabel dw, guna  $k=3$  dan  $N=32$  dapat diketahui skala  $d_u$  ialah 1,6505 dan skala  $d_l$  ialah 1,2437. Tenggat  $d_l < d < d_u$  yaitu  $1,2437 < 1,568 < 1,6505$  lalu bisa ditafsir tidak terjadi autokorelasi bagi model regresi.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Test of Homogeneity of Variances

	Leverage Statistic	df1	df2	Sig.
x1	2,568	2	28	,084
x2	1,948	2	28	,161
x3	,568	2	28	,916

Tabel 4. menunjukkan bahwa korelasi homogenitas antara X1 dengan Sig. adalah 0,094, korelasi homogenitas antara X2 dengan Sig. adalah 0,161 dan korelasi homogenitas antara X3 dengan Sig. adalah 0,916. Hingga bisa di informasikan kalau tidak terjalin terdapatnya permasalahan heteroskedastisitas sebab seluruh nilai korelasi homogen bertambah besar dari 0,05

### Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	60,641	20,724
	x1	,332	,108
	x2	,235	1,053
	x3	-35,539	7,850

Tabel 5. menunjukkan nilai  $a = 60,641$ , nilai  $b_1 = 0,332$ , nilai  $b_2 = 0,235$ , nilai  $b_3 = -35,539$  sehingga dapat dibentuk persamaan sebagai berikut:  $Y = 60,641 + 0,332X_1 + 0,235X_2 - 35,539X_3$ . Dimana nilai  $a$  dan  $b$  dalam persamaan diatas diuraikan sebagai berikut:

$a = 60,641$  Artinya apabila seluruh variabel likuiditas ( $X_1$ ), pertumbuhan penjualan ( $X_2$ ) dan profitabilitas ( $X_3$ ) sebagaimana nol maka kebijakan dividen pada perusahaan plastik dan kemasan berbilang 60,641.

$b_1 = 0,332$  Artinya jika likuiditas ( $X_1$ ) meningkat satu satuan maka kebijakan dividen pada perusahaan plastik dan kemasan akan meningkat berbilang 0,332.

$b_2 = 0,235$  Artinya jika pertumbuhan penjualan meningkat satu satuan maka kebijakan dividen pada perusahaan plastik dan kemasan akan meningkat berbilang 0,235.  
 $b_3 = (-35,539)$  Artinya jika profitabilitas meningkat satu satuan maka kebijakan dividen pada perusahaan plastik dan kemasan akan menurun berbilang 35,539.

**Hasil Koefisien Determinasi (R2)**

**Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi (R2)  
Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 <sup>a</sup>	.260	.181	33.62755

Tabel 6. menampilkan skala *Adjusted R Square* terbilang 0,181 atau 18,1%. Perihal membuktikan variabel likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas memberikan pengaruh kecil terhadap kebijakan dividen.

**Hasil Uji Hipotesis**

**Hasil Uji t**

**Tabel 7. Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	68.641	20.724		2.828	.007
	x1	.235	.105	.882	3.168	.004
	x2	.235	1.053	.033	.223	.825
	x3	-35.539	7.825	-.778	-4.549	.000

Tabel 7. membuktikan likuiditas ditemukan Sig. t = 0,004 < 0,05 maka likuiditas berpengaruh, pertumbuhan penjualan ditemukan Sig. t 0,825 > 0,05 lalu pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh, pprofitabilitas ditemukan Sig. t 0,000 < 0,05 maka profitabilitas berpengaruh terhadap kebijakan dividen pada industri plastik dan kemasan yang tercatat di BEI.

**Hasil Uji F**

**Tabel 8. Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57273.436	3	19091.145	6.986	.001 <sup>a</sup>
	Residual	76229.085	28	2722.127		
	Total	133502.521	31			

Tabel 8. menunjukkan diketahui  $F_{hitung}$  berbilang 6,986 atas skala signifikansi 0,001. Serta  $\alpha = 0,05$ ,  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 28$ , maka  $F_{tabel}$  berbilang 2,95 serta nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (6,986 > 2,95) serta skala

signifikansi  $0,001 < 0,05$  lalu  $H_4$  masuk, bermakna likuiditas (X1), pertumbuhan penjualan (X2) dan profitabilitas (X3) berpengaruh simultan terhadap kebijakan dividen (Y).

## PEMBAHASAN

### Likuiditas berpengaruh terhadap kebijakan dividen

Likuiditas yang diukur mempergunakan CR berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Hitungan pengamatan ini sejalan atas hitungan pengkajian terdahulu yang dibuat oleh (Hwee et al. 2019) perolehan pengkajiannya menampilkan likuiditas berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Hasil penelitian dinyatakan berpengaruh disebabkan industri yang sanggup melindungi likuiditas keuangannya hendak memiliki peluang lebih besar buat memberikan dividen sebab industri tidak terbebani oleh utang lancar. Hasil riset ini berlawanan dengan riset yang dicoba oleh (Syahputra dan Ijma 2020) hasil penelitiannya membuktikan bahwa likuiditas tidak mempengaruhi terhadap kebijakan dividen disebabkan industri dengan tingkatan CR yang besar tidak sanggup membagikan pelunasan keuntungan besar bagi penanam modal. Hubungan antara likuiditas atas *Signaling Theory* atau teori sinyal yaitu industri yang bermutu baik hendak membagikan sinyal positif berbentuk data yang baik dengan demikian investor diharapkan bisa membedakan industri yang non-financial distress serta ataupun industri yang financial distress. Industri yang sanggup membiayai seperti halnya utang lancar dengan tujuan agar kemampuan bisnis untuk menghadapi masalah keuangan harus tetap kecil.

### Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen

Pertumbuhan penjualan diukur menggunakan SG tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Hasil pengamatan ini sejalan atas hasil pengkajian yang dibuat oleh (Hantono et al. 2019) perolehan membuktikan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen. Perihal ini menampilkan apabila industri yang mempunyai tingkatan perkembangan penjualan yang besar mengindikasikan terdapatnya peluang investasi yang besar yang memerlukan pendanaan sehingga bila industri wajib membayarkan dividen, industri wajib mencari dana dari pihak eksternal. Hasil pengamatan ini bertentangan atas pengkajian yang dibuat oleh (Maria Luisiana dan Dwi Saputra, 2015) yang membuktikan pertumbuhan penjualan berpengaruh yang signifikan terhadap kebijakan dividen. Hubungan antara pertumbuhan penjualan dengan *Signaling Theory* atau teori sinyal yang menyatakan bahwa besarnya keuntungan yang dibayarkan kepada investor bergantung pada kebijakan dividen tiap-tiap industri serta dicoba bersumber pada timbangan bermacam aspek. Pertumbuhan penjualan yang positif mencerminkan prestasi industri, menyiratkan penjualan tahun selepasnya bertambah tinggi daripada penjualan tahun sebelumnya.

### Profitabilitas berpengaruh terhadap kebijakan dividen

Profitabilitas diukur mempergunakan ROA berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Hitungan pengamatan ini selaras dengan hasil pengkajian yang dibuat oleh (Maria Luisiana dan Dwi Saputra, 2015) membuktikan pengaruh positif, ini mengandung arti bahwa dari semua aktiva yang digunakan untuk bekerja, industri dapat memberikan keuntungan bagi industri. Hitungan ini berbenturan atas pengamatan yang dibuat oleh (Putra dan Martha, 2019) yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen. Perihal memperlihatkan bahwa setiap kenaikan ROA akan menyebabkan penurunan rasio dividen. Pengaruh negatif ini disebabkan karena pada

periode penelitian, perusahaan manufaktur cenderung mengalami penurunan pada laba bersihnya namun jumlah aset yang digunakan lebih besar daripada tahun sebelumnya.

### **Likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas berpengaruh terhadap kebijakan dividen**

Likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas diukur menggunakan Uji F berpengaruh secara simultan terhadap kebijakan dividen. Hitungan pengamatan ini didukung pengkajian yang dibuat (Maria Luisiana dan Dwi Saputra, 2015) yang membuktikan likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Sedangkan pengkajian ini berbenturan atas pengkajian yang dibuat oleh (Hantono et al. 2019) membuktikan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap kebijakan dividen. Berasaskan hasil analisis terbilang berhasil likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas meningkat maka akan berdampak terhadap peningkatan keuntungan perusahaan.

### **SIMPULAN**

1. Likuiditas yang diukur menggunakan *Current Ratio* (CR) berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen. Bermbah tinggi likuiditas, bertambah tinggi nilai industri karena pendukung keuangan menganggap industri dengan likuiditas tinggi memiliki eksekusi industri yang hebat. Industri dianggap layak untuk membayar semua utang lancar dengan cara yang ideal dan siap memberikan keuntungan yang lebih besar kepada investor. Jika industri dapat mendukung dan menjaga utang lancarnya dengan baik, maka pada saat itu kemampuan industri untuk menghadapi masalah keuangan akan lebih rendah.
2. Pertumbuhan Penjualan yang diukur memakai *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen. Perihal ini menampilkan apabila industri yang mempunyai tingkatan perkembangan penjualan yang besar mengindikasikan terdapatnya peluang investasi yang besar yang memerlukan pendanaan sehingga bila industri wajib membayarkan dividen, industri harus mencari subsidi dari luar. Upaya memperoleh bonus subsidi dari luar hendak memunculkan penghasilan bisnis. Penghasilan bisnis yang besar menimbulkan industri wajib pertimbangan kembali untuk memberikan keuntungan jika masih ada peluang spekulasi yang dapat diambil dan lebih cerdas untuk memanfaatkan aset dari pendapatan masuk untuk mendanai usaha ini.
3. Profitabilitas diukur memakai ROA berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen. Dari seluruh aktiva yang digunakan untuk bekerja, industri dapat memberikan keuntungan bagi industri. Jadi jika suatu industri memiliki keuntungan yang tinggi, maka keuntungan yang diedarkan kepada investor juga akan meningkat.
4. Likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas diukur menggunakan Uji F berpengaruh secara simultan terhadap kebijakan dividen. Berasaskan hasil analisis terbilang berhasil likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas meningkat maka akan berdampak terhadap peningkatan keuntungan perusahaan.

### **IMPLIKASI**

1. Likuiditas dalam penelitian ini mempengaruhi kebijakan dividen Jika industri dapat memenuhi utang lancarnya, potensi industri untuk menghadapi kesengsaraan keuangan semakin kecil.
2. Pertumbuhan penjualan dalam pengamatan ini tidak mempengaruhi kebijakan industri yang mempunyai tingkatan perkembangan penjualan yang besar mengindikasikan terdapatnya

peluang investasi yang besar yang memerlukan pendanaan, sehingga bila industri wajib membayarkan dividen, industri wajib mencari subsidi dari luar. Upaya memperoleh bonus subsidi dari luar hendak memunculkan penghasilan bisnis.

3. Profitabilitas dalam penelitian ini mempengaruhi kebijakan dividen bilamana seluruh aktiva digunakan untuk bekerja, industri dapat memberikan keuntungan bagi industri. Jadi jika suatu industri memiliki keuntungan yang tinggi, maka keuntungan yang dibagikan kepada investor juga akan meningkat.
4. Likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas mempengaruhi kebijakan dividen jika likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas meningkat maka akan berdampak terhadap peningkatan keuntungan perusahaan.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Pengamatan ini memakai variabel bebas, khususnya likuiditas, pertumbuhan penjualan dan profitabilitas serta variabel terikat kebijakan dividen. Industri yang dilakukan pengamatan pada sub-area plastik dan kemasan yang tercatat di BEI untuk waktu 4 tahun masa 2016 – 2019 memiliki kecukupan informasi yang diperlukan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Evant, Tiara Saumy, dan Yolandafitri Zulvia. 2019. "Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017." *Jurnal Ecogen* 2(4):654. doi: 10.24036/jmpe.v2i4.7843.
- Fauziyah, Fenty. 2017. Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen, dan Nilai Perusahaan Teori dan Kajian Empiris. Kalimantan Timur:RV Pustala Horizon.
- Hantono, Hantono, Ike Rukmana Sari, Felicya Felicya, dan Miria Daeli. 2019. "Pengaruh Return on Assets, Free Cash Flow, Debt to Equity Ratio, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Property and Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016." *Owner* 3(2):143. doi: 10.33395/owner.v3i2.118.
- Harun, Sulfikram, dan Gregorius Jeandry. 2018. "Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, Leverage, Likuiditas Dan Size terhadap Dividen Payout Ratio (DPR) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Riset Akuntansi* 5(2):122–37.
- Hwee, Teng Sauh, William William, Stephani Stephani, Vera Vera, Devi Supantri, Wynne Wynne, dan Dandung Prasetya. 2019. "Pengaruh Rasio Solvabilitas, Rasio Profitabilitas, Likuiditas Dan Laba Per Saham Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2013-2017." *Jurnal PLANS : Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 14(1):1. doi: 10.24114/plans.v14i1.13322.
- Kasmir. 2019. Analisis Laporan Keuangan. Depok:RajaGrafindo Persada.

- Maria Luisiana, Olivia, dan Sumarno Dwi Saputra. 2015. "Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Dividen." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 15(1):73–81.
- Putra, G. A., & Martha, L. (2019). ANALISIS CASH RATIO, TIME INTEREST EARNED DAN RETURN ON ASSET DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBIJAKAN DEVIDEN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.
- Syahputra, Rendy Aziz, dan Ijma Ijma. 2020. "PENGARUH LIKUIDITAS, SOLVABILITAS, EFEKTIVITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN (Studi pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018)." *JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi* 5(1):12–23. doi: 10.31932/jpe.v5i1.718.

## Analisis Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman Periode Selama dan sebelum pandemi covid-19

Maryam Veronica<sup>1</sup>, Taulikhul Afkar<sup>2</sup>, Rina Fariana<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1 2 3</sup>

Email : [maryamveronica880@gmail.com](mailto:maryamveronica880@gmail.com)<sup>1</sup>, [fareeyna@gmail.com](mailto:fareeyna@gmail.com)<sup>3</sup>

koresponden : [afkar@unipasby.ac.id](mailto:afkar@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profitabilitas perusahaan makanan dan minuman selama dan sebelum pandemi *covid-19* yang diukur menggunakan indikator ROA, ROE, serta NPM. Populasi penelitian sebanyak 30 perusahaan. Sampel penelitian sebanyak 11 perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan triwulan perusahaan makanan dan minuman sebelum (Triwulan 2019) dan selama (Triwulan 2020) pandemi *covid-19*. Jenis dan sumber data adalah *time series* dan data sekunder yang bersumber dari BEI. Teknik pengambilan sampel yaitu secara *purposive sampling*. Uji hipotesis penelitian menggunakan uji beda berpasangan. Hasil penelitian yang dilakukan adalah profitabilitas yang diukur dengan indikator ROA, ROE, serta NPM sebelum berlangsungnya pandemi *covid-19* lebih besar daripada selama berlangsungnya pandemi *covid-19*. Profitabilitas yang dihitung menggunakan indikator ROA, ROE dan NPM mengalami perbedaan signifikan.

**Kata kunci:**profitabilitas, ROA, ROE, NPM

### ABSTRACT

*This study aims to determine the profitability of food and beverage companies during and before the Covid-19 pandemic which is measured using indicators of ROA, ROE, and NPM. The study population was 30 companies. The research sample consisted of 11 food and beverage companies that published quarterly financial reports of food and beverage companies before (Quarter 2019) and during (Quarter 2020) the Covid-19 pandemic. Types and sources of data are time series and secondary data sourced from the IDX. The sampling technique was purposive sampling. The research hypothesis was tested using paired sample t-test. The results of the research conducted were profitability as measured by indicators of ROA, ROE, and NPM before the covid-19 pandemic was greater than during the Covid-19 pandemic. Profitability which is calculated using the indicators of ROA, ROE and NPM has a significant difference*

**.Keyword:***profitability, ROA, ROE, and NPM*

### PENDAHULUAN

Tujuan mendasar suatu perusahaan ialah untuk mendapatkan laba atau keuntungan sebanyak-banyaknya dengan melakukan strategi tertentu untuk mencapai target yang diinginkan. Semakin besar laba pada suatu perusahaan, hal ini sejalan dengan tingkat kemakmuran pemilik dan investor. Secara praktis, manajemen diperlukan untuk memiliki pilihan untuk memenuhi tujuan yang ditetapkan, perihal ini menyiratkan bahwa besar keuntungan suatu perusahaan harus sesuai dengan apa yang umumnya diantisipasi bukan berarti asal untung (Kasmir, 2017). Profitabilitas ialah kemampuan usaha perusahaan dalam memperoleh keuntungan melalui opsional usaha dengan memanfaatkan dana aset yang dimiliki oleh perusahaan (Kusuma et al., 2011). Dalam perihal ini apabila nilai profitabilitas bertambah, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan dapat mengolah dana asetnya secara produktif sehingga dapat mencapai keuntungan yang besar. Jika nilai profitabilitas menurun, maka perusahaan dalam mengelola dana asetnya kurang produktif sehingga dapat mengakibatkan pendapatan turun atau rugi.

Pandemi *covid-19* sangat mempengaruhi perekonomian nasional bahkan perekonomian dunia. Masa pandemi *covid-19* banyak perusahaan yang mengeluhkan penurunan laba dari semua sektor. Perusahaan makanan dan minuman sangatlah berperan penting dalam kehidupan sehari-hari, sehingga perusahaan makanan dan minuman mengalami dampak yang serius

selama pandemi covid-19 . Pengukuran profitabilitas dapat dilakukan dalam beberapa periode tertentu operasi. Hal ini bertujuan untuk melihat kemajuan perusahaan dalam kurun waktu tertentu, baik yang mengalami penurunan maupun peningkatan (Kasmir, 2017). Pengukuran rasio profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman dilakukan dengan cara 2 periode waktu yaitu selama dan sebelum pandemi covid-19. Periode waktu sebelum pandemi covid-19 pada tahun 2019 (triwulan I – Triwulan IV 2019) dan periode selama covid-19 pada tahun 2020 (Triwulan I – Triwulan IV 2020). Profitabilitas diukur menggunakan 3 indikator yaitu *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM).

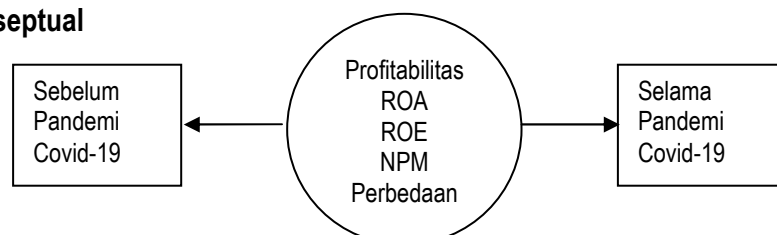
ROA ialah rasio yang dipakai guna mengukur keahlian perusahaan dalam menciptakan keuntungan bersih bersumber tingkat aset tertentu (Hanafi & Halim, 2012). Semakin besar ROA perusahaan, maka hal ini sejalan dengan semakin besar tingkat keuntungan perusahaan yang diinginkan sehingga semakin terkendali pengolahan asetnya dan manangani sumber dayanya. Perbedaan ROA selama dan sebelum pandemi covid-19 merupakan hasil dari aktivitas perusahaan dalam mengelola asetnya buat menciptakan keuntungan yang maksimal sehingga profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROA selama dan sebelum pandemi covid-19 mengalami perbedaan signifikan atau perbedaan yang nyata. Perihal ini dapat diartikan pandemi covid-19 berdampak yang nyata bagi perusahaan dalam mengelola aset.

ROE ialah rasio yang dipakai guna mengukur keahlian perusahaan dalam menciptakan keuntungan bersih berdasarkan pada tingkat modal tertentu (Hanafi & Halim, 2012). Rasio ini menampilkan efisiensi pemakaian modal pribadi. Semakin besarnya ROE, maka posisi pemilik perusahaan semakin kuat. Jika ROE menyusut maka pemilik perusahaan pada posisi melemah. ROE mengukur besar pengembalian yang diperoleh investor atas modal yang ditanamkan. ROE selama dan sebelum pandemi covid-19 mengalami perbedaan yang signifikan. Perbedaan ini sangat nyata setelah diuji *paired sample t-test*. Besar kecilnya nilai ROE sejalan dengan nilai perusahaan dan harga saham. Sehingga ROE dapat dijadikan acuan investor untuk menanamkan modal.

NPM ialah perbandingan antara laba bersih dengan total penjualan (Marianti et al., 2019) . Semakin besar NPM, maka semakin besar ketrampilan semakin produktif serta lebih baik dan sebaliknya. Perihal ini dapat menambah kepercayaan investor terhadap peningkatan modal perusahaan. Semakin besar margin keuntungan bersih berarti semakin besar pula keuntungan bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Perihal ini dikarenakan besarnya keuntungan sebelum pajak penghasilan. Perbandingan NPM selama dan sebelum pandemi covid-19 sangat nyata setelah diuji *paired sample t-test*. Besar kecilnya nilai NPM sejalan dengan pertumbuhan laba serta harga saham. Semakin besar NPM, hal ini sejalan dengan semakin baik pertumbuhan laba dan harga saham.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil pada saat berlangsungnya pandemi covid-19 pada tahun 2020 tingkat profitabilitas bank umum syariah di Indonesia cenderung turun, tidak seperti pada tahun 2019 yang mengalami tren naik (Afkar & Fauziah, 2021) Berdasarkan paparan tersebut peneliti tertarik melakukan analisis profitabilitas perusahaan makanan dan minuman periode selama dan sebelum pandemi covid-19. Tujuan perihal ini guna untuk memahami perbedaan profitabilitas perusahaan makanan dan minuman selama dan sebelum pandemi covid-19 yang diukur dengan ROA, ROE, dan NPM.

### Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

### Hipotesis

- H<sub>1</sub> : Profitabilitas yang diukur dengan ROA pada perusahaan makanan dan minuman mengalami perbedaan signifikan selama dan sebelum pandemi covid-19.
- H<sub>2</sub> : Profitabilitas yang diukur dengan ROE pada perusahaan makanan dan minuman mengalami perbedaan signifikan selama dan sebelum pandemi covid-19.
- H<sub>3</sub> : Profitabilitas yang diukur dengan NPM pada perusahaan makanan dan minuman mengalami perbedaan signifikan selama dan sebelum pandemi covid-19.

### METODE

#### Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi  
Populasi penelitian yang dilakukan merupakan laporan keuangan perusahaan minuman dan makanan yang terdaftar di BEI sebanyak 30 perusahaan.
2. Sampel  
Sampel yang dipakai 10 perusahaan minuman dan makanan yang terdaftar di BEI dalam bentuk laporan triwulan.
3. Teknik pengambilan sampel  
Teknik pengambilan sampel yang dipakai ialah *purposive sampling*.

#### Teknik Pengumpulan Data, Jenis dan Sumber Data

Penelitian yang dilakukan memakai teknik pengumpulan data secara studi dokumentasi. Jenis data yang dipakai ialah *time series* dan memakai data sekunder yang didapat dari laporan keuangan perusahaan minuman dan makanan yang telah dipublikasikan oleh BEI periode sebelum berlangsungnya pandemi *covid-19* (2019) dan selama berlangsungnya pandemi *covid-19* (2020).

#### Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian yang dipakai adalah variabel tunggal yaitu profitabilitas. Indikator profitabilitas adalah :

1. *Return On Assets* (ROA)  
ROA yaitu keahlian aktivitas rata-rata menghasilkan keuntungan saat setelah pajak. Besar hasil perhitungan ini menampilkan seberapa besar keahlian perusahaan menciptakan keuntungan yang tersedia bagi para investor dengan segala aktiva yang dimiliki. Rumus indikator ROA :  
Indikator

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

2. *Return On Equity* (ROE)  
ROE ialah rasio yang mengukur keuntungan yang diperoleh pemilik perusahaan atau investor atas modal perusahaan. ROE dapat menunjukkan efisiensi dalam penggunaan modal. Rumus indikator ROE :  
Indikator

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

3. *Net Profit Margin* (NPM)

NPM yaitu rasio yang mengukur keuntungan dengan membandingkan keuntungan bersih setelah pajak dengan hasil penjualan. NPM sangat mempengaruhi kepercayaan investor terhadap peningkatan modal perusahaan. Rumus indikator NPM :  
Indikator

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data serta uji hipotesis yang dipakai yaitu Uji normalitas dan Uji beda berpasangan atau bisa disebut Uji *Paired Sample t-test*. Sebelum data diolah, data diharuskan diolah terlebih dahulu agar dapat diketahui data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal. Jika data berdistribusi normal, maka data sudah siap untuk diolah dan jika data tidak berdistribusi normal, maka data harus diolah kembali. Ketentuan uji normalitas sebagai berikut :

1. Jika hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* ≤ 0,05 maka dapat dikatakan data tidak normal.
2. Jika hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* ≥ 0,05 maka dapat dikatakan data normal.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Periode	Kolmogorov-Smirnov		
	Mean	Std. Deviation	Asymp. Sig. (2-tailed)
ROA sebelum pandemi covid-19	2,7633	0,66222	0,994
ROA selama pandemi covid-19	2,4887	0,53158	0,999
ROE sebelum pandemi covid-19	3,1880	3,1880	0,258
ROE selama pandemi covid-19	2,8288	0,54235	0,981
NPM sebelum pandemi covid-19	3,1962	0,68264	0,518
NPM selama pandemi covid-19	3,0261	0,61967	0,594

Sumber : Data diolah

Menurut hasil pengujian pada tabel 1. menunjukkan nilai *Asymp. Sig* untuk indikator ROA, ROE, dan NPM periode selama dan sebelum pandemi covid-19 adalah diatas 0,05 maka disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Dari uji tersebut, maka data-data indikator tersebut sudah valid untuk di uji *paired sample t-test*.

### Hasil Uji *Paired Sample T-Test*

Tabel 2. Hasil Uji Paired Sample T-Test

Keterangan	Mean	Sig. (2-tailed)
ROA selama dan sebelum pandemi covid-19	0,27855	0,000
ROE selama dan sebelum pandemi covid-19	0,35926	0,000
ROA selama dan sebelum pandemi covid-19	0,17004	0,002

Sumber : Data diolah

Nilai ROA sebelum berlangsungnya pandemi covid-19 lebih besar daripada selama berlangsungnya pandemi covid-19 dengan ditunjukkan hasil selisih ialah 0,27855 dan hasil *Sig. (2-tailed)* yaitu 0,000 ≤ 0,05. Kesimpulan Tabel 2. dengan hasil nilai profitabilitas perusahaan

makanan dan minuman selama dan sebelum pandemi *covid-19* mengalami perbedaan yang signifikan, yang diukur dengan menggunakan indikator ROA.

Nilai ROE sebelum berlangsungnya pandemi *covid-19* lebih besar daripada selama berlangsungnya pandemi *covid-19* dengan ditunjukkan hasil selisih yaitu 0,35926 dan nilai *Sig. (2-tailed)* 0,000 sehingga  $\leq 0,05$ . Kesimpulan Tabel 2. dengan hasil nilai profitabilitas perusahaan makanan dan minuman selama dan sebelum pandemi *covid-19* yang diukur dengan indikator ROE mengalami perbedaan yang signifikan.

Nilai NPM sebelum berlangsungnya pandemi *covid-19* lebih besar daripada selama berlangsungnya pandemi *covid-19* dengan ditunjukkan hasil selisih yaitu 0,17004 dan nilai *Sig. (2-tailed)* menunjukkan hasil  $0,002 \leq 0,05$ . Kesimpulan Tabel 2. dengan hasil nilai profitabilitas perusahaan makanan dan minuman selama dan sebelum pandemi *covid-19* yang diukur dengan indikator NPM mengalami perbedaan yang signifikan.

## Pembahasan

### ROA Selama dan sebelum pandemi covid-19

Hasil uji beda berpasangan pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa ROA selama dan sebelum pandemi *covid-19* terdapat perbedaan. Perihal ini dapat diketahui dari nilai ROA sebelum berlangsungnya pandemi *covid-19* lebih besar daripada selama berlangsungnya pandemi *covid-19* dengan ditunjukkan hasil selisih yaitu 0,27855 dan hasil *Sig. (2-tailed)* ialah  $0,000 \leq 0,05$ . Hasil uji penelitian membuktikan bahwa profitabilitas perusahaan makanan dan minuman selama dan sebelum pandemi *covid-19* mengalami perbedaan signifikan yang diukur dengan ROA.

Perbedaan ROA selama dan sebelum pandemi *covid-19* dapat mempengaruhi harga saham. Pengujian ini berbanding lurus dengan pernyataan ROA dapat berpengaruh signifikan terhadap harga saham (Nordiana & Budiyanto, 2013). Semakin besar ROA ini, maka sejalan dengan semakin bagus perusahaan mengelola aset. Perihal ini akan dapat mempengaruhi minat investor untuk menanamkan saham yang dapat mengakibatkan meningkatnya harga saham perusahaan pada pasar modal juga akan bertambah.

Perbedaan ROA selama dan sebelum pandemi *covid-19* tidak mempengaruhi *Price Book Value*. Perihal ini tepat dengan pernyataan semakin besar ROA tidak dapat menentukan bahwa nilai perusahaan baik dimata investor (Sondakh et al., 2019). Nilai perusahaan dimata investor dapat dipengaruhi faktor lain tidak hanya ROA, seperti fluktuasi, keadaan industri sejenis, kurs volume transaksi, keadaan bursa, keadaan sosial, politik, ekonomi, dan stabilitas nasional suatu negara.

Hubungan ROA dengan *Pecking Order Theory*, profitabilitas mengukur kemampuan eahlianam periode tertentu (Dewi & Wirama., 2017). Perusahaan makanan dan minuman dalam menghasilkan laba cukup baik sehingga profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROA selama dan sebelum pandemi *covid-19* mengalami perbedaan signifikan atau perbedaan yang nyata. Sehingga pandemi *covid* memberikan dampak yang nyata bagi perusahaan dalam mengelola aset.

### ROE Selama dan sebelum pandemi covid-19

Hasil penelitian ini yang diuji dengan uji beda berpasangan menunjukkan hasil bahwa ROE perusahaan makanan dan minuman selama dan sebelum pandemi *covid-19* mengalami perbedaan. Perihal ini dapat diketahui dari nilai ROE sebelum berlangsungnya pandemi *covid-19* lebih besar daripada selama berlangsungnya pandemi *covid-19* dengan ditunjukkan hasil selisih yaitu 0,35926 dan nilai *Sig. (2-tailed)* 0,000 sehingga  $\leq 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan

profitabilitas perusahaan makanan dan minuman selama dan sebelum pandemi covid-19 yang diukur dengan ROE mengalami perbedaan signifikan.

Perbedaan ROA sebelum dan sebelum pandemi *covid-19* dapat mempengaruhi harga saham. Perihal ini berbanding lurus dengan pernyataan ROE berpengaruh signifikan terhadap harga saham (Nordiana & Budiyanto, 2013). Nilai besar pada ROE menunjukkan bahwa tingkat pengembalian yang diterima investor juga besar.

Perbedaan ROE selama dan sebelum pandemi covid-19 mempengaruhi *price book value* (PVB). Perihal ini sesuai dengan penelitian yang menunjukkan hasil bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap PVB (Sondakh et al., 2019). Perihal ini berarti jika profitabilitas yang diukur dengan indikator ROE akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan.

Hubungan ROE dengan *Pecking Order Theory*, profitabilitas mengukur keahlian manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui aktivitas operasional dalam periode waktu tertentu (Dewi & Wirama, 2017). ROE selama dan sebelum pandemi covid-19 dipengaruhi oleh laba yang dihasilkan melalui aktivitas pengelolaan ekuitas pemegang saham.

### **NPM Selama dan sebelum pandemi covid-19**

Hasil uji beda berpasangan pada penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas selama dan sebelum pandemi covid-19 yang diukur dengan NPM mengalami perbedaan. Hal ini dapat diketahui dari nilai NPM sebelum berlansungnya pandemi *covid-19* lebih besar daripada selama berlansungnya pandemi *covid-19* dengan ditunjukkan hasil selisih yaitu 0,17004 dan nilai Sig. (2-tailed) menunjukkan hasil  $0,002 \leq 0,05$ . Sehingga kesimpulan hasil tersebut profitabilitas perusahaan makanan dan minuman selama dan sebelum pandemi covid-19 yang diukur dengan NPM mengalami perbedaan signifikan.

Perbedaan NPM selama dan sebelum pandemi covid-19 dapat mempengaruhi harga saham. Perihal ini sejalan dengan pernyataan bahwa NPM berpengaruh signifikan terhadap harga saham (Rahayu & Yuniati, 2017). Perihal ini disebabkan dikarenakan banyaknya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang menjadikan perusahaan tersebut dalam menghasilkan keuntungan kurang optimal sehingga mengurangi keuntungan perusahaan.

Perbedaan NPM selama dan sebelum pandemi covid-19 berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Perihal ini tepat dengan pernyataan bahwa NPM berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba (Sondakh et al., 2019). Pertumbuhan laba yang besar akan mempengaruhi NPM yang besar.

Hubungan NPM dengan *Pecking Order Theory*, profitabilitas mengukur keahlian manajemen perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui aktivitas operasional dalam periode waktu tertentu (Dewi & Wirama, 2017). NPM yang besar akan mempengaruhi daya tarik investor. Semakin besar NPM semakin baik pula aktivitas operasional perusahaan terutama penjualan. Penjualan yang besar sejalan dengan pengeluaran yang dilakukan juga besar.

### **SIMPULAN**

1. Profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang selama dan sebelum pandemi covid-19 yang diukur dengan indikator ROA mengalami perbedaan signifikan. Perihal ini ditunjukkan dengan kondisi profitabilitas sebelum pandemi *covid19* lebih besar dibandingkan selama pandemi *covid-19*, sehingga dapat dikatakan bahwa *covid-19* berdampak pada profitabilitas yang diukur dengan indikator ROA.
2. Profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang selama dan sebelum pandemi covid-19 yang diukur dengan indikator ROE mengalami perbedaan signifikan. Perihal ini ditunjukkan dengan kondisi profitabilitas sebelum pandemi *covid19* lebih besar

dibandingkan selama pandemi *covid-19*, sehingga dapat dikatakan bahwa *covid-19* berdampak pada profitabilitas yang diukur dengan indikator ROE.

3. Profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang selama dan sebelum pandemi *covid-19* yang diukur dengan indikator NPM mengalami perbedaan signifikan. Perihal ini ditunjukkan dengan kondisi profitabilitas sebelum pandemi *covid19* lebih besar dibandingkan selama pandemi *covid-19*, sehingga dapat dikatakan bahwa *covid-19* berdampak pada profitabilitas yang diukur dengan indikator NPM

#### IMPLIKASI

1. Profitabilitas yang diukur dengan indikator ROA periode selama dan sebelum pandemi *covid-19* berdampak pada hasil aktivitas perusahaan dalam pengelolaan aset perusahaan.
2. Profitabilitas yang diukur dengan indikator ROE periode selama dan sebelum pandemi *covid-19* berdampak pada perbedaan pengelolaan modal yang menimbulkan besar pengembalian saham atas modal yang ditanamkan.
3. Profitabilitas yang diukur dengan indikator NPM periode selama dan sebelum pandemi *covid-19* berdampak pada perbedaan total penjualan yang sejalan dengan pertumbuhan laba dan harga saham.

#### KETERBATASAN PENELITIAN

1. Keterbatasan penelitian ini adalah masih sangat sedikit referensi variabel dalam masa pandemi *covid-19*.
2. Periode waktu masih relatif pendek yaitu laporan keuangan triwulan perusahaan minuman dan makanan selama satu tahun atau empat triwulan.
3. Variabel tunggal penelitian ini yaitu profitabilitas, hanya dapat menggunakan 3 indikator yang sesuai dengan kriteria.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afkar, T., & Fauziah. (2021). *Prediction And Trends Profitability For Islamic Commercial Banks In Indonesia During The Covid-19*. 2021(1), 188–196.
- Dewi, P. S. M. Y., & Wirama, D. G. (2017). Pecking Order Theory: Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Perusahaan Pada Keputusan Pendanaan Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 18(3), 2423–2450.
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2012). *Analisis Laporan Keuangan* (Keempat).
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan* (Ke-8). PT RajaGrafindo Persada.
- Kusuma, G., Suhadak, & Arifin, Z. (2011). *Analisis Pengaruh Profitabilitas (Profitability) Dan Tingkat Pertumbuhan (Growth) Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan*. 1, 1–15.
- Marianti, C., Mardani, R. M., & Rizal, M. (2019). Pengaruh Economic Value Added (Eva), Return On Asset (Roa), Return On Equity (Roe), Dan Net Profit Margin (Npm) Terhadap Harga Saham Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2019. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 173–187. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Nordiana & Budiyanto. (2013). Pengaruh DER, ROA, dan ROE terhadap harga saham pada perusahaan food and beverage. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rahayu, S. S., & Yuniati, T. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1–18.
- Sondakh, P., Saerang, I., & Samadi, R. (2019). Pengaruh Struktur Modal (ROA, ROE DAN DER)

Terhadap Nilai Perusahaan (PVB) Pada Perusahaan Sektor Properti Yang Terdaftar Di Bei (Periode 2013-2016). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 3079–3088. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24196>

## PENGARUH ROA, DER, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SUB INDUSTRI SEMEN YANG TERDAFTAR DI BEI

Mifta'ul Afifah Tia Mareta<sup>1</sup>, H. Subakir<sup>2</sup>, Fauziyah<sup>3</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : [fifatiamareta919@gmail.com](mailto:fifatiamareta919@gmail.com)<sup>1</sup>, [basta.fauziyah@gmail.com](mailto:basta.fauziyah@gmail.com)<sup>3</sup>

koresponden : [subakir@unipasby.ac.id](mailto:subakir@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh ROA, DER dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel untuk penelitian ini meliputi 5 perusahaan semen yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengunduhan sampel yang digunakan yakni *purposive sampling*. Dalam riset ini menggunakan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan ialah pengujian asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji-t dan uji-F, serta koefisien determinasi. Hasil uji statistik t-test variabel ROA diperoleh t-hitung sejumlah -2,306, nilai signifikan sejumlah 0,025, sehingga ( $0,025 < 0,05$ ), variabel DER diperoleh t-hitung sejumlah -2,882, dengan signifikansi nilai 0,006 jadi ( $0,006 < 0,05$ ), variabel ukuran perusahaan memperoleh t-hitung sejumlah -3,205 dan nilai signifikan 0,002 jadi ( $0,002 < 0,05$ ). Pada uji F diperoleh F-hitung sejumlah 14,645 dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti pada uji-t dan uji F telah membuktikan bahwa ROA, DER dan ukuran Perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019.

**Kata kunci** : ROA, DER, Ukuran Perusahaan & Nilai Perusahaan

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of ROA, DER and firm size on firm value in cement manufacturing companies listed on the IDX. This study uses quantitative methods. The sample for this study includes 5 cement companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique used is purposive sampling. In this study using secondary data. The data analysis technique used was classical assumption testing, multiple regression analysis, hypothesis testing using t-test and F-test, and the coefficient of determination. The results of the t-test statistic for the ROA variable obtained a t-count of -2.306, a significant value of 0.025, so ( $0.025 < 0.05$ ), the DER variable obtained a t-count of -2.882, with a significance value of 0.006 so ( $0.006 < 0, 05$ ), the firm size variable obtained a t-count of -3.205 and a significant value of 0.002 so ( $0.002 < 0.05$ ). In the F test, the F-count obtained is 14,645 with a significant value of  $0.000 < 0.05$ , which means that the t-test and F test have proven that ROA, DER and company size affect the value of the cement sub-industrial companies listed on the IDX from 2017 to 2019.*

**Keywords:** ROA, DER, Company Size & Company Value

## PENDAHULUAN

Nilai perusahaan ialah suatu kondisi yang menggambarkan pencapaian dari perusahaan yang dapat dilihat sejak berdirinya perusahaan yang tertera. Memaksimalkan nilai pada perusahaan merupakan tujuan penting bagi perusahaan, dengan cara meningkatkan nilai saat ini dari seluruh profit yang diperoleh melalui pemegang yang andil di masa yang akan datang (Harsiatun, 2019). Nilai perusahaan menggambarkan kualitas pengelolaan kekayaannya. Kenaikan nilai dalam perusahaan ditandai dengan adanya kenaikan harga saham di pasar modal, oleh sebab itu kenaikan nilai perusahaan akan disukai oleh calon investor. Hal tersebut tidak terlepas dari informasi laporan keuangan yang dirilis setiap tahunnya. Dari tahun ke tahun, isu ketidakstabilan atau fluktuasi harga saham menjadi isu yang sangat relevan bagi investor dan perusahaan.

Faktor lain yang menjadi penyebab fluktuasi nilai perusahaan adalah *Debt To Equity Ratio* (DER), DER ialah skala yang dipakai untuk menaksir utang dengan modal (Hery, 2016). Skala ini mendapati total uang yang disediakan oleh kreditor pada pemilik perusahaan untuk mendapati jumlah rupiah modal sendiri yang dirupakan sebagai cagaran utang. Skala ini dicari dengan gaya membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar atas seluruh modal. Bagi kreditor semakin bertambah skala ini, maka semakin tinggi resiko yang ditanggung akan kegagalan yang mungkin ada di perusahaan. Skala ini berperan untuk mendapati seberapa tinggi aset perusahaan yang didanai oleh utang atau seberapa tinggi utang perusahaan yang mempengaruhi pengendalian aktiva (Veronica, dkk. 2016).

Selain ROA dan DER, selanjutnya faktor yang diperkirakan mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang nampak dari total nilai aset perusahaan (Hartono, 2015). Ukuran perusahaan juga diartikan sebagai indikator yang dapat memberikan petunjuk tentang karakteristik atau status perusahaan. Ada banyak standar yang bisa dipakai untuk menetapkan ukuran perusahaan terutama dalam total aset (Ernawati dan Wiidyawati, 2015). Hal ini mendorong investor untuk membeli saham pada perusahaan yang dapat menyebabkan harga saham tersebut melambung tinggi. Ketika harga saham naik di atas nilai buku perusahaan, berarti nilai perusahaan yang diwakili oleh PBV juga akan meningkat (Vincent, 2019). Oleh karena itu, jumlah aset yang besar dapat mendukung kegiatan usaha perusahaan, sehingga meningkatkan produksi perusahaan.

Permasalahan laporan keuangan yang terjadi di Perusahaan Semen yang tercatat di Bursa Efek Indonesia menampilkan kondisi nilai perusahaan yang belum stabil dari tahun 2017-2019. Kondisi fluktuasi tersebut digunakan sebagai acuan dalam pasar modal dan dapat menurunkan harga saham pada Perusahaan Semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Oleh sebab itu, perusahaan perlu melakukan penanganan dan pengolahan lebih baik agar nilai perusahaan dapat meningkat. Perusahaan perlu meninjau kembali faktor-faktor yang mengakibatkan nilai perusahaan tidak stabil. Tujuan dari riset ini ialah agar mengetahui adanya pengaruh dalam nilai perusahaan sub industri semen yang terdaftar di BEI dari tahun 2017 hingga 2019 dari variabel-variabel yang diuji.

## METODE

Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang dipakai terdiri dari 5 perusahaan, cara pengambilan sampel memakai *purposive sampling*, standar pemilihan sampel sebagai berikut :

1. Tercatat sebagai perusahaan manufaktur sub industri semen di BEI periode 2017-2019.
2. Perusahaan yang mempunyai laba positif selama periode 2017-2019.

**Tabel 1. Daftar pemilihan Sampel Penelitian**

Keterangan	Jumlah
▪ Perusahaan manufaktur sub sektor semen yang terdaftar di BEI periode 2017-2019	6
▪ Perusahaan yang tidak memiliki laba positif selama periode 2017-2019	-1
<b>Perusahaan yang terpilih sebagai sampel</b>	<b>5</b>

Sumber : Bursa Efek Indonesia (diolah)

Berdasarkan proses atas pemilihan sampel maka telah terpilih 5 sampel perusahaan. Data dalam penelitian ini menggunakan periode 3 tahun (2017-2019), akhirnya total seluruh data sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 data laporan keuangan per triwulan perusahaan manufaktur sub sektor semen yang tercatat di BEI pada 2017-2019.

**Tabel 2. Perusahaan Yang Menjadi Sampel Penelitian**

No	Nama Perusahaan	Kode
1	Indocement Tunggak Prakasa Tbk.	INTP
2	Semen Baturaja (Persero) Tbk.	SMBR
3	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	SMGR
4	Waskita Beton Precast Tbk.	WSBP
5.	Wijaya Karya Beton Tbk.	WTON

Sumber : Bursa Efek Indonesia (diolah)

Teknik analisis data yang dipakai ialah pengujian asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji F), analisis regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi. Pengujian dilakukan menggunakan program SPSS versi 20.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

**Tabel 3. Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,44221869
	Absolute	,130
Most Extreme Differences	Positive	,130
	Negative	-,099
Kolmogorov-Smirnov Z		1,004
Asymp. Sig. (2-tailed)		,266

Sumber : Lampiran SPSS Data Output (diolah)

Menurut hasil uji tersebut dikatakan bahwa pengujian normalitas yang memakai uji *Kolmogorof-Smirnov* dan memperoleh nilai signifikansi  $0,266 > 0,05$  yang bermakna data telah diterima dan berdistribusi secara normal.

#### 2. Uji Multikolinieritas

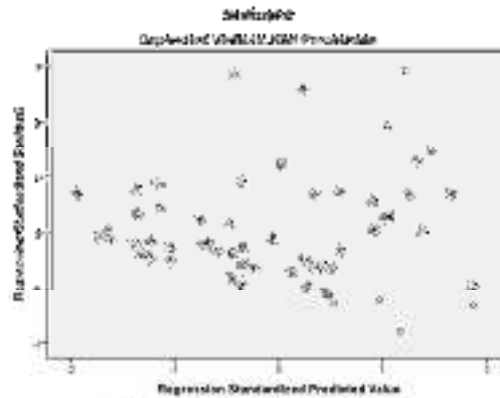
**Tabel 4. Uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA (X1)	,950	1,052
	DER (X2)	,806	1,240
	Ukuran Perusahaan (X3)	,783	1,277

Sumber : Lampiran SPSS Data Output (diolah)

Menurut hasil uji data, di peroleh hasil pada Nilai Tolerance dan VIF untuk variabel ROA (X1) DER (X2) dan Ukuran Perusahaan per variabel mempunyai Nilai Tolerance  $\geq 0,10$ , dan nilai VIF  $\leq 10$  yang akhirnya tidak terjadi multikolinieritas.

**3. Heteroskedastisitas**



Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengujian terlihat bahwa pada gambar *scatterplot*. Titik-titik berada menebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y. kondisi ini diartikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**4. Autokorelasi**

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1,615

Sumber : Lampiran SPSS Data Output (diolah)

Hasil uji data didapatkan hasil nilai DW 1,615, Jika d terletak antara dU sejumlah 1,68889 atau kurang dari (4-dU) 4-1,68889 sejumlah 2,31111, maka hipotesis nol diterima, yang bermakna tidak terjadi autokorelasi.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3,413	,874		3,903	,000
ROA (X1)	-1,374	,596	-,248	-2,306	,025
DER (X2)	-,774	,268	-,345	-2,882	,006
Ukuran Perusahaan (X3)	-2,613	,815	-,381	-3,205	,002

Sumber : Lampiran SPSS Data Output (diolah)

Hasil pengujian pada tabel 6 dapat diketahui bahwa model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,413 - 1,374X_1 - 0,774X_2 - 2,613X_3 + e$$

Menurut persamaan tersebut maka bisa di jelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (a) sejumlah 3,413  
Hasil dari pengujian tersebut didapatkan konstanta (a) 3,413. Maksudnya variabel Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh ketiga variabel bebasnya. Jika variabel bebas ROA (X1), DER (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3) bernilai nol maka tingginya rata-rata pada Nilai Perusahaan tetap 3,413, dapat diartikan bahwa konstanta memiliki pengaruh positif pada Nilai Perusahaan.
- b. Nilai koefisien variabel ROA (X1) sejumlah -1,374, Koefisien regresi (b<sub>1</sub>) menunjukkan bahwa pada variabel ROA (X1) bernilai negatif atas Nilai perusahaan. Ini dapat diartikan bahwa saat ROA (X1) mendapat penambahan sebesar 1% maka nilai perusahaan akan mendapat pengurangan sejumlah koefisien ROA atau 1,374 satuan. Hal ini menunjukkan jika ROA (X1) berpengaruh negative pada Nilai Perusahaan. Akibat adanya pengaruh negative ini hubungan ROA dengan Nilai Perusahaan ialah berlawanan arah, jika ROA naik maka nilai perusahaan turun, jika ROA turun nilai perusahaan akan naik.
- c. Nilai koefisien variabel DER (X2) sejumlah -0,774. Koefisien regresi (b<sub>2</sub>) menunjukkan variabel DER bernilai negatif pada Nilai Perusahaan. Hal ini bermakna bahwa ketika DER (X2) mendapat penambahan sebanyak 1% variabel Nilai Perusahaan akan mendapat pengurangan sejumlah koefisien DER atau 0,774 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa DER (X1) berpengaruh negative pada Nilai Perusahaan. akibat dari pengaruh negative ini hubungan DER dengan Nilai Perusahaan berlawanan arah yang berarti jika DER naik maka nilai perusahaan turun, jika DER turun nilai perusahaan akan naik.
- d. Nilai koefisien variabel Ukuran perusahaan (X3) sebesar -2,613. Koefisien regresi (b<sub>3</sub>) menunjukkan variabel Ukuran Perusahaan bernilai negatif pada Nilai perusahaan. Hal ini bermakna ketika Ukuran Perusahaan (X2) mendapat penambahan sebanyak 1% variabel Nilai Perusahaan akan mendapat pengurangan sebanyak koefisien Nilai Perusahaan atau 2,613 satuan. Ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (X3) berdominasi negative atas Nilai Perusahaan. Akibat pengaruh negative ini hubungan Ukuran Perusahaan atas nilai perusahaan berlawanan arah yang berarti ketika Ukuran Perusahaan naik maka nilai perusahaan turun, jika Ukuran Perusahaan turun nilai perusahaan pasti naik.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji t

Tabel. 7. Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

	t <sub>hitung</sub>	Sig.
ROA (X1)	-2,306	,025
DER (X2)	-2,882	,006
Ukuran Perusahaan (X3)	-3,205	,002

Sumber : Lampiran SPSS Data Output (diolah)

Berdasarkan tabel 7 bahwa nilai t<sub>hitung</sub> pada variabel ROA (X1) -2,306 dengan nilai signifikan sejumlah 0,025 maka (0,025 < 0,05). Dari hasil yang tertera dapat dikatakan jika variabel ROA (X1) mempengaruhi nilai perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019 Artinya hipotesis (H1) dapat diterima.

Nilai t<sub>hitung</sub> pada variabel DER (X2) sejumlah -2,882 dengan nilai signifikan sejumlah 0,006 maka (0,006 < 0,05). Dari hasil yang tertera dapat dikatakan jika variabel DER (X2) mempengaruhi nilai

perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019. Artinya hipotesis (H2) dapat diterima.

Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Ukuran Perusahaan (X3) sejumlah -3,205 dengan nilai signifikan sejumlah 0,002 maka  $(0,002 < 0,05)$ . Pada hasil yang tertera maka variabel Ukuran Perusahaan (X3) mempengaruhi nilai perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019. Artinya hipotesis (H3) dapat diterima.

## 2. Uji F

Tabel 8. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>		
	Fhitung	Sig.
Regression	14,645	,000 <sup>b</sup>

Sumber : Lampiran SPSS Data Output (diolah)

Berdasarkan tabel 8 pada pengujian Uji F dapat diperoleh bahwa variabel bebas yaitu ROA (X1), DER (X2), dan ukuran Perusahaan (X3) atas Nilai Perusahaan (Y) menampilkan hasil regresi untuk nilai Fhitung sejumlah 14,645 sedangkan signifikan berada pada nilai 0,000. Dimana asumsi jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Dapat dinyatakan bahwa ROA (X1), DER (X2), dan ukuran Perusahaan (X3) secara simultan mempengaruhi Nilai Perusahaan (Y). Dengan demikian hipotesis yang diajukan diterima dan terbukti kebenarannya.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil riset hipotesis menggunakan uji-t, pada variabel ROA (X1) mempengaruhi nilai perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019 dan pada akhirnya hipotesis pertama bisa diterima. Dalam penelitian ini ROA bernilai negative yang bermakna bahwa relasi ROA dengan Nilai Perusahaan ialah berlawanan arah yang bermakna jika ROA bertambah maka nilai perusahaan turun, jika ROA menurun nilai perusahaan akan bertambah.

Hasil riset hipotesis menggunakan uji t menyatakan bahwa pada variabel DER (X2) mempengaruhi nilai perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019 dan pada akhirnya hipotesis kedua bisa diterima. Dalam penelitian ini DER bernilai negative yang bermakna bahwa hubungan DER dengan Nilai Perusahaan ialah berlawanan arah, jika DER meningkat maka nilai perusahaan akan turun, jika DER turun nilai perusahaan akan meningkat.

Hasil pengujian hipotesis yang memakai uji t menyatakan bahwa pada variabel Ukuran Perusahaan (X3) mempengaruhi Nilai Perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019 bisa diterima. Pada riset ini ukuran perusahaan memiliki nilai negative berarti bahwa hubungan ukuran perusahaan dengan Nilai Perusahaan ialah berlawanan arah yang berarti jika ukuran perusahaan bertambah maka nilai perusahaan turun, apabila ukuran perusahaan turun nilai perusahaan pasti naik.

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F menyatakan bahwa ROA (X1), DER (X2), dan ukuran perusahaan (X3) yang diuji secara simultan atas Nilai Perusahaann(Y) menunjukkan hasil bahwa secara bersama-sama mempengaruhi Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019. Hasil hipotesis yang diajukan diterima dan terbukti kebenarannya.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. ROA mempengaruhi nilai perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019 dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
2. DER mempengaruhi nilai perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019 dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

3. Ukuran Perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017 hingga 2019 dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
4. ROA, DER, dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017-2019 dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

#### **IMPLIKASI**

Kepada perusahaan sub industri semen yang tercatat di BEI dari tahun 2017-2019 sebaiknya selalu memperhatikan kinerja pada manajemen perusahaan terutama dalam hal peningkatan laba dan hutang perusahaan agar menjadi efisien dan efektif sehingga menghasilkan nilai ROA yang positif dan juga nilai DER yang rendah, dikarenakan dapat membuat banyak investor menanamkan modalnya dan meningkatkan nilai perusahaan.

#### **KETERBATASAN PENELITIAN**

Peneliti telah berupaya dalam melakukan penelitian ini, tetapi tentu saja masih mempunyai keterbatasan, di antaranya dalam penelitian ini hanya memakai variabel ROA, DER dan ukuran perusahaan saja, sehingga masih kurang mampu mengukur nilai perusahaan yang akan menjadi tolak ukur calon investor. Peneliti juga hanya menggunakan perusahaan manufaktur sub sektor semen saja sebagai subjek penelitian, yang mengakibatkan hasil penelitian ini tidak dapat digunakan bagi perusahaan manufaktur sub sektor lainnya ataupun non manufaktur .

### DAFTAR PUSTAKA

- Bursa Efek Indonesia., *Laporan Keuangan Tri Wulan* 2017, 2018, dan 2019. (diakses di <http://www.idx.co.id> pada 09 Mei 2021)
- Ernawati, Dewi dan Widyawati, Dini. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol-4, No-4, 2015
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harsiatun, Siti. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Semen Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017). *Thesis*. Univeristas Diponegoro
- Hasibuan, Veronica. (2016). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi bisnis*. Vol-39, No-1, 2016
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Grasindo.
- Jayaputra, Vincent. (2019). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Thesis*. Universitas Multimedia Nusantara
- Jugiyanto, Hartono. (2015). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*. Edisi Kelima. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Pratiwi, Nurul. (2017). Pengaruh Roa terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderating Di Perusahaan Manufaktur Industry Sub Sektor Semen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

## ANALISIS PERHITUNGAN PENYETORAN DAN PELAPORAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI PADA CV GOLDEN TASHINDO FOOD (BERBASIS E-FAKTUR)

Nur Sukma Ananda<sup>1</sup>, Muhammad Afrizal Miradji<sup>2</sup>  
Universitas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : [nursukmaananda@gmail.com](mailto:nursukmaananda@gmail.com)<sup>1</sup>  
Koresponden : [afrizal@unipasby.ac.id](mailto:afrizal@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Sejalan dengan kemajuan globalisasi, pungutan menjadi wilayah utama sebagai sumber pendapatan negara yang signifikan. Motivasi di balik eksplorasi ini adalah untuk menemukan dan menggambarkan bagaimana penghitungan dan perincian PPN (dalam terang tanda terima elektronik) yang merupakan kerangka kerja organisasi terkini. Untuk mendapatkan target ini, para ilmuwan menggunakan jenis pemeriksaan yang tidak salah lagi dengan metodologi subjektif. Informasi didapat melalui persepsi, pertemuan, dan dokumentasi langsung di lokasi eksplorasi. Titik fokus dari pemeriksaan ini adalah penghitungan PPN, penyimpanan PPN, dan pengumuman PPN sesekali menggunakan informasi PPN dari Januari 2019 hingga Desember 2019. Hasil investigasi menduga bahwa CV. Brilliant Tashindo Food dalam mengungkapkan PPN terutang kepada CV. Brilliant Tashindo Food sudah sesuai dengan pengaturan material menggunakan E-SPT PPN 111 dan menggunakan E-Invoice berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan 48 / PMK / .03 / 2020, namun pada awalnya menggunakan E-Invoice CV Golden Tashindo Food mengalami tantangan yang mengakibatkan keterlambatan pengumuman hutang PPN, perkiraan denda keterlambatan perincian pada bulan Maret 2019 berjumlah sampai dengan Rp. 500.000. Sehingga dalam memanfaatkan framework organisasi e-Invoice untuk memberikan permintaan biaya dan selanjutnya penghitungan time frame PPN tersebut sebenarnya harus disempurnakan lagi, karena framework ini berbasis online, maka mempertimbangkan kembali kesalahan akan sulit dilakukan, memperbaiki Sifat perwakilan juga harus diselesaikan oleh CV. Brilliant Tashindo Food untuk menghindari kerusakan yang menyebabkan ketidaknyamanan persetujuan untuk kesalahan ini.

### ABSTRACT

*Along with the development of globalization, taxes are the main sector as a source of substantial state revenue. The purpose of this research is to find out and describe how the VAT calculation and reporting (based on e-invoice) which is the newest administration system. To obtain these objectives, researchers used descriptive research with a qualitative approach. Data obtained through observation, interviews, and direct documentation at the research site. The focus of this research is the calculation of VAT, VAT deposits and periodic VAT reporting using VAT data from January 2019 to December 2019. The results of the study concluded that CV. Golden Tashindo Food in reporting the VAT payable to CV. Golden Tashindo Food is already in accordance with the applicable provisions using E-SPT PPN 111 and using E-Invoice based on the Minister of Finance Regulation 48 / PMK / .03 / 2020, but initially using E-Invoice CV Golden Tashindo Food experienced difficulties resulting in delays in reporting the VAT payable, calculation of fines for late reporting in March 2019 amounting to Rp. 500,000. So that in using the e-Invoice administration system to issue tax invoices and also the calculation of the VAT period, it still has to be improved again, because this system is online based, so revising errors will be difficult to do, improving the quality of employees should also be done by CV. Golden Tashindo Food in order to avoid mistakes that cause sanctions for these mistakes*

**Keywords :** VAT Calculation, VAT Deposit and VAT Reporting

## 1.1 PENDAHULUAN

Pajak adalah iuran rakyat kepada negara berdasarkan Undang undang untuk membiayai pengeluaran negara seperti kesehatan masyarakat, pendidikan dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu jenis pajak yang diterapkan di Indonesia adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN). (Mardiasmo., 2018:3) PPN adalah pengganti dari Pajak Penjualan yang dijadikan sebagai sumber penerimaan negara untuk membiayai pembangunan nasional, yang dilakukan atas transaksi penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) dan Jasa Kena Pajak (JKP) mengharuskan Pengusaha Kena Pajak (PKP) untuk menerbitkan Faktur Pajak Keluaran.

“Pengusaha yang melakukan penyerahan barang atau jasa yang dikenakan pajak adalah” “Pengusaha Kena Pajak (PKP)”. “Pengusaha tersebut diwajibkan untuk melaporkan usahanya untuk di jadikan sebagai PKP”. “Setelah melaporkan usahanya sebagai PKP, Kewajiban selanjutnya yang harus dilakukan oleh pengusaha yang bersangkutan adalah memungut, menyetorkan, melunasi dan melaporkan PPN yang terutang dalam hal pemungutan PPN yang terutang, perlu diketahui tentang jumlah PPN terutang yang harus di pungut waktu dan tempat pajak terutang faktur pajak, pajak masukan dan keluaran, serta mekanisme kreditnya.”

Transaksi yang dilakukan CV Golden Tashindo Food cukup banyak, selama ini sistem penjualan dan pembelian masih menggunakan Microsoft Excell dalam perhitungan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Untuk mempermudah karyawan dalam Perhitungan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai (PPN), maka perusahaan mulai menggunakan Aplikasi E-Faktur pada tahun 2018, Karena sebelumnya CV GTF menggunakan Ms. Excell dalam perhitungan PPN, maka karyawan di CV GTF mengalami kesulitan ketika melakukan peralihan Sistem dari Ms. Excell ke Aplikasi E-faktur.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Supaya mengetahui Apakah Perhitungan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai yang dilakukan CV Golden Tashindo Food pada tahun 2019 sudah sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 48/PMK.03/2020.

## 2.1 METODE PENELITIAN

### 2.1.1 JENIS, SUMBER DATA & TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Jenis Penelitian  
Eksplorasi yang diarahkan dalam penyelidikan ini merupakan pemeriksaan yang memanfaatkan metodologi subjektif yang sifatnya berbeda.
2. Sumber Data  
Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer dan Data Sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain (Sugiyono,2013:137), Selain itu penelitian ini juga menggunakan “data primer”, “data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lapangan”.
3. Teknik Pengumpulan Data  
(Afkar., 2016) Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan wawancara. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan metode pencatatan Laporan Pajak Pertambahan Nilai yang dilakukan pada CV Golden Tashindo Food. Rapat digunakan untuk mendapatkan pemikiran, atau data tentang perkiraan toko dan pengungkapan biaya tambahan yang berharga.

### 2.1.2 SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

1. Subjek Penelitian merupakan informan sebagai sumber untuk memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian (Suharsimi Arikonto, 2016). Berdasarkan pengertian tersebut subjek penelitian ini adalah Direktur Keuangan CV Golden Tashindo Food.
2. Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Objek penelitian adalah suatu atribut, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Berdasarkan penjelasan tersebut, objek dalam penelitian ini adalah laporan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Tahun 2019.

### 2.1.3 TEKNIK ANALISIS DATA

(Widjajanto, 2019) Strategi penyelidikan informasi yang digunakan dalam pemeriksaan ini adalah pemeriksaan ekspresif, khususnya teknik pemeriksaan dengan terlebih dahulu mengumpulkan informasi untuk dipertimbangkan, kemudian dalam pemeriksaan berikutnya, secara jelas menggambarkan keadaan yang sedang diselidiki untuk menarik dalam sehari-hari. Kejayaan, tahapan investigasi mengatur informasi yang menyertai: Mengumpulkan data data yang diperoleh dari perusahaan berupa faktur pajak dan SPT Masa PPN Tahun 2019;

- a. Melakukan wawancara kepada pimpinan CV Golden Tashindo Food mengenai informasi perusahaan
- b. Menganalisis perhitungan penyetoran dan pelaporan Pajak Pertambahan Nilai yang dilakukan oleh CV Golden Tashindo Food sesuai dengan “Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 48/PMK.03/2020”.
- c. Menarik kesimpulan penelitian berdasarkan identifikasi masalah yang ada

### 3.1 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 3.1.2 ANALISIS PERHITUNGAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) CV GTF

Sesuai Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 48/PMK.03/2020 yang menentukan tarif PPN adalah 10%. Sesuai data yang didapat dari hasil penelitian yang dilakukan, di CV Golden Tashindo Food “maka didapati sejumlah transaksi yang terjadi selama tahun 2019. Dalam melakukan penghitungan besarnya PPN yang harus di setor atau yang disebut PPN Keluaran dan juga PPN yang harus dipungut perusahaan atau yang disebut dengan PPN Masukan maka perusahaan pun melakukan perhitungan berdasarkan peraturan yaitu Dasar Pengenaan Pajak dikalikan dengan tarif pajak sebesar” 10 %. Dalam perhitungan Tank underpayment atau over charge, CV GTF memiliki Tank Contribution yang lebih rendah dari Yield Tank, yang membuat Tank harus dibayar rendah secara konsisten. Berikut tabel kekurangan pembayaran Tank CV GTF tahun 2019:

Tabel 3.1  
Daftar Perhitungan Kurang Bayar CV  
GTFTahun 2019

Masa	PPN Penjualan	PPN Pembelian	Kurang Bayar
Januari	Rp 335.699.709	Rp 322.788.182	Rp 12.911.527
Februari	Rp 330.012.802	Rp 317.320.002	Rp 12.692.800
Maret	Rp 324.325.895	Rp 311.851.822	Rp 12.474.073
April	Rp 326.202.625	Rp 313.656.370	Rp 12.546.255
Mei	Rp 342.261.172	Rp 329.097.281	Rp 13.163.891
Juni	Rp 401.810.629	Rp 386.356.374	Rp 15.454.255
Juli	Rp 377.214.631	Rp 362.706.376	Rp 14.508.255
Agustus	Rp 347.891.361	Rp 334.510.924	Rp 13.380.437
September	Rp 337.477.181	Rp 324.497.289	Rp 12.979.892
Oktober	Rp 379.063.001	Rp 364.483.655	Rp 14.579.346
November	Rp 401.739.731	Rp 386.288.203	Rp 15.451.528
Desember	Rp 462.234.642	Rp 444.456.387	Rp 17.778.255
<b>Total</b>	<b>Rp 4.365.933.380</b>	<b>Rp4.198.012.865</b>	<b>Rp 167.920.515</b>

Sumber Data : Diolah Penulis

Berikut tabel perhitungan kurang bayar CV GTF yang sudah dilakukan pembetulan :

Tabel 3.2  
Daftar Perhitungan Kurang Bayar CV GTF yang sudah dilakukan  
pembetulan Tahun 2019

<b>Masa Pajak Tahun 2019</b>	<b>PPN Penjualan</b>	<b>PPN Pembelian</b>	<b>Kurang Bayar</b>
Januari	Rp 335.699.709	Rp 322.788.182	Rp 12.911.527
Februari	Rp 330.012.802	Rp 317.320.002	Rp 12.692.800
Maret	Rp 324.325.895	Rp 311.851.822	Rp 12.474.073
April	Rp 326.202.625	Rp 313.656.370	Rp 12.546.255
Mei	Rp 342.261.172	Rp 329.097.281	Rp 13.163.891
Juni	Rp 401.810.629	Rp 386.356.374	Rp 15.454.255
Juli	Rp 377.214.631	Rp 362.706.376	Rp 14.508.255
Pembetulan I	Rp 376.414.631	Rp 362.706.376	Rp 13.708.255
Agustus	Rp 347.891.361	Rp 334.510.924	Rp 13.380.437
September	Rp 337.477.181	Rp 324.497.289	Rp 12.979.892
Oktober	Rp 379.063.001	Rp 364.483.655	Rp 14.579.346
November	Rp 401.739.731	Rp 386.288.203	Rp 15.451.528
Desember	Rp 462.234.642	Rp 444.456.387	Rp 17.778.255
<b>Total</b>	<b>Rp 4.742.348.011</b>	<b>Rp4.560.719.241</b>	<b>Rp 181.628.770</b>

Sumber Data : Diolah Penulis

### 3.1.3 PENYETORAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) CV GTF

Penyimpanan Penilaian Pertambahan Nilai Signifikan (PPN) oleh Pengusaha Tersedia (PKP) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat 3 harus dilakukan paling lambat akhir bulan berikutnya setelah selesai masa tugas dan sebelum Beban Pertambahan Nilai. Jangka waktu Formulir Pemerintah disampaikan melalui pasal 15A pasal 1. Untuk Toko gunakan kode toko 411211-100 yang merupakan kode untuk toko Mass Tank lokal. Tambahan pembayaran angsuran yang dilakukan oleh CV GTF terlambat di Walk 2019, hal ini terjadi karena pekerja yang bertanggung jawab mengungkapkan biaya tambahan yang lalai, sehingga CV Brilliant Tashindo Food mendapat surat peringatan dari Kantor Tata Usaha Tugas (KPP) yang tergantung denda Rp. . 500.000, - untuk penundaan. Sesuai Pedoman Gembala Uang Republik Indonesia Nomor 48 / PMK.03 / 2020, CV GTF dikenakan denda sebesar Rp. 500.000. Toko CV Brilliant Tashindo Food Tank selama tahun 2019 diperkenalkan pada tabel berikut:

Tabel 3.3  
Daftar Penysetoran PPN CV Golden Tashindo  
FoodTahun 2019

Masa Pajak Tahun 2019	Tanggal Penysetoran	Jumlah Setoran PPN	Tempat Penysetoran PPN Kurang Bayar	Keterangan
Januari	30/02/2019	Rp 12.911.527	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
Februari	30/03/2019	Rp 12.692.800	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
Maret	03/05/2019	Rp 12.474.073	PT. Bank Central Asia, Tbk	Terlambat
April	30/05/2019	Rp 12.546.255	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
Mei	30/06/2019	Rp 13.163.891	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
Juni	30/07/2019	Rp 15.454.255	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
Juli	30/08/2019	Rp 14.509.255	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
Pembetulan I	30/09/2019	Rp 13.708.255	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
Agustus	30/09/2019	Rp 12.580.437	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
September	30/10/2019	Rp 12.979.892	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
Oktober	30/11/2019	Rp 14.579.346	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
November	30/12/2019	Rp 15.451.528	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat
Desember	30/01/2020	Rp 17.778.255	PT. Bank Central Asia, Tbk	Tidak Terlambat

Sumber data : diolah penulis

**PELAPORAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) CV GTF**

Pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) masa PPN yang dilakukan oleh CV GoldenTashindo Food terdapat pada tabel berikut.

Tabel 3.4  
Daftar Pelaporan PPN CV Golden Tashindo  
FoodTahun 2019

Masa Pajak Tahun 2019	Tanggal Pelaporan	PPN Kurang Bayar	Kelengkapan Dokumen	Keterangan
Januari	29/02/2019	Rp 12.912.527	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
Februari	28/02/2019	Rp 21.209.900	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
Maret	28/03/2019	Rp 22.204.905	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
April	28/04/2019	Rp 11.544.263	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
Mai	28/05/2019	Rp 19.133.924	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
Juni	28/06/2019	Rp 15.194.270	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
Juli	28/07/2019	Rp 16.568.220	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
Agustus	28/08/2019	Rp 21.504.290	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
September	28/09/2019	Rp 19.501.437	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
Oktober	28/10/2019	Rp 24.079.626	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
November	28/11/2019	Rp 16.451.506	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir
Desember	28/12/2019	Rp 22.706.266	Formulir 1111, 1112 AB	Terdampir

Sumber data : Diolah penulis

#### **4.1.1 Perhitungan Kurang Bayar/Lebih Bayar CV Golden Tashindo Food terhadap Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia 48/PMK.03/2020**

Proses perhitungan PPN terutang ke Kas Negara, Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 48/PMK.03/2020, apabila dalam satu masa PPN, Pajak Masukan yang dapat dikreditkan lebih besar dari Pajak yang dikeluarkan, selisihnya merupakan PPN lebih bayar, maka atas kelebihan tersebut dikreditkan atau dikompensasikan pada masa pajak berikutnya. Pada bulan juli CV Golden Tashindo Food menerima pemberitahuan pembatalan Faktur Pajak yang dilakukan oleh PT. Indofood, pencabutan ini dilakukan karena telah diterbitkannya dua kali lipat kuitansi bea masuk pada bulan Juli, dengan tujuan agar penyesuaian pokok dilakukan pada bulan Juli dari kurang bayar Tangki senilai Rp. 14.508.255, - sampai Rp. 13.708.255, - selisih Rp. 800.000, - menjadi beban berlebih, kemudian kelebihan tersebut dibayarkan pada bulan Agustus, yang semula kurang bayar sebesar Rp. 13.380.437, menjadi kurang bayar 12.580.437. Pemenuhan kewajiban terhadap perhitungan PPN terhutang CV Golden Tashindo Food membandingkan pajak masukan dan juga pajak keluaran dalam setiap masa pajak. Besarnya PPN terhutang merupakan bagian dari laporan keuangan yang dibuat oleh CV Golden Tashindo Food setiap akhir bulan. Jika biaya informasi tidak sama dengan biaya hasil, organisasi akan mengalami kekurangan pembayaran, tetapi jika biaya informasi lebih besar daripada biaya hasil, organisasi akan mengalami tagihan yang berlebihan dan dapat dilunasi dalam jangka waktu berikut. .

#### **4.1.2 Penyetoran PPN CV Golden Tashindo Food terhadap Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia 48/PMK.03/2020**

CV Golden Tashindo Food dalam melakukan setor PPN menggunakan e-billing yang mana bagian accounting perusahaan membuka sistem e-billing dari web yang sudah disediakan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) secara online yang dinamakan E-Filling. Toko Asesmen Layak Ditambahkan CV Splendid Tashindo Food dengan menabung ke Bank BCA ini sebagian besar tidak mendekati batas terjauh satu bulan dari sekarang, kebetulan sudah melewati tanggal yang ditetapkan oleh undang-undang kewajiban. Dapat disimpulkan bahwa selama periode Walk charge terjadi penundaan pencatatan Cost Office, hal ini dikarenakan adanya ketidaknyamanan biaya hirarkis (penerimaan angsuran), sehingga CV Splendid Tashindo Food tergantung pada denda sebesar Rp. 500.000 sebagaimana diperlihatkan oleh UU Pasal 7 ayat 1. Dari adegan tersebut, latihan yang dapat diselesaikan oleh CV Splendid Tashindo Food adalah memberikan peringatan kepada asosiasi perencana agar tidak terlalu lama berpikir untuk mengajukan CV TPA ke hindari hukuman yang ditentukan oleh biaya bermacam-macam..

#### **4.1.3 Pelaporan PPN CV Golden Tashindo Food terhadap Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia 48/PMK.03/2020**

Setelah menyimpan jumlah kewajiban yang terutang, berikut komitmennya adalah melaporkan SPT Intermittent Tank SPT Pengungkapan Beban Penambahan yang dilakukan oleh CV Brilliant Tashindo Food umumnya tidak menjelang akhir bulan depan, kadang-kadang melewati tanggal yang ditetapkan. oleh hukum penilaian. Sangat mungkin beralasan bahwa selama periode retribusi Walk terjadi penundaan dalam menjawab ke Kantor Jaga, sehingga CV GTF dikenakan denda sebesar Rp. 500.000 sesuai Pasal 7 ayat 1 Undang-undang.

## SIMPULAN

Perhitungan PPN Masukan dan PPN Keluaran CV Golden Tashindo Food lakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku yaitu dengan mengkreditkan PPN Keluaran pada PPN Masukan sehingga nantinya akan didapatkan PPN terutang atau Kurang Bayar sebesar Rp. 181.628.770, karena kurang bayar CV Golden Tashindo Food harus melakukan pembayaran ke kas negara, kemudian melakukan penyetoran ke kas negara pada akhir bulan berikutnya. Cara Pelaporan PPN terutang pada CV Golden Tashindo Food sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku sudah menggunakan E-SPT PPN 111 dan menggunakan E-Faktur berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan 48/PMK/.03/2020. Sebelum menggunakan E-Faktur CV Golden Tashindo Food harus memiliki sertifikat Elektronik. Pada awal menggunakan E-Faktur CV Golden Tashindo Food mengalami kesulitan yang mengakibatkan keterlambatan pelaporan PPN terutang, perhitungan denda atas keterlambatan pelaporan pada bulan Maret 2019 sebesar Rp. 500.000. CV Golden Tashindo Food melakukan prosedur perhitungan dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai terutang telah menggunakan SPT Masa PPN pada tahun 2019, terdapat ketidak sesuaian dengan peraturan Perpajakan yang berlaku 48/PMK/.03.2020 karena terjadi keterlambatan penyetoran dan pelaporan PPN pada bulan Maret 2019.

## IMPLIKASI

Konsekuensi dari konsekuensi pemeriksaan ini bagi organisasi adalah bahwa penggunaan Tangki dapat diterima sesuai dengan pedoman penilaian Pajak material 48 / PMK / .03.2020, namun demikian data yang diperoleh dalam setiap kasus baru dan mutakhir, baik dengan sehubungan dengan metode, atau perubahan metodologi, Merupakan hal yang wajar jika perwakilan CV. Brilliant Tashindo Food terus mencari data terbaru di KPP tempat PKP dikukuhkan.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Untuk membatasi agar tidak melebar dari penelitian yang telah ditetapkan maka fokus dalam penelitian ini adalah Perhitungan, Penyetoran, dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai pada CV Golden Tashindo Food berbasis E-Faktur. Apabila ada tambahan informasi diluar fokus penelitian ini maka dapat diambil sebagai data pendukung dan dapat dilakukan pengkajian lebih dalam pada penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, B. (2018). Analisis Kinerja Pajak Pertambahan Nilai yang Terutang Wajib Pajak Badan Terhadap Kepatuhan Undang-Undang PPN. *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 164–173.
- Afkar, T., Wicaksono, J. W., & Faujiah, A. (2016). Teknik Pengumpulan Data. Ashari, 2014.
- (2019). Dasar Pengenaan Pajak. 53(9), 1689–1699.
- Citra Kunia putri dan trisna insan Noor, 2011. (2013). Pajak Pertambahan Nilai. Analisis Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani, 53(9), 1689–1699.
- Dan, O., & Penelitian, M. (2016). Subjek dan Objek Penelitian. 63–79. [www.phillipworks.com](http://www.phillipworks.com)
- Edward, K. (2018). Tata Cara Perhitungan , Pengisian , Penyetoran dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai ( PPN ) dengan Aplikasi E-Faktur oleh PT . Aneka Multi Aroma.

- Encyclopedia. (2019). Manajemen Sarana dan Prasaran Penjasorkes di SD Negeri Kota Bengkulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Farmasi, J., & Dan, S. (2017). Perhitungan Pajak Pertambahan Nilai. *Title*. 14(1), 55–64.
- Hanifah, N. (2017). Metode Penelitian. 47–60.
- Hapsari, A., & Ritohardoyo, S. (2013). Penyajian Data. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

## PENERAPAN SIA DALAM Mendukung Pengendalian Internal Pemberian KPR pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo

Fani Rismayanti<sup>1</sup>, Untung Lasiyono<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : [faniris99@gmail.com](mailto:faniris99@gmail.com)<sup>1</sup>,  
koresponden : [untunglasiyono@gmail.com](mailto:untunglasiyono@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Tingginya tingkat *Non Performing Loan* (NPL) akan berpengaruh terhadap tingkat kesehatan bank. Semakin banyak dana pinjaman KPR yang disalurkan oleh bank maka semakin tinggi pula resiko kredit bermasalah yang ditimbulkan. Mengingat PT. Bank Tabungan Negara sendiri merupakan salah satu lembaga perbankan yang berorientasi dalam pemberian KPR. Dijelaskan penelitian ini bermaksud untuk menganalisa penerapan SIA dalam mendukung pengendalian internal pemberian kredit pemilikan rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang dipakai adalah melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek pada penelitian ini adalah karyawan yang bertugas pada bagian *Loan Officer*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan SIA sudah dilaksanakan dengan baik dan telah menunjang pengendalian internal pemberian kredit pemilikan rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo. Hal ini dapat ditinjau dari adanya sumber daya manusia yang terlibat dalam proses pemberian KPR serta digunakan nya formulir, catatan dan dokumen serta alat yang mendukung dalam kegiatan pemberian kredit pemilikan rumah (KPR).

**Kata Kunci** : SIA, pengendalian internal, kredit pemilikan rumah (KPR)

### ABSTRACT

*The high level of non-operating loans (NPLs) will affect the soundness of the bank. The more mortgage loan funds disbursed by the bank, the higher the risk of non-performing loans. Given that PT. Bank Tabungan Negara itself is one of the banking institutions that is oriented towards providing KPR. It is explained that this research intends to analyze the implementation of SIA in supporting the internal control of providing home ownership credit (KPR) at PT. Bank Tabungan Negara, Sidoarjo Branch Office. This research use descriptive qualitative approach. Data collection methods used are through interviews, observation, and documentation. Subjects in this study were employees who served in the Loan Officer. The results of this study indicate that the implementation of SIA has been implemented well and has supported the internal control of providing housing loans (KPR) at PT. Bank Tabungan Negara Sidoarjo Branch Office. This can be seen from the presence of human resources involved in the process of providing KPR and the use of forms, records and documents as well as tools that support the provision of housing loans (KPR).*

**Keyword** : SIA, internal control, house ownership loan (KPR)

## PENDAHULUAN

Dalam dunia perbankan SIA sangat berperan penting dalam proses pengambilan keputusan pemberian kredit. Sistem informasi akuntansi dimaksudkan sebagai upaya melakukan pengawasan dan mengontrol pembiayaan kredit yang disalurkan kepada nasabah. Selain itu, diperlukan pengendalian internal yang baik guna mendukung penerapan sistem informasi akuntansi yang memadai. SIA dan pengendalian internal merupakan komponen yang memberikan informasi kepada pihak penyalur kredit di perusahaan dalam pengambilan keputusan. Menurut Azhar Susanto dalam bukunya yang berjudul Sistem Informasi Akuntansi (2017:80) adalah sekumpulan (integrasi) dari sistem/ komponen baik fisik maupun non fisik yang yang berhubungan dan saling bekerjasama satu dengan yang lain untuk mengelolah data transaksi yang berhubungan dengan masalah keuangan menjadi sebuah data informasi keuangan. Menurut Bodnar dan Hopwood (2010:01) unsur – unsur SIA terdiri atas *people and equipment*, *data*, dan *information*. Membantu manajemen dalam mengendalikan sebuah organisasi bisnis adalah salah satu tujuan dari sistem informasi akuntansi. Pengendalian dilakukan bertujuan untuk mencegah terjadinya kerugian bagi sebuah organisasi (Krisniasji 2010 : 215).

Dalam penyaluran KPR besar kemungkinan tidak lepas dari risiko kerugian yang ditimbulkan dari adanya Non Performing Loan (NPL). Tingginya tingkat Non Performing Loan (NPL) akan berpengaruh terhadap tingkat kesehatan bank. Semakin banyak dana pinjaman pembiayaan KPR yang diberikan oleh BTN maka semakin tinggi pula resiko kredit bermasalah yang ditimbulkan. Mengingat Bank Tabungan Negara merupakan salah satu lembaga perbankan yang berorientasi dalam pelayanan kredit pemilikan rumah. Karena ini menjadi salah satu sebab mengapa banyak masyarakat memilih meminjam dana dari bank BTN untuk keberlangsungan pembiayaan rumah baik subsidi maupun platinum. Dengan demikian permintaan KPR masyarakat semakin besar. Selain itu, produk KPR yang ditawarkan oleh BTN dengan plafon kredit bebas dan bunga yang kompetitif. Menurut hasil wawancara yang telah dilaksanakan oleh peneliti dengan karyawan bagian *Loan Officer* mendapatkan informasi bahwa tingkat non performing loan (NPL) khususnya pada kredit konsumen pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo dalam 3 tahun terakhir yaitu pada periode 2017 – 2019 mengalami kenaikan. Tingginya non performing loan (NPL) akan berpengaruh terhadap kesehatan bank. Agar pemberian kredit berjalan dengan lancar diperlukan pengendalian internal yang baik serta sistem informasi akuntansi yang memadai sebagai penunjang aktivitas pemberian kredit. Informasi akuntansi dimaksudkan sebagai upaya perencanaan, mengkoordinasi, serta pengawasan dalam proses pemberian kredit. Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk menganalisa masalah tersebut dengan judul “**Penerapan SIA Dalam Mendukung Pengendalian Internal Pemberian KPR Pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo**”.

## RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana penerapan SIA dalam pemberian KPR pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo?
2. Bagaimana penerapan pengendalian internal dalam pemberian KPR?
3. Bagaimana peran SIA dalam pengendalian internal?

## TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui penerapan SIA dan pengendalian internal dalam pemberian kredit pemilikan rumah (KPR) serta peran SIA dalam pengendalian internal pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo.

## PENELITIAN TERDAHULU

Roslin Sawori, dkk (2018) pada penelitiannya dengan judul “Analisis Penerapan SIA dalam Menunjang Pengendalian Internal Pembiayaan Kredit Usaha Mikro” pada PT. Bank SulutGo. Mempunyai persamaan pada penelitian saat ini adalah pada objek yang diteliti yaitu menganalisis penerapan SIA dalam mendukung pengendalian internal pemberian kredit. Perbedaan terdapat pada jenis kredit yang diteliti, pada penelitian sebelumnya mengamati terkait pemberian kredit usaha mikro.

## METODE

Penelitian ini menggunakan analisa data deskriptif kualitatif dimana memerlukan informasi langsung dari narasumber terkait subjek dan objek yang diteliti. Karena itu peneliti perlu datang langsung ke lapangan untuk mengetahui peristiwa yang terjadi di lapangan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh digunakan uji validitas kredibilitas dengan teknik triangulasi. Menurut (Sugiyono 2013:330) berpendapat bahwa triangulasi merupakan pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Adapun triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi metode, sumber, dan waktu.

Instrumen penelitian diperlukan sebagai alat bantu dalam pengumpulan data. pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah buku catatan untuk mencatat informasi yang berhubungan dengan fokus penelitian, alat perekam suara dan gambar sebagai instrumen penelitian ketika melakukan wawancara. Instrumen penelitian yang digunakan tergantung berdasarkan jenis data yang diperlukan dari objek yang diteliti, adapun instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut :

### a. Observasi

Observasi dilaksanakan dengan mengadakan pengamatan langsung pada divisi Loan Service yaitu divisi yang bertugas dalam menangani operasional bank khususnya dalam proses pemberian kredit pemilikan rumah (KPR). Observasi yang dilakukan meliputi fokus objek yang diteliti.

### b. Wawancara

Wawancara dilaksanakan peneliti secara langsung kepada beberapa narasumber, khususnya pada karyawan bagian *collection branch coordinator* dan *Loan Officer* yang merupakan divisi yang berwenang dalam proses pemberian kredit pemilikan rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo.

a. Dokumentasi

Peneliti melakukan pengumpulan data secara langsung baik tertulis maupun tidak tertulis berupa dokumen atau catatan – catatan dari hasil wawancara yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

## HASIL

### 1. Prosedur pemberian kredit pemilikan rumah (KPR)

#### a. Tahap Registrasi

Registrasi merupakan tahap pertama dalam alur pemberian kredit pemilikan rumah (KPR). Pada tahap ini pihak bank melakukan wawancara kepada pemohon kredit. Pemohon kredit mengisi formulir aplikasi kredit konsumen serta harus menyiapkan dokumen yang diperlukan sebagai persyaratan pengajuan kredit yang terdiri dari

1. Foto copy KTP, KK, surat nikah, NPWP, buku tabungan batara
2. Bagi wiraswasta : ijin usaha, print out rekening koran tabungan/ giro 3 bulan terakhir, laporan keuangan, dan foto tempat usaha
3. Bagi pegawai swasta/PNS : rekening tabungan 3 bulan terakhir, slip gaji, dan surat keterangan kerja
4. Foto copy sertifikat tanah, IMB, dan PBB
5. Foto copy KTP, KK, surat nikah (penjual)
6. Foto rumah
7. Minimal uang muka 20% dari harga rumah

#### b. Proses Kredit

Melakukan entry berkas calon debitur pada program aplikasi E – Loan kemudian diserahkan ke bagian analis agar pengajuan kredit diproses, pihak analis menyerahkan ke bagian pusat untuk dilakukannya verifikasi data pemohon.

#### c. Tahap Verifikasi Data

Pihak dari bank melakukan survey dengan cara mengunjungi tempat usaha pemohon kredit jika mempunyai usaha. Namun jika pemohon kredit bekerja di perusahaan, maka petugas bank yang akan melakukan peninjauan ke perusahaan tempat pemohon kredit bekerja.

#### d. Analisa Kredit

Analisa kredit dilakukan untuk menilai kemampuan calon debitur, apakah calon debitur layak memperoleh kredit atau tidak. Bank melakukan analisa terhadap pemohon kredit terkait prinsip 5C.

#### e. Realisasi dan Akad Kredit

Mempersiapkan dokumen kelengkapan data, berupa perjanjian kredit sesuai dengan hasil keputusan pihak bank berdasarkan hasil wawancara dan kelengkapan data calon debitur. Kemudian diserahkan ke bagian operasional kredit untuk di proses dan direalisasikan. Realisasi kredit dilaksanakan setelah penandatanganan surat perjanjian kredit selesai.

f. **Pencairan**

Pencairan kredit dilakukan pihak bank setelah semua dokumen persyaratan lengkap dan diotorisasi oleh bagian yang berwenang dalam proses pencairan kredit pemilikan rumah.

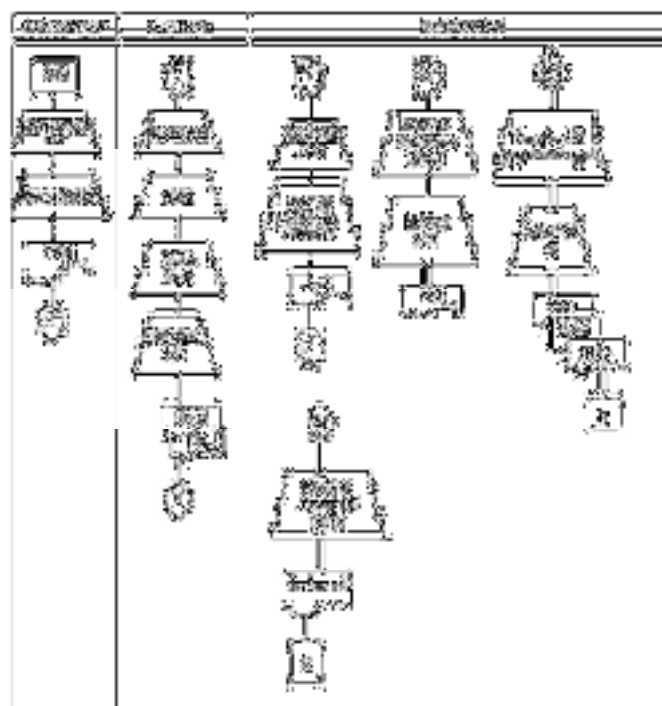
g. **Pembayaran / Pelunasan**

Pelaksanaan pembayaran angsuran telah ditentukan oleh pihak bank. Nasabah akan menerima informasi terkait jadwal pembayaran angsuran kredit sebesar angsuran yang telah disetujui oleh kedua belah pihak.

h. **Pemantauan Kredit**

Pemantauan kepada setiap nasabah yang menerima kredit pemilikan rumah terkait pembayaran angsuran. Pemantauan atau monitoring akan dilaksanakan langsung oleh unit BCLU kepada nasabah baru atau yang menerima kredit kurang dari 1 tahun. Sedangkan nasabah yang menerima kredit lebih dari 1 tahun akan di monitoring langsung oleh bagian CCR (Consumer Collection Remedial).

2. **Sistem dan prosedur pemberian KPR**



Gambar 1

Flowchart sistem dan prosedur pemberian KPR

Dijelaskan bahwa sistem dan prosedur yang dilaksanakan adalah pertama calon debitur melakukan permohonan kredit kepada bagian *customer service*, dengan mengisi aplikasi formulir kredit konsumen (APKK) untuk diserahkan kepada bagian administrasi kredit. Bagian administrasi akan memeriksa kelengkapan berkas persyaratan pengajuan KPR. Kemudian pihak *Loan Service* akan melakukan wawancara kepada calon debitur. Selanjutnya dilakukan survey terhadap lokasi usaha atau tempat bekerja pemohon.

Melakukan analisa kredit kemudian membuat laporan analisis kredit (LAK). Pemberian keputusan kredit diterima atau di tolak yang akan dilaksanakan oleh bagian komite kredit. Bagian administrasi membuat surat persetujuan kredit (SPK) untuk ditanda tangani oleh nasabah. Selanjutnya pihak administrasi memberikan informasi terkait perjanjian kredit (PK) yang terdiri dari surat perjanjian, surat pernyataan kesanggupan membayar, dan surat pengikatan jaminan. Nasabah memberikan jaminan asli kepada bagian administrasi. Pihak adminitrasi menerima jaminan asli dan PK dijadikan arsip. Tahap terakhir adalah realisasi akad, setelah realisasi pihak *loan service* akan melakukan pencatatan kredit pada neraca.

### **3. Penerapan SIA pemberian kredit pemilikan rumah (KPR)**

#### **a. Sumber daya manusia**

Semua karyawan sudah diposisikan berdasarkan keahlian dan kemampuan yang telah diberikan oleh perusahaan melalui pelatihan – pelatihan yang diselenggarakan oleh perusahaan. Karyawan diberikan tanggung jawab atas tugas yang diberikan sesuai dengan keahlian masing – masing yang telah dibentuk dalam susunan organisasi.

#### **b. Alat**

Adanya peralatan yang digunakan dalam membantu kegiatan operasional perusahaan serta dalam penerapan SIA pemberian kredit diataranya adalah komputer, printer, ATK, mesin hitung uang, telepon, dan CCTV. Dengan adanya peralatan tersebut dapat membantu kegiatan operasional bank, salah satunya pemberian kredit pemilikan rumah.

#### **c. Catatan**

Pencatatan yang dilakukan oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Sidoarjo melalui program aplikasi E-Loan dan pencatatan neraca setelah realisasi kredit.

#### **d. Formulir**

Formulir yang digunakan adalah formulir aplikasi kredit konsumen. Dari formulir tersebut dapat memberikan informasi terkait latar belakang calon debitur yang nantinya akan digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemberian KPR.

#### **e. Prosedur**

Terdapat prosedur yang dilakukan oleh PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo dalam pemberian KPR yang terdiri dari tahap registrasi, proses kredit, verifikasi data, analisa kredit, Realisasi dan akad, pencairan, pembayaran, dan monitoring. Dengan dilaksankannya setiap prosedur pemberian KPR sebagai upaya pengendalian internal perusahaan.

### **4. Pengendalian internal pemberian kredit pemilikan rumah (KPR)**

#### **a. Lingkungan pengendalian**

Sumber daya manusia yang ada pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo sudah diposisikan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab berdasarkan keahlian yang dimiliki melalui pelatihan – pelatihan yang diselenggarakan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk melatih kemampuan dasar dalam menjalankan tugasnya. Struktur organisasi yang ada pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo menjelaskan adanya pemisahan tanggung jawab dan wewenang kepada setiap karyawan. Selain itu, PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo

menyiapkan dan mengembangkan Human Capital yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi untuk melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan good corporate governance.

b. Penaksiran Risiko

Penaksiran risiko dalam pemberian KPR adalah dengan melakukan identifikasi atas terjadinya kesalahan yang dapat menimbulkan kerugian pada perusahaan. Dalam prosedur pemberian KPR tahap analisa kredit merupakan tahap yang paling untuk menilai apakah calon debitur tersebut layak untuk menerima pinjaman.

c. Aktivitas pengendalian

Aktivitas yang dilaksanakan oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Sidoarjo dari segi sumber daya manusia adalah dengan melakukan pembagian fungsi dan tugas sesuai dengan keahlian masing – masing serta didukung dengan adanya catatan, dokumen – dokumen yang dapat membantu dalam proses pemberian kredit serta melakukan pengawasan terhadap kinerja sebagai upaya pengendalian.

d. Informasi dan komunikasi

PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo menyediakan pemasaran produk KPR secara online yang dapat diakses melalui [www.btnproperti.co.id](http://www.btnproperti.co.id). Pada layanan tersebut menyediakan informasi terkait pengajuan KPR secara online, registrasi developer BTN, dan informasi terkait properti yang ditawarkan BTN di lokasi terdekat anda beserta dengan keterangan harga dan suku bunganya. Selain itu, PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo juga melakukan entry berkas nasabah menggunakan program aplikasi E- Loan. Sistem informasi yang digunakan untuk mencari informasi terkait latar belakang pinjaman calon debitur menggunakan program aplikasi SIBS dan slip OJK. Dari informasi tersebut digunakan sebagai pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pemberian kredit.

e. Pengawasan (*monitoring*)

Pengawasan serta kontrol yang dilakukan terkait pembayaran angsuran. Monitoring dilakukan oleh bagian BCLU untuk debitur baru kurang dari 1 tahun, sedangkan debitur yang lebih dari 1 tahun akan di monitoring langsung oleh bagian CCR (Consumer Collection Remedial).

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti dapat menarik kesimpulan terkait penerapan SIA dalam mendukung pengendalian internal pemberian KPR sebagai berikut ini :

1. Dalam penyaluran kredit pemilikan rumah (KPR) PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo telah menetapkan prosedur – prosedur yang harus dilaksanakan oleh calon debitur.
2. Penerapan unsur-unsur dalam SIA sudah diterapkan dengan baik dan telah mendukung pengendalian internal pemberian kredit pemilikan rumah (KPR) pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo. Hal ini dapat ditinjau dari adanya sumber daya manusia yang terlibat dalam proses pemberian KPR serta digunakan nya formulir, catatan dan

dokumen serta alat yang mendukung dalam proses penyaluran kredit pemilikan rumah (KPR).

3. Penerapan pengendalian internal yang ada di PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Sidoarjo telah dilaksanakan berdasarkan lima komponen COSO yang meliputi : lingkungan pengendalian, aktivitas pengendalian, penaksiran risiko, informasi dan komunikasi, serta pengawasan atau monitoring.

## IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa penerapan SIA telah diterapkan dengan baik dalam mendukung pengendalian internal. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi yang dapat dipakai oleh perusahaan dan penelitian selanjutnya dalam menentukan adanya faktor lain yang menyebabkan terjadinya *non performing loan*.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini bergantung kepada interpretasi peneliti terkait informasi yang dilakukan dalam wawancara, maka keterbatasan dalam penelitian ini adalah subyektifitas yang ada pada peneliti. Selain subyektifitas, keterbatasan penelitian ini adalah karena kondisi lingkungan yang saat ini belum kondusif karena adanya sebuah wabah. Sehingga dalam pengambilan data sangat dibatasi. Untuk mengurangi kesalahan pada wawancara, maka dilakukan proses triangulasi. Adapun teknik triangulasi yang digunakan adalah metode, waktu, dan sumber.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, Susanto. 2017. *Sistem Informasi Akuntansi*. Cetakan pertama. Bandung : Lingga Jaya.
- Bodnar, George H. and William S Hopwood, 2010. *Accounting Information Sytem*. 10th edition. United Of America : Pearson Edukation Inc.
- Krismiaji. 2010. *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi Ketiga, Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyadi, 2010. *Sistem Informasi Akunatnsi*, Edisi ke-3, Cetakan ke-5 Penerbit Salemba Empat : Jakarta.
- Roslin Sawori, dkk (2018). Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Menunjang Pengendalian Internal Pemberian Kredit Usaha Mikro Pada PT. Bank SulutGo. *Skripsi*. Universitas Samratulangi Manado.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Yusuf. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif & Gabungan*. Jakarta : Kencana.



## ANALISIS LAPORAN KEUANGAN YAYASAN N URUL HAYAT GUNUNG ANYAR SURABAYA BERDASARKAN PSAK NO. 109

Ayu Indriani Putri<sup>1</sup>, Aji Prasetyo<sup>2</sup>  
Universitas PGRI AdiBuana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : [a.indriani230@gmail.com](mailto:a.indriani230@gmail.com)<sup>1</sup>,  
koresponden : [ajiprasetyo@unipasby.ac.id](mailto:ajiprasetyo@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini mengetahui penerapan laporan keuangan Yayasan Nurul Hayat Gunung Anyar Surabaya Berdasarkan PSAK 109 berupa Akuntansi Zakat, Infaq/Sedekah Tahun 2019. Pengendalian PSAK 109 yakni akuntansi zakat infaq/sedekah di dalamnya termuat definisi-definisi pengakuan dan pengukuran, penyajian serta pengungkapan hal-hal yang terkait dengan kebijakan penyaluran sampai operasionalisasi zakat infaq/sedekah. Fenomena tersebut menyebabkan penelitian ini dilaksanakan agar dapat informasi mengenai penerapan akuntansi zakat yang dilakukan lembaga pengelolaan zakat, pengelolaan yang optimal meliputi pencatatan (guna akuntansi) yang pelaksanaan prinsip keadilannya terjamin terhadap beberapa pihak yang turut serta oleh lembaga amil zakat. Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan metode yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: neraca Yayasan Nurul Hayat Gunung Anyar Surabaya telah dibuat dan disusun, namun belum ada penerapan PSAK no. 109 dan terdapat beberapa praktik yang sudah sesuai tentang penerimaan zakat.

Kata Kunci : Laporan Keuangan, PSAK 109, ZIS

### ABSTRACT

*This study aims to determine the application of the financial statements of the Nurul Hayat Gunung Anyar Foundation Surabaya PSAK 109 Concerning Zakat, Infaq/Sedekah Accounting in 2019. This PSAK 109 controls the accounting for infaq/alm's accounting in which it contains definitions of recognition and measurement, presentation and other matters. related to the policy of distribution to the operationalization of zakat infaq/alm's. From this phenomenon, research is carried out on the application of zakat accounting carried out in the management of zakat, the zakat obligation can be realized optimally with the implementation of good management including recording (for accounting) which ensures the implementation of the principle of justice for the parties participating both by the amil zakat institution. . The approach used in this study is a qualitative approach with a descriptive method. The results show that: The financial statements of the Nurul Hayat Gunung Anyar Foundation in Surabaya have prepared and compiled financial reports but PSAK 109 on Zakat, Infaq/alm's has not been implemented as a whole, and there are several practices which is appropriate regarding the receipt of zakat.*

*Keywords: Financial Statements, PSAK 109, ZIS*

## PENDAHULUAN

Pelaporan keuangan ialah satu dari beberapa faktor penting dalam pelaksanaan kegiatan bisnis organisasi. Maka sebab itu, pelaporan keuangan diperlukan dalam suatu organisasi. Laporan keuangan merupakan informasi keuangan dalam suatu kurun waktu sehingga kinerja organisasi tersebut dapat dinilai. Pihak – pihak pengguna neraca yakni, investor, karyawan, pemberi pinjaman, pemasok dan kreditor usaha lainnya, pelanggan, pemerintah, serta masyarakat (Listyowati 2016). Standar akuntansi digunakan agar neraca akuntabel dan transparan. Faktor penting dari organisasi yang mengolah zakat yakni mempertanggung jawabkan dana yang telah diterima. Maka dari itu, Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) pada tahun 2007 merancang standart akuntansi yakni (PSAK) No. 109 yang dibahas didalamnya tentang laporan keuangan lembaga zakat, infaq dan sedekah.

Penting untuk suatu organisasi dapat memberikan neraca yang baik serta transparan. Pelaksanaan penelitian terhadap penerapan akuntansi zakat dikarenakan fenomena kurangnya penerapan akuntansi yang berbasis PSAK. Mustahil jika kewajiban zakat dilakukan dengan optimal tanpa system pengelolaan yang baik meliputi pencatatan (fungsi akuntansi) agar dapat terlaksananya prinsip keadilan kepada pihak yang terlibat. Kemudian tujuan pengelolaan zakat, antara lain untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam pengelolaan dana zakat. Serta untuk meningkatkan pemanfaatan zakat dalam mengatasi problematika social, pendidikan, kesehatan, peningkatan dakwah islam, ekonomi serta mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat penanggulangan kemiskinan.

Penjelasan diatas adalah alasan peneliti menganalisis untuk melihat apakah penerapan PSAK No. 109 Tentang Pelaporan Keuangan Akuntansi Zakat, Infaq/sedekah sudah pada laporan keuangan Yayasan Nurul Hayat Gunung Anyar Surabaya sudah sesuai apakah belum.

## METODE

### Subjek dan Objek Penelitian

Organisasi penyalur zakat Nurul Hayat Surabaya merupakan subjek dari penelitian saat ini. Teknik triangulasi digunakan agar data dapat diterima, selain dai dokumentasi, observasi dan wawancara dengan beberapa anggota organisasi Nurul Hayat. Pencocokan data observasi dan dokumentasi dilakukan dengan jawaban dari beberapa pertanyaan yang diberikan saat wawancara.

Penerapan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK No. 109) sebagai objek penelitian saat ini. Beberapa organisasi penyalur zakat yang belum menerapkan PSAK no. 109 dengan baik.

### JENIS DATA, SUMBER DATA & TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Penjelasan deskriptif penelitian ini dikarenakan jenis data yang digunakan yakni kualitatif deskriptif berupa kalimat yang ditulis berdasarkan pada jawaban saat prosedur penelitian ini dilakukan yakni wawancara. Fakta alami yang terjadi dilapangan juga dapat ditemukan dari hasil wawancara yang telah dilakukan bersama anggota organisasi.

Data dikumpulkan dengan beberapa teknik seperti wdokumentasi, wawancara serta observasi yang menyebabkan beberapa fakta yang terjadi pada Organisasi Nurul Hayat sebagai subjek penelitian ini.

#### 1. Teknik Wawancara

Dilakukan wawancara agar mendapatkan informasi berupa penerapan standar akuntansi yang seperti apa, serta sudah benar atau belum dalam penerapannya. Wawancara juga dilaksanakan agar dapat dibandingkan dengan teori – teori yang sudah ada.

2. Dokumentasi

Laporan tahunan keuangan organisasi Nurul Hayat merupakan salah satu bentuk dokumentasi yang didapat dalam penelitian ini. Selain wawancara, peneliti juga melaksanakan dokumentasi sebagai salah satu teknik yang dilakukan agar mendapatkan informasi berupa sejarah pendirian organisasi, penilaian berupa dokumen dan struktur organisasi, serta beberapa data yang berkaitan dengan zakat, infaq / sedekah dalam menerapkan PSAK no 109.

3. Observasi

Observasi dilakukan peneliti karena metode yang digunakan yakni observasi non partisipan, dengan artian bahwa peneliti mengamati organisasi nurul hayat terutama laporan keuangannya tidak langsung terlibat. Observasi juga dilaksanakan guna mendapatkan tambahan informasi yang nantinya akan dibandingkan dengan beberapa teori yang berkesinambungan sehingga penerapan PSAK no. 109 ini dapat dinilai.

Uji kredibilitas dilakukan untuk menguji keabsahan data yang didapat dengan menggunakan uji triangulasi. Triangulasi terdiri dari beberapa macam teknik antara lain triangulasi sumber, triangulasi waktu, dan triangulasi teknik.

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan data.

## PEMBAHASAN

### Laporan Keuangan Yayasan Nurul Hayat Surabaya

Dalam Pernyataan Standart Akuntansi Keuangan nomor 109 terdapat 5 aspek laporan keuangan antara lain laporan posisi keuangan, laporan pergantian dana, laporan aset, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan. Yayasan Nurul Hayat Surabaya menyajikan 4 laporan keuangan dalam pelaksanaannya berupa pemakaian ITNH System yang berisi laporan posisi keuangan, laporan pergantian dana, laporan aset, serta laporan arus. Sebaliknya buat catatan atas laporan keuangan terbuat sendiri oleh Yayasan Nurul Hayat Surabaya secara mandiri.

#### 1. Pengakuan dan Pengukuran

Bagi bagian keuangan penulisan cocok dengan pos- pos salah satu aset, kewajiban, dana zakat, dana infak/ sedekah, dana amil serta belum optimal. Sebagian besar transaksi yang masuk ke sistem ITNH adalah menghimpun dan mengalokasikan dana ZIS untuk program tersebut. Meski dana amil dialokasikan untuk keperluan operasional dan pengelolaan amil, namun belum semua transaksi masuk ke sistem ITNH.

#### 2. Penyajian Laporan posisi keuangan

Yayasan Nurul Hayat di Surabaya sudah menyiapkan laporan keuangan, namun ada beberapa proyek yang bermasalah. Dalam aset tetap yang dimiliki, tidak semua aset muncul di neraca. Urutan likuid yang diutamakan dalam asset lancarnya. Mulai dari setara kas, persediaan, barang berharga, piutang, piutang distribusi zakat, pembayaran di muka, pembayaran di muka untuk aktivitas, dan surat berharga/investasi. Aset tetap meliputi akumulasi penyusutan aset tetap, aset tidak lancar yang dikelola, penyusutan aset tidak lancar lainnya yang dikelola, dan aset tidak lancar lainnya. Pembagian hutang dalam organisasi ini ada 5, yakni, hutang distribusi, biaya yang masih harus dibayar, hutang pihak ketiga, hutang lain-lain dan hutang murabahah. Dana hibah, perimbangan dana APBN, perimbangan dana non syariat, perimbangan dana APBD provinsi, perimbangan dana APBD kabupaten/kota.

### 3. Laporan Perubahan Dana

Yayasan Nurul Hayat Surabaya telah merangkai neraca perubahan dana. Laporan Dana Zakat, meliputi pendapatan, penggunaan, surplus, saldo awal akhir masing-masing dana, dan total saldo akhir. Laporan pendanaan Yayasan Nurul Hayat Surabaya dibagi menjadi 3 kategori, yaitu:

#### A. Dana Zakat

Terdapat 2 type penerimaan dana zakat, yaitu penerimaan zakat fisik dan pribadi. Dana zakat dialokasikan terhadap 5 asnaf, yakni fakir miskin, fakir miskin, fisabilillah, ibn sabil dan amil. Alokasi dana zakat dilaksanakan dalam sebagian proyek, seperti dorongan keuangan, dorongan pangan, dorongan peralatan produksi atau komersial, dorongan hewan, dorongan kandang ternak, dorongan perumahan, dorongan program sosial, dorongan program pendidikan, dorongan pembelajaran, dan dorongan perumahan. pendampingan.

Saldo surplus maupun defisit ini merupakan pemasukan yang menumpuk dikurangi pengalokasian dana zakat. Saldo awal periode yakni saldo awal sedangkan penjumlahan surplus maupun defisit yang ditambahkan saldo awal adalah saldo akhir.

#### B. Dana Infak

Penerimaan dana infaq dipecah menjadi yaitu infaq/sedekah terikat serta infaq/sedekah tidak terikat. Untuk penyampaian program atau asnaf tertentu infak atau sedekah tidak terikat diterima dari muzakki tanpa adanya persyaratan, bagi penyalur program atau asnaf terdapat permintaan khusus bagi dana infak dan sedekah terikat.. Dana infak atau sedekah pada periode bulan januari sampai dengan bulan desember 2019 itu disalurkan kepada sejumlah program yaitu dorongan keuangan, dorongan pangan, dorongan kesehatan, dorongan bangunan atau tanah, dorongan bidang pendidikan, dorongan bidang dakwah, dorongan bidang sosial, serta biaya relawan. Sedangkan dorongan keuangan disalurkan kepada pihak fisabilillah dari dana infak atau sedekah terikat.

#### C. Dana Amil

Dana Amil diperoleh melalui dana zakat, serta infaq atau sedekah. Peraturan lembaga zakat mempengaruhi besaran atau nominala presentasi dana amil yang dipungut dari dana zakat . Pada yayasan Nurul Hayat surabaya sendiri 12,5% dana zakat merupakan bagian untuk dana amil dan 12,5% maksimal dari infak/sedekah yang diterima. Pembayaran beban pemeliharaan kendaraan, internet & Tellephone , pembelian alat-alat rumah tangga, alat-alat kantor, pembayaran tenaga pembersihan, dan biaya operasional Yayasan Nurul Hayat Surabaya diambil dari alokasi dana amil. Akumulasi penerimaan yang kemudian dikurangi penyaluran dana zakat merupakan bentuk surplus atau defisit saldo. Saldo awal periode merupakan saldo awal sedangkan penjumlahan surplus maupun defisit yang ditambahkan saldo awal adalah saldo akhir.

#### D. Dana Non Syariah

Dana non syariah yang diterima Yayasan Nurul Hayat surabaya untuk pelaporannya tidak dilakukan melalui ITNH System tetapi dilakukan rekap data menggunakan aplikasi bantu Ms. Excel. Selama tahun 2019, pihak unit keuangan tidak merasa telah mengentri atau memasukkan data dana non-syariah juga tidak ada catatan transaksi didalam jurnal yang terkait dengan saldo yang muncul pada laporan posisi keuangan.

#### 4. Laporan perubahan aset kelolaan

Yayasan Nurul Hayat Surabaya mempunyai aset kelola berupa mobil ambulance serta Bazmart. Laporan perubahan aset kelolaan nominal yang tidak sama dengan nominal riil ini dikarenakan terdapat kendala dalam pengungkapan dan penyajiannya nominal senilai Rp. 150.000.000,- merupakan nilai untuk Bazmart yang di cantumkan dalam saldo laporan perubahan aset saat ini.

#### 5. Laporan arus kas

laporan arus kas Yayasan Nurul Hayat Surabaya menggunakan metode langsung yang didalamnya terbagi dalam 3 pos aktivitas yang meliputi aktivitas operasi, aktivitas investasi, dan aktivitas pendanaan. Aktivitas penerimaan dan penggunaan dana zakat beserta infak atau sedekah merupakan rangkaian aktivitas operasi. Sedangkan aktivitas investasi didapati melalui pembelian aset Yayasan Nurul Hayat Surabaya.

#### 6. Catatan atas laporan keuangan

Penjelasan pos dan rasio keuangan yang dipikir penting dalam penyusunan laporan keuangan yang hasilnya dapat digunakan dalam pengambilan keputusan merupakan bentuk dari catatan atas laporan keuangan. Untuk catatan atas laporan keuangan secara lengkap pihak Yayasan Nurul Hayat Surabaya belum membuat catatan atas laporan keuangan tersebut.

##### 1. Pengungkapan

Prihal yang terkait persoalan transaksi zakat dalam hal ini pihak Yayasan Nurul Hayat Surabaya belum melakukan pengungkapan, begitu pun dengan pengungkapan infak atau sedekah. Berdasarkan keterangan yang didapat unit keuangan dalam pengungkapannya hanya sampai pada informasi seputar Nurul Hayat saja belum dilakukan penyusunan secara lengkap untuk kas setara kas dan seterusnya masih belum diselesaikan juga.

#### Pengakuan, Pengukuran Zakat serta Infak/Sedekah

##### 1. Penerimaan Zakat

Yayasan Nurul Hayat Surabaya menerima dana zakat berupa kas yang kemudian diterima sejumlah nominal yang diakui diakui, lalu pengakuan penerimaan aset non kas diakui senilai harga pasar/nilai wajar. Jika penerimaan dana zakat berupa aset non kas maka pihak Yayasan akan meminta informasi tentang harga per item.

Selama tahun 2019 Yayasan Nurul Hayat Surabaya untuk mustahik tertentu atau zakat terikat tidak ada ketentuan khusus dari muzakki untuk penerimaan ujah. Untuk penurunan nilai aset zakat non kas belum dilakukan pengakuan oleh pihak Yayasan Nurul Hayat Surabaya.

##### 2. Penerimaan Infak/Sedekah

Pendapatan dana infak atau Sedekah pada Yayasan Nurul Hayat Surabaya berbentuk kas kemudian diakui sesuai nominal yang diterima, berikutnya bagi penerimaan aset non kas diakui senilai harga wajar dan atau pasaran saat itu. Apabila penerimaan zakat berupa dana zakat aset nonkas pihak yayasan akan meminta informasi tentang harga per item.

Yayasan tidak melakukan pencatatan pendapatan aset non-kas yang dimaksudkan terhadap pemberi untuk segera didistribusikan. Pencatatan yang pihak yayasan lakukan berupa kas sejumlah barang bukan sebagai aset non kas alasan diutarakan pihak unit keuangan antara lain karena barang tersebut langsung

didistribusikan dan tidak disimpan terlebih dahulu jadi diuangkan saja dalam bentuk kas. Pihak Yayasan juga belum pernah melakukan penurunan aset non kas.

PSAK 109 dalam peraturannya menyebutkan bahwa penerimaan non kas diakui senilai nilai wajar dan diakui sebagai aset non kas melainkan bukan kas. Pernyataan tersebut tidak sesuai dengan pengakuan yang dilakukan pihak Yayasan Nurul Hayat Surabaya. Dimana pengakuan atas penerimaan aset non kas tersebut diakui pihak yayasan sebagai kas.

### 3. Penyaluran Zakat

Yayasan Nurul Hayat Surabaya belum melakukan penyaluran dana zakat berupa aset non kas. Aset non kas yang disalurkan diakui sebagai kas keluar bukan aset non kas. Untuk menjaga tingkat efisiensi dan efektivitas pengelolaan zakat dan profesionalitas pihak amil juga memperlancar kegiatan operasionalnya maka pihak amil dalam memenuhi kebutuhan kepengurusan dan menjalankan fungsi amil, mengambil dana bagian dari dana zakat.

Masa periode 2019 pada pihak amil zakat lain tidak terjadi penyaluran transaksi piutang. Selama tahun 2019 Yayasan Nurul Hayat Surabaya tidak melakukan pembayaran ujuh terhadap kegiatan penyaluran yang dilaksanakan pihak amil zakat. Selama tahun periode 2019 juga tidak terjadi penyaluran dana zakat dalam bentuk aset kelolaan apapun.

### 4. Penyaluran Infak/Sedekah

Pendistribusian infak atau sedekah dilakukan pihak Yayasan Nurul Hayat Surabaya yang kemudian dana infak/sedekah diakui sebagai pengurang. Penyaluran dana infak atau sedekah di Yayasan Nurul Hayat Surabaya terbagi menjadi 2 tipe yakni infak atau sedekah terikat (IST) dan infak atau sedekah tidak terikat (ISTT). Selama tahun 2019 penyaluran dana infak atau sedekah bersifat infak atau sedekah yang tidak terikat (ISTT).

Penyaluran dana infak atau sedekah berupa aset nonkas belum pernah dilakukan oleh Yayasan Nurul Hayat Surabaya. Pengakuan kas keluar dan bukan aset nonkas pada yayasan dilakukan pada penyaluran aset nonkas.

Berdasarkan pernyataan pihak unit keuangan Yayasan Nurul Hayat Surabaya saat akhir tahun yayasan hanya menerima 10% dan tidak sampai 12,5% dari dana infak atau sedekah yang seharusnya pihak yayasan menerima sebesar 12,5% bagian dari dana infak atau sedekah. Kebijakan tersebut diambil pihak kepala Yayasan Nurul Hayat Bpk. Muhtadir sebagai penerapan 10% untuk bagian amil dari dana infak atau sedekah yang dianggap sudah sangat mencukupi. Yayasan Nurul Hayat Surabaya mengakui hal tersebut sebagai penambah dana amil.

## SIMPULAN

Berdasarkan Hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Yayasan Nurul Hayat Gunung Anyar Surabaya telah membuat dan menyusun laporan keuangan yang transparan dan akuntabel namun PSAK 109T tentang Zakat, Infak/Sedekah belum sepenuhnya diterapkan dalam yayasan, terdapat beberapa praktik yang sudah sesuai tentang penerimaan zakat paragraph PSAK paragraf 10 yang berisi penerimaan zakat diakui pada saat kas atau aset non kas diterima, dalam praktik di YNH pengakuan penerimaan zakat diakui pada saat amil menerima zakat baik langsung maupun transfer via bank dengan pernyataan ini maka sesuai dengan PSAK 109, Penyaluran Zakat paragraph 16, 17, 20 tentang penyaluran zakat dalam praktik di YNH sesuai dengan PSAK 109, kemudian untuk penerimaan infak/sedekah pada

paragraph 24 dan 34 infak sedekah yang diterima diakui sebagai penambah dana infaq sedekah terikat atau tidak terikat dalam praktik YNH amil menerima dan mengakui penerimaan infaq/sedekah terikat dan tidak terikat sejumlah yang diterima dalam bentuk kas maka ini sesuai dengan PSAK 109. Sedangkan yang tidak sesuai adalah penerimaan zakat 11, Penerimaan infaq/sedekah paragraph 26, 28, 29, 30 dan 31. penyaluran infaq/sedekah paragraph PSAK 33 tidak sesuai. dan untuk penyajian paragraph PSAK 38, serta pengungkapan zakat paragraph 39 tidak sesuai dengan PSAK 109.

### IMPLIKASI

Implikasi dari hasil penelitian ini bagi Yayasan dapat dipergunakan sebagai sumber untuk mempertimbangkan bagaimana cara Yayasan menerapkan laporan keuangan yang sesuai dengan PSAK 109 dengan baik. Yayasan dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk mengetahui kinerja yang baik. Memperbaiki dengan cara melakukan penerapan PSAK 109 dengan baik dan benar agar Laporan keuangan Yayasan Nurul Hayat Surabaya lebih baik lagi.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan dalam penelitian ini mencakup bukti-bukti transaksi yang terjadi selama periode tertentu tidak diarsipkan dan jika bukti transaksi yang diarsipkan ini melebihi 2 tahun terakhir maka sudah tidak disimpan dan akan digantikan dengan bukti transaksi yang baru, hal ini mengakibatkan kesulitan dalam penyusunan.

### DAFTAR PUSTAKA

Alndrayani (2011) melakukan penelitian tentang analisis perlakuan akuntansi zakat, infak, dan sedekah pada Lembaga Amil Zakat Peduli Ummat di Samarinda.

Burhan Bungin, 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, ekonomi, Kebijakan Publik, dan ilmu sosial lainnya* Jakarta kencana.

Kholifah, Siti 2014 " Analisis Kesesuaian Penerapan Psak mengenai Penyajian Laporan Dana ZIS "( Studi Kasus BAZIS DKI Jakarta ". Skripsi Dipublikasikan. Universitas Islam Negeri Jakarta.

Listyowati, Ika, dkk, 2016 " Analisis Penerapan PSAK 109 Tentang Akuntansi Zakat, Infaq/Sedekah Pada LAZ Yayasan Solo peduli Ummat" Jurnal Dipublikasikan. Universitas Islam Batik Surakarta.

Sabrina Shahnaz, yang berjudul Penerapan PSAK No. 109 Tentang Pelaporan Keuangan Akuntansi Zakat, Infaq/Sedekah Pada BAZNAS Provinsi Sulawesi Utara Tahun 2015.

Saparuddin Siregar, (2013), *Akuntansi Zakat dan Infaq/Sedekah Sesuai PSAK 109 Untuk BAZNAS dan LAZ*, (Medan: Penerbit Wal Ashri Publishing).

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : PT. Alfabeta,

## **Electronic Word Of Mouth dan Social Influenced Yang Berpengaruh Terhadap Minat Pembelian Produk Makeover pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Febby Ayu Cristina<sup>1</sup>, I Made Bagus Dwiarta<sup>2</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : [febbyayucristina27@gmail.com](mailto:febbyayucristina27@gmail.com)<sup>1</sup>,

Koresponden : [bagusdwiarta@gmail.com](mailto:bagusdwiarta@gmail.com)<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

Minat pembelian terjadi dikarenakan faktor E-WOM dan *social influenced*. Promosi dari mulut kemulut dan pengaruh social sendiri dapat menciptakan minat beli konsumen yang lain. Konsumen lain akan tertarik jika produk tersebut terbukti membawa manfaat yang baik bagi dirinya. Pengaruh social dari konsumen atau masyarakat lain misal teman, kerabat ataupun keluarga dapat menjadikan konsumen semakin percaya dan tertarik untuk memiliki produk yang sama. Sebanyak 451 Mahasiswa FEB 2017 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dijadikan populasi dan diambil sampel sebanyak 110 responden. Kuisioner disebar ke responden dan hasil jawaban akan dianalisis dengan regresi linier berganda. Ditemukan hasil variabel E-WOM dan *Social Influenced* memiliki pengaruh secara parsial dan simultan pada variabel minat pembelian.

**Kata kunci** : E-WOM, *Social Influenced*, Minat Pembelian

### **ABSTRACT**

*Buying interest occurs due to E-WOM factors and social influences. Word of mouth promotion and social influence alone can create buying interest in other consumers. Other consumers will be interested if the product is proven to bring good benefits for themselves. Social influence from consumers or other communities, for example friends, relatives or family, can make consumers more trusting and interested in having the same product. A total of 451 FEB students 2017 at the University of PGRI Adi Buana Surabaya were the population and a sample of 110 respondents was taken. The questionnaires were distributed to the correspondents and the results of the answers were analyzed using multiple linear regression. It was found that the E-WOM and Social Influenced variables have a partial and simultaneous influence on the purchase interest variable.*

**Keywords** : E-WOM, *Social Influenced*, *Buying Interest*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Persaingan bisnis makin ketat. Perusahaan dituntut harus terus melakukan suatu perbaruan produk mereka sesuai permintaan dan kebutuhan konsumen saat ini. Disisi lain internet makin berkembang. Banyak para pebisnis memanfaatkan internet untuk promosi produk yang dijualnya. Salah satunya produk MakeOver. Produk makeover sendiri termasuk kedalam produk kosmetik yang terkenal di Indonesia. Dengan promosi lewat media social produk ini dikenal dan disukai konsumennya. Dengan internet juga informasi produk akan lebih cepat dan mudah diakses oleh pembeli lain yang meskipun tempatnya jauh. *Electronic worth of mouth* menjadi jenis informasi yang lagi populer dikalangan masyarakat sekarang.

E-WOM sendiri diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi penjual dan pembeli atau pembeli satu dengan pembeli yang lain. Dengan E-WOM konsumen akan mengetahui semua informasi tentang produk yang dijual oleh produsen. Konsumen yang sudah memakai lama produk makeover misalnya. Mereka akan memberitahu kekonsumen lain jika produk tersebut membawa manfaat yang lebih bagi mereka yang memakainya. Hal ini akan membuat konsumen lain juga akan tertarik memiliki dan mengkonsumsi produk yang sama sehingga akan menciptakan suatu minat pembelian konsumen. Minat pembelian juga bisa terjadi karena faktor *social influenced*.

*Social influenced* sendiri lebih diartikan sebagai suatu pengaruh yang dilakukan oleh seseorang pada orang lain atau konsumen lain sehingga orang lain tersebut tertarik dengan produk yang seseorang tersebut miliki. Dengan pengaruh social yang diberikan oleh teman, kerabat, keluarga bahkan rekan kerja akan membuat konsumen lain atau orang lain yang dipengaruhi akan menjadikan mereka melakukan pembelian.

Dari latar belakang yang dipaparkan diatas akan diambil rumusan masalah yaitu:

1. Apakah ada pengaruh variabel E-WOM pada variabel minat pembelian produk makeover?.
2. Apakah ada pengaruh variabel *social influenced* pada minat beli produk makeover?.
3. Apakah ada pengaruh secara simultan variabel E-WOM dan *social influenced* pada minat pembelian produk makeover?.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

#### *Electronic worth of mouth*

Gruen (2006) dalam Ivan Sindunata, et al. (2018), e-WOM diartikan sebagai tempat komunikasi dengan tujuan saling menyebar informasi tentang produk atau jasa yang akan dijual. E-WOM juga memiliki karakter dari segi sumber informasinya memiliki sifat yang bebas atau independen (Sen dan Lerman (2008) dalam Ivan Sindunata, et al. (2018). Hal ini dapat disimpulkan E-WOM diartikan sebagai suatu bentuk penyebaran informasi tentang melalui media social dengan tujuan konsumen lain atau konsumen yang sebelumnya belum tau mengenai produk yang dijual akan jadi tau dan tertarik pada produk tersebut.

Adapun indicator E-WOM dari Sachse dan Mangold (2011) yaitu:

1. Selalu melihat suatu komentar atau review dari konsumen yang sudah membeli sebelumnya secara online.
2. Produk yang akan dibeli harus dipastikan tepat untuk dibeli dengan cara melihat beberapa ulasan dari konsumen lain yang sebelumnya sudah membelinya.
3. Lakukan konsultasi atau bertanya pada konsumen yang sudah memakai produk tersebut agar saat kita mau membelinya tepat dan membawa manfaat.
4. Mengumpulkan informasi tentang produk yang akan dibeli agar tidak kecewa ketika nanti sudah membelinya.

#### *Social Influenced*

Wang dan Chou (2014) dalam Steven Haryono, et al. (2015), pengaruh sosial diartikan sebagai suatu hal yang dapat memberikan pengaruh pada orang lain untuk membeli atau memiliki produk yang sama. Pengaruh social meliputi teman, keluarga, kerabat maupun orang terdekat. Mereka yang dapat memberikan suatu ketertarikan pada produk bahkan dapat membuat perubahan perilaku atau sifat seseorang.

Indicator *social influenced* dari Lee (2008) dalam Raka Randra Rangkuti, *et al.* (2014) yaitu:

- Informasi dapat didapatkan dari teman. Pengalaman dari seorang teman akan membantu seseorang mengetahui secaraperinci megenai suatu produk.
- Suatu dorongan yang didapatkan dari seorang temanakan membuat seseorang akan bertindak atau melakukan sesuatu.
- Keluarga menjadi penerima informasi yang dapat dipercaya dan akurat sehingga akan dijadikan seseorang pertimbangan ketika akan memilih suatu produk.
- Seseorang akan melakukan sesuatu halletika mendapat suatu dorongan dari keluarga.

### Minat Pembelian

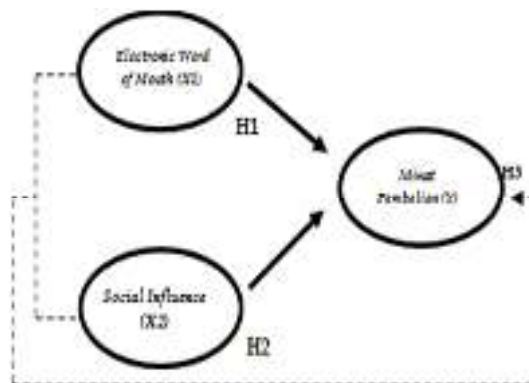
Menurut Kotler dan Keller (2016:205) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Indikator minat pembelian dari Ferdinand (2014:129) dalam Mhd Sukri Helmi Ns (2015) yaitu:

- Transactional Interest*, yaitu konsumen yang cenderung memiliki atau membeli suatu produk.
- Referential Interest*, seseorang yang cenderung atau sering merefreshkan produk ke orang lain.
- Prefrential Interest*, yaitu asumsi dari seseorang yang realistik yang didasarkan pada kepuasan atau kesenangan.

### Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual akan dipaparkan dibawah:



Gambar 1. kerangka konseptual Hipotesis

H1 : E-WOM memiliki pengaruh pada minat pembelian produk makeover.

H2 : *social influenced* memiliki pengaruh pada minat pembelian produk makeover.

H3 : E-WOM dan *social influenced* memiliki pengaruh secara simultan pada minat pembelian produk makeover.

### METODE PENELITIAN

#### Populasi dan Sampel

Sebanyak 451 Mahasiswa 2017 FEB Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dijadikan populasi dan diambil sampel sebanyak 110 responden dengan menggunakan teori roscoe dalam ferdinand. Responden diberikan kuisiонер dan hasil jawaban akan dianalisis data dengan analisis regresi linier berganda.

HASIL

**Uji Validitas**

Berikut uji validitas akan dipaparkan sebagai berikut:

**Tabel 1. Uji Validitas**

**Tabel 2.  
 Uji Realibilitas**

(V)	Cronbach Alpha	Nilai Kritis
(X <sub>1</sub> )	.843	.60
(X <sub>2</sub> )	.847	.60
(Y)	.849	.60

Dilihat dari tabel diatas nilai *cronbach alpha* > .60. artinya pernyataan pada semua variabel reliable.

**Uji Normalitas**

Berikut akan dipaparkan hasil uji normalitas:

Tabel (V)	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>
X <sub>1</sub>	.708	> .1874
	.564	
	.706	
	.653	
	.803	
	.740	
	.697	
	.689	
X <sub>2</sub>	.699	> .1874
	.667	
	.741	
	.716	
	.666	
	.630	
	.738	
	.762	

**Uji normalitas**

	Unstandardised Residual
N	110
Uji Statistik	.070
Asymp.sig(2-tailed)	.200 <sup>c</sup>

Apabila nilai *asymp.sig* .200 > .05 diartikan variabel berdistribusi normal.

**Uji Multikolinieritas**

Berikut hasil uji

multikolinieritas  
 andisajikan lewat tabel berikut:

**Tabel 4.**  
**Uji Multikolinieritas**

(V)	(Tolerance)	(VIF)
(X <sub>1</sub> )	.946	1.057
(X <sub>2</sub> )	.946	1.057

Dapat dilihat diatas  $R_{hitung} > \text{dari } R_{tabel}$  artinya semua pernyataan pada variabel valid.

**Uji Realibilitas**

Berikut akan dipaparkan hasil uji realibilitas:

Nilai tolerance (>.10) dan (VIF<10.)Maka datadiatas tidak terjadi multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

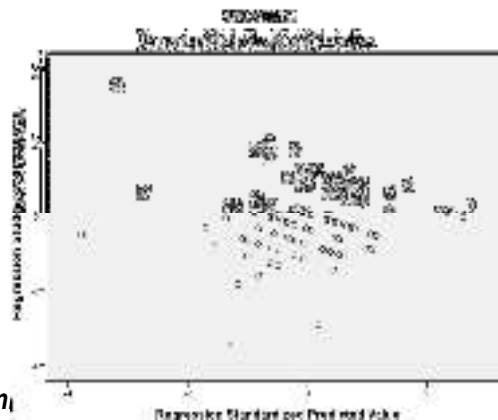
Berikut akan dipaparkan hasil uji hesteroskedastisitas :Koefisien Korelasi dan Determinasi

Berikut hasil koefisien korelasi dan determinasi:

**Tabel 8.**  
**Koefisien Korelasi dan Determinasi**

Model	R	R. Square
Adjusted R. Square		
STD. Error of the Estimate		
.462 <sup>a</sup>	.213	.198
2.42012		

**Gambar 2.**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Dilihat hasil diatas titik tersebar acak dan rata serta tidak ada bentuk pola tertentu artinya tidak terjadi heteroskedastisitas

**Uji Autokorelasi**

Berikut hasil uji auto korelasi akan disajikan lewat tabel berikut:

**Tabel 6.  
 Uji Autokorelasi**

<b>(DW)</b>
2.066

(Uji T)

**1. Koefisien korelasi**

Dari hasil perhitungan pada table 8. Nilai R yaitu .462 berada pada interval 0.40-0.599 sehingga terdapat hubungan sedang antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel Y.

**2. Koefisien determinasi**

Nilai R square .213 maka menunjukkan nilai 21.3% sedangkan sisanya 78.7% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.

Nilai (DW 2.066 > DU 1.7262) artinya tidak terjadi autokorelasi.

**Uji Regresi Linier Berganda**

Berikut hasil uji regresi linier berganda akan disajikan lewat tabel berikut:

**Tabel 7.  
 (Uji Regresi Linier Berganda)**

<b>(V)</b>	<b>B</b>	<b>(Std. Error)</b>
constant	6.795	3.551
( $X_1$ )	.337	.095
( $X_2$ )	.250	.081

Dilihat dari table 7. Ditemukan persamaannya yaitu :

$$Y = 6.795 + 0.337x_1 + 0.250x_2 + e$$

Hasil uji t akan disajikan berikut ini:

**Tabel 9.(Uji T)**

<b>Koefisien Standar</b>	<b>(T)</b>	<b>(Sig)</b>
( $X_1$ )	3.566	.001

(X <sub>2</sub> )	3.093	.003
-------------------	-------	------

Dari perhitungan diatas diketahui jika:

1. Variabel (X<sub>1</sub>) t<sub>hitung</sub>3.566dengan nilai sig .001. Sehingga (.001< .05) artinya variabel X<sub>1</sub>memiliki pengaruh pada variabel Y.
2. Variabel (X<sub>2</sub>) t<sub>hitung</sub>3.093dengan nilai sig .003. Sehingga (.003> .05) artinya variabel X<sub>2</sub>memiliki pengaruh pada variabel Y.

#### (Uji F)

Hasil uji f akan disajikan berikut:

Tabel 10.(Uji F)

(Model)	(F)	(Sig)
Regresi	14.485	.000

Dari hasil uji f diatas nilai f<sub>hitung</sub> 14.485dengan nilai sig .000 <.05 artinya variabel (X<sub>1</sub>), dan (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh seacara bersama-sama pada variabel Y.

#### SIMPULAN

1. Variabel (X<sub>1</sub>) mempunyai pengaruhpada variabel (Y).  
Artinya promosi dari mulutkemulut lewat online akan menjadikan konsumen lain dengan cepat menerimainformasi yang diberikan penjual.  
Dengan E-WOM konsumen yang berada jauh dari jangkauan pasar juga akan tau tentang produk tersebut. konsumen sekarang lebih cenderung untuk melihat review atau informasi produk dari orang lain dengan melihat kolom komentar. Dengan melihat review dari konsumen yang sebelumnya sudah membeli produk tersebut. Seseorang yang akan atau mau membeli produk yang sama akan merasa tepat dan yakin bahwa produk tersebut akan memberikan manfaat yang sama. Hal ini akan menciptakan suatu minat pembelian konsumen pada suatuproduk.
2. Variabel (X<sub>2</sub>) mempunyai pengaruhpada variabel (Y).  
Artinya *social influenced* terjadi karena pengaruh social dari orang terdekat misal teman, kerabat bahkan keluarga. Mereka akan memberikansuatu perubahan sifat atau karakter sehingga akan menciptakan suatu minat pembelian pada suatu produk. Dengan menerima informasi atau saran dari orang terdekat akan membuat seseorang semakin yakin dan tepat untuk memilih produk tersebut serta percaya jika produk tersebut akan membawa manfaat yang lebih baik.
3. Variabel (X<sub>1</sub>), dan (X<sub>2</sub>), mempunyai pengaruh simultan pada variabel (Y).  
Artinyaminat pembelian akan terjadi ketika orang mendapatkan informasi dari orang lain secara online mengenai produk yang akan dibeli. Dengan melihat review dari orang lain akan membuat pengaruh socialsehingga akan menciptakan perubahan pada sifat seseorang untuk kemudian konsumen tersebut memutuskan melakukan pembelian pada produk

tersebut.

### IMPLIKASI

Produsen produk Makeover harus terus meningkatkan penjualan seperti terus berinovasi menciptakan varian warna bentuk dan jenis produk yang lagi dibutuhkan konsumen pada saat ini. Hal ini akan membuat konsumen lebih banyak pilihan produk sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang lama.

Disisi lain juga harus terus melakukan atau menyebar informasi atau promosi lewat media social agar masyarakat yang belum tersentuh akan menjadi tertarik dengan produk tersebut.

Peran konsumen lain yang sebelumnya sudah memakai atau menggunakan produk juga sangat penting dalam mempengaruhi konsumen lain untuk memiliki produk yang sama. Oleh karena itu produsen produk makeover jangan sampai membuat kecewa konsumen yang sudah lama memakai produk tersebut karena perannya sangat dibutuhkan untuk menarik konsumen lain untuk membeli produk makeover

### KETERBATASAN PENELITIAN

Masih terdapat responden yang menjawab kuisioner tanpa memahami pernyataan terlebih dahulu Waktu, biaya dan tenaga yang terbatas menjadi kendala dalam proses pengambilan data. Adanya pandemic COVID-19 juga sedikit mengganggu pengambilan data oleh peneliti.

### DAFTAR RUJUKAN

- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, K. Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jakarta: PT Indeks.
- Lee, Kaman. 2008. *Opportunities for green marketing: young consumers*. International Journal of Marketing Intelligence & Planning. Vol. 26, No. 6, pp.573-586.
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta. *Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com*. Bandar Lampung : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Informatics & Business Institute Darmajaya.
- Ni Luh Julianti, Tahun 2014. *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida*.
- Novita Sari, dkk. 2017. *Pengaruh Electronic Word Of*
- Raka randra rangkuti, Dkk. 2014. *Pengaruh Social Influence Dan Lifestyle Terhadap Niat Membeli Pada Carrefour*. Bali, Indonesia : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud).
- Sangadji, E. M., & Sopiha, 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sapto, Haryoko, 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (kuantitatif*

- dan kualitatif), Gaung Persada Press, Jakarta
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Lazar. 2006. *Consumer Behavior*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT Indeks.
- Sen, S. and Lerman, D. 2007. *Why are you telling me this? An examination into negative consumer reviews on the web*, *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 21 No. 4, pp. 76-94.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tommi Wijaya, dkk. 2014. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Dslr*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Wang, Edward Shih-Tsedan Chou, Nicole Pei- Yu. (2014). *Consumer Characteristics, Social Influence, and System Factors on Online Group-Buying Repurchasing Intention*. *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL 15, NO 2, 2014

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA INTERNET INDOSAT

(Studi kasus pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo)

Yulita Dewi Indaini<sup>1</sup>, Siti Samsiyah<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : [Ydewiindaini@gmail.com](mailto:Ydewiindaini@gmail.com)<sup>1</sup>  
Koresponden : [sitisamsiyah@unipasby.ac.id](mailto:sitisamsiyah@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat pada pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelajar di Desa Kraton yang menggunakan paket data internet indosat. Penentuan sampel menggunakan teknik *Sampling Purposive* dengan kriteria pelajar ditingkat SMP dan SMA di Desa Kraton yang menggunakan paket data internet indosat, dengan pengambilan ukuran sampel 105 responden menggunakan rumus ferdinan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi, setelah itu dianalisis menggunakan pengujian regresi linier berganda dan pengujian signifikan dengan bantuan program SPSS *Version 20.0*.

Dari hasil analisis yang dilakukan menggunakan pengujian t disimpulkan bahwasanya variabel harga ( $X_1$ ) tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat ( $Y$ )  $t_{hitung}=1,817$  dengan tingkat signifikan  $0,072 > 0,05$ . Variabel kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ )  $t_{hitung}=11,208$  dengan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). Untuk uji-f diperoleh hasil  $f_{hitung}$  62,559 dengan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ).

**Kata kunci** : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

### ABSTRACT

*This reseach was conducted to determine whether there is an effect between Price and Product quality on the decision to purchase indosat data packages for students in Kraton Village, Krian District, Sidoarjo Regency. The population in this reseach were all students in the Kraton village who use indosat data package. The sampling technique used is sampling purposive technique with the criteria of students who are in junior high and high school in Kraton Village using Indosat internet data packages, with a sample size of 105 respondents using the ferdinan formula. Data collection using questionnaires and documentation then analyzed using multiple linear regression and significant test with the help of the SPSS Version 20.0 program.*

*Based on the analysis performed using the t test, it is concluded that the price variable ( $X_1$ ) has no influence on the decision to purchase Indosat internet data packages ( $Y$ ) t count = 1.817 with a sig value. ( $0.072 > 0.05$ ). The product quality variable ( $X_2$ ) has a partial and significant effect on purchasing decisions ( $Y$ ) tcount = 11.208 with sig. ( $0.000 < 0.05$ ). Whereas for the simultaneous f test, the results obtained fcount 62.559 with a significant value ( $0,000 < 0,05$ ).*

**Keywords** : Price, Product Quality, Purchase Decision

### PENDAHULUAN

Internet banyak dibutuhkan oleh pelajar dalam kehidupan sehari-hari, internet digunakan untuk kegiatan bisnis sosialisasi maupun pendidikan. Paket data internet merupakan produk yang dapat mengakses dan menghubungkan gedged ke internet. Menurut Riski Kurniawan (2018) paket data internet sendiri digunakan oleh pengguna untuk dapat mengakses fitur-fitur yang

aksesnya melalui koneksi internet seperti pencarian data informasi, hiburan, berita dan chatting, menjadi sarana bisnis dan belajar serta pengumpulan tugas. Seorang pelajar membutuhkan internet untuk mencari informasi tentang materi atau referensi sebagai sarana penunjang pembelajaran.

Di dunia telekomunikasi saat ini banyak harga serta promo-promo menarik yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam pengambilan keputusan konsumen dapat mempertimbangkan keputusan pembelian salah satunya dengan melihat harga. Menurut Mitriani & Imbayani (2020) harga merupakan suatu hal yang dijadikan patokan oleh konsumen dalam keputusan pembelian yang menyesuaikan dengan komunikasi, saluran dan fitur produk serta membutuhkan waktu untuk mempertimbangkannya. Tidak hanya harga yang menentukan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, tanpa adanya kualitas produk yang baik maka akan sangat sulit untuk suatu perusahaan dalam menarik konsumennya untuk membeli produk yang dipasarkan. Kualitas produk yang menunjukkan baik adalah mampu memberikan rasa percaya kepada konsumen dalam menggunakannya sehingga konsumen memiliki motivasi untuk membeli maupun menikmati produk tersebut secara berkelanjutan (Fillah & Fitria, 2018). Kualitas produk merupakan persepsi nilai suatu produk untuk menjalankan fungsi serta sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman meliputi kehandalan, kecepatan koneksi jaringan, kemudahan transaksi layanan, perbaikan produk serta atribut bernilai lainnya. Menurut Akbar & Sari (2018) pengambilan keputusan konsumen merupakan aspek penting bagi pemasar sebab untuk menentukan apakah konsumen akan tetap membeli produk ulang atau tidak melakukan pembelian kembali atas keputusan yang di tetapkan. Dalam mengambil keputusan pembeli akan mempertimbangkan kembali produk yang mengutamakan keunggulan sampai menemukan apa yang di inginkan yaitu kemudahan dan kecepatan dalam mengakses internet.

Paket data internet banyak dibutuhkan, utamanya pada masa pandemi covid-19, karena semua kegiatan dilakukan secara daring atau online. Produk paket data internet indosat sudah dikenal oleh masyarakat di Desa Kraton banyaknya promosi yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik berupa iklan televisi nasional maupun swasta dan media cetak seperti bener dan reklame di sekitar Desa Kraton. Namun dengan berkembangnya teknologi, semakin banyak pesaing dalam merebut pangsa pasar. Setiap konsumen memiliki kriteria tersendiri dalam menentukan produk paket data internet. Provider yang ada di Desa Kraton yakni telkomsel, XL, indosat, trii dan axis. Penggunaan paket data internet indosat sendiri banyak digunakan oleh pelajar di Desa Kraton walaupun banyak provider lain yang menarik namun pelajar di Desa Kraton tetap menggunakannya. Maka dari itu melihat dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk meneliti apa yang menjadi penyebab pelajar di Desa Kraton banyak yang memilih untuk memakai paket data internet indosat. Dilihat dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti adakah pengaruh harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian paket data indosat pada pelajar di Desa Kartan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.

## **LANDASAN TEORI**

### **Harga**

Harga ialah nilai uang yang wajib dibayarkan, guna mendapat manfaat dari sebuah produk barang ataupun jasa yang dibeli dari penjual maupun produsen. Pembeli pun akan mempertimbangkan faktor harga untuk keputusan agar tetap membeli atau tidak produk tersebut dan mencari alternatif produk lain yang menawarkan harga lebih terjangkau dari sebelumnya. Menurut Kotler dan Armstrong (2014) (dalam Andriani, 2020) harga ialah jumlah nilai uang yang wajib dibayarkan oleh pembeli untuk dapat memiliki produk yang diinginkannya. Sedangkan

menurut Lubis (2015) harga merupakan jumlah kompensasi yang dibutuhkan agar mendapatkan sejumlah produk barang ataupun jasa.

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan nilai ataupun pandangan dari suatu produk tentang bagaimana untuk memanfaatkan kemampuan atau fungsi yang mereka miliki untuk dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan guna mencapai kepuasan bagi konsumen. Menurut Riski Kurniawan (2018) kualitas produk yakni persepsi kemampuan produk untuk dapat melakukan fungsinya dari pandangan konsumen berdasarkan pengalamannya, pada urutan interaksi atau transaksi yang dicirikan, meliputi kehandalan, kecepatan koneksi jaringan, kemudahan transaksi layanan, serta penilaian produk, dan atribut bernilai lainnya. Kualitas suatu produk akan memberi nilai plus bagi pelanggan pada saat kualitas produk dapat memenuhi bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka secara otomatis pelanggan akan merasa puas dengan produk tersebut (Andriani, 2020)

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah perilaku yang dilakukan oleh seorang individu yang berbeda. Individu merupakan konsumen yang memiliki potensi untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau ditemukan dipasar. Pembeli akan bebas dalam memilih produk yang di butuhkan atau di inginkan. Menurut Saputri (2016) keputusan dalam melakukan pembelian adalah hal yang normal terjadi, yang biasanya membutuhkan proses panjang dalam menentukan keputusan pembelian. Keputusan akan ada dari keingintahuan dengan kebutuhan suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Peneliti memilih populasi pelajar yang berada di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo yang memakai paket data internet indosat. Peneliti mengambil ukuran sampel sejumlah 105 yang diperoleh dari jumlah indikator 15 dikalikan dengan 7 yang berpedoman pada teori Ferdinand (2014:173).

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Peneliti menggunakan *Non probability Sampling*, menggunakan teknik *Sampling Purposive*, Pelajar yang duduk di bangku SMP dan SMA, yang menggunakan paket data internet indosat di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo sebagai kriterianya.

### **Teknik Analisis Data**

#### **Pengujian instrumen penelitian**

pengujian instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas

#### **Pengujian Asumsi Klasik**

Test yang digunakan peneliti meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas.

**Analisis Data Penelitian  
Hasil Pengujian Instrumen**

**a. Uji Validitas**

Hasil dari uji instrumen validitas diketahui bahwasanya variabel harga dengan 12 item pernyataan , kualitas Produk dengan jumlah pernyataan 18, dan keputusan pembelian dengan jumlah pernyataan 15 item memiliki nilai yang signifikan yaitu ( $<0,05$ ) dan  $R_{hitung} > R_{tabel}$ , dengan begitu bisa disimpulkan bahwa semua variabel yang diujikan adalah valid.

**b. Uji Reliabilitas**

Hasil dari pengujian reliabilitas menerangkan bahwa semua variabel memiliki alpha lebih dari 0,6. Dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut reliabel.

**Hasil Pengujian Asumsi Klasik**

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

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,01245307
	Absolute	,040
Most Extreme Differences	Positive	,040
	Negative	-,033
Kolmogorov-Smirnov Z		,410
Asymp. Sig. (2-tailed)		,996

Sesuai dengan tabel 1 di atas diketahui bahwa nilai signifikan yang diperoleh adalah  $0,996 > 0,05$ . Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa semua data terdistribusi secara normal.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

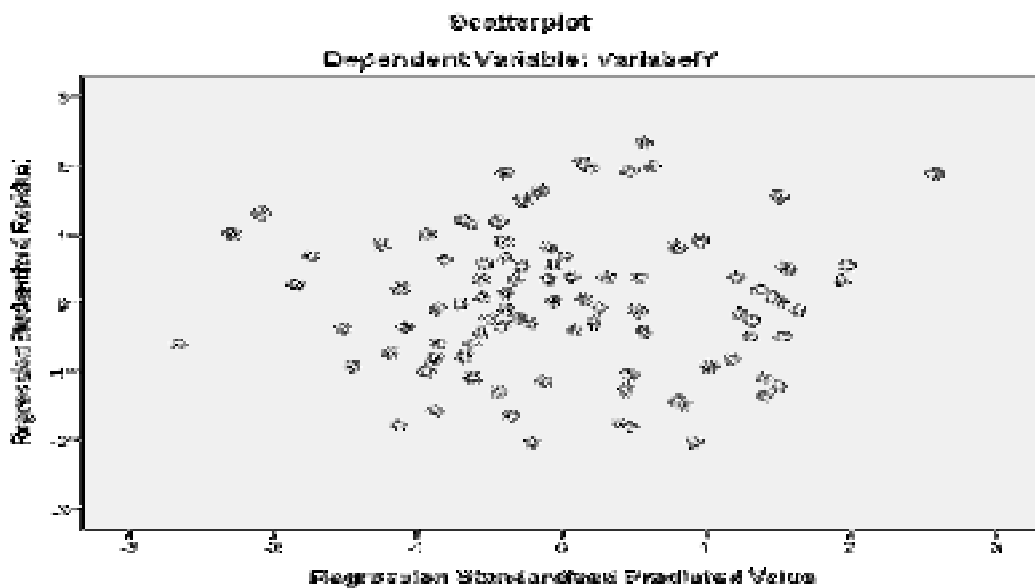
Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	8,236	5,519		1,492	,139		
	variabel X1	,053	,094	,038	,569	,570	,965	1,037
	variabel X2	,650	,060	,731	10,860	,000	,965	1,037

Dari tabel diatas diketahui nilai VIF variabel Harga ( $X_1$ ) serta Kualitas Produk( $X_2$ ) adalah  $1,037 < 10$  dan nilai tolerance value  $0,965 > 0,1$  maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-,04687
Cases < Test Value	52
Cases $\geq$ Test Value	53
Total Cases	105
Number of Runs	45
Z	-1,666
Asymp. Sig. (2-tailed)	,196

Berdasarkan dari tabel di atas, diperoleh probabilitas senilai  $0,196 > 0,05$  artinya nilai signifikan lebih besar dari  $0,05$ . Dapat disimpulkan model regresi yang digunakan telah bebas autokorelasi.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Diketahui gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dengan acak, tidak membentuk pola tertentu dan tersebar baik diatas ataupun di bawah 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat diartikan model regresi tak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Regresi Linier Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,742 <sup>a</sup>	,551	,542	4,05160

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,236	5,519		1,492	,139
	Harga	,053	,094	,038	,569	,570
	kualitas produk	,650	,060	,734	10,866	,000

Melihat pada tabel di aplikasi SPSS maka persamaan regresi yang telah terbentuk ialah  $Y=8,236+0,056X_1 +0,650X_2 + e$

Tabel 5. Uji T

Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig.
Harga (X1)	1,817	1,982	0,072
Kualitas Produk (X2)	11,208	1,982	0,000

Berdasarkan hasil tes pada tabel diatas jika tingkat signifikan <0,05 maka dapat dipastikan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 6. Uji F

Variabel	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig.
Harga (X1)	62,559	3,08	0,000
Kualitas Produk (X2)			
Keputusan Pembelian (Y)			

Dilihat dari tabel 6 diperoleh F<sub>hitung</sub> senilai 62,559 dengan nilai signifikansinya 0,000 sehingga nilai sig. 0,000<0,05

## PEMBAHASAN dan HASIL

### 1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Hasil variabel harga (X<sub>1</sub>) diperoleh t<sub>hitung</sub> sebesar 1,817 dengan signifikan 0,072>0,05 yang artinya H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak. Hal ini berarti bahwa harga paket data internet indosat di Desa Kraton tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian diatas

berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riski Kurniawan, Retmono&Nani Septian (2018), Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) diperoleh hasil  $t_{hitung}$  sejumlah 11.208 dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis diterima dan terbukti, yang berarti kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat di Desa Kraton. Penelitian ini sama dengan Hasil yang diteliti oleh Akrim Ashal Lubis (2015), yang menyatakan variabel kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 3. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh  $f_{hitung}$  sebesar 62,559 dengan nilai signifikansi senilai 0,000 sehingga nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut menyatakan bahwa hipotesis diterima. Yang artinya harga dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. Penelitian di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jon Carlos Wora (2017), hasil dari penelitian ini menyatakan harga serta kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## KESIMPULAN

1. Disimpulkan bahwa tidak memiliki pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat pada pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.
2. Sesuai hasil pengujian, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat pada pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.
3. Secara simultan terdapat pengaruh harga dan kualitas Produk terhadap keputusan pembelian paket data internet indosat pada pelajar di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.

## IMPLIKASI

bagi perusahaan diharapkan penelitian yang dilakukan saat ini untuk dapat digunakan sebagai acuan atau referensi pandangan pelajar di Desa Kraton terhadap produk paket data internet indosat sehingga perusahaan dapat menambahkan inovasi terbaru untuk menarik minat beli calon konsumen.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya dapat mengandalkan koesioner yang dirasa peneliti berpengaruh pada jawaban kosumen pada pernyataan yang sesungguhnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. F. F., & E, A. S. S. (2018). *PENGARUH HARGA PRODUK INDIHOME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN THE INFLUENCE OF THE PRICES OF PRODUCTS THE CONSUMER ' S PURCHASING DECISION AGAINST INDIHOME*. 4(3),

- 1100–1107.
- Andriani, C. E. T. I., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Sumbawa, U. T. (2020). *Pengaruh Harga Paket Internet Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel.*
- Fillah, A., & Fitria, S. E. (2018). *THE EFFECT OF PROMOTION , PRICE , QUALITY OF PRODUCTS , AND BRAND IMAGE ON INDIHOME PURCHASE DECISIONS ( CASE STUDY OF PESONA BALI RESIDENCE , BANDUNG ) Innovation in companies makes companies more developed and able to compete in the market . The develop.* 5(3), 3245–3252.
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis.*
- Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET DI GALLERY .... *EMAS.*
- Riski Kurniawan. (2018). *Jurnal DINAMIKA Vol. 4 No. 2 – Desember2018 | ISSN:2460-3643.* 4(2).
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia the Effect of Consumer Behavior Toward the Online Purchase of Fashion Product of Zalora Indonesia. *Sosioteknologi, 15(2), 291–297.*

## PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA INDUSTRI ROKOK DI BEI

Retno Dwiayu W<sup>1</sup>, Teguh Purwanto<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>  
Email : [retnoayu924@gmail.com](mailto:retnoayu924@gmail.com)<sup>1</sup>  
Koresponden : [teguhpwt@gmail.com](mailto:teguhpwt@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mengenali pengaruh dari biaya produksi serta biaya operasional terhadap laba bersih dalam Industri Rokok yang terdaftar di BEI. Variabel bebas yang dipakai pada penelitian ini ialah biaya produksi serta biaya operasional, sebaliknya laba bersih selaku variabel terikat. Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini merupakan informasi laporan keuangan PT. Gudang Garam Tbk serta PT. Handjaya Mandala Sampoerna Tbk tahun 2016- 2019, sebaliknya ilustrasi pada penelitian ini merupakan laporan neraca serta laporan laba rugi per triwulan PT. Gudang Garam Tbk serta PT. Handjaya Mandala Sampoerna Tbk tahun 2016- 2019. Prosedur penelitian yang digunakan ialah dengan prosedur kuantitatif dengan pemilihan sampel purposive sampling, dan metode pengumpulan informasi memakai dokumentasi. Metode analisis informasi yang dipakai dalam penelitian ini ialah pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis uji t serta uji F. Hasil dari penelitian dalam Uji- t, diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,020 < 0,05$  sehingga biaya produksi mempengaruhi positif terhadap laba bersih. Hasil penelitian Uji- t, diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,767 < 0,05$  sehingga biaya operasional mempengaruhi negatif terhadap laba bersih. Hasil penelitian Uji- F, diperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga biaya produksi serta biaya operasional mempengaruhi simultan dan positif pada laba bersih.  
Kata kunci: Biaya Produksi, Biaya Operasional, Laba Bersih.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze operational costs on the effect of production costs and net profit in the Cigarette Industry listed on the IDX. The independent variables used in this study are production and operational costs, on the other hand net income is the operating cost variable. The population determined in this study is the information on the financial statements of PT. Gudang Garam Tbk and PT. Handjaya Mandala Sampoerna Tbk in 2016-2019, on the contrary the illustrations in this study are the balance sheet and profit and loss statements per quarter of PT. Gudang Garam Tbk and PT. Handjaya Mandala Sampoerna Tbk 2016-2019. The research procedure used is a quantitative procedure by selecting a purposive sampling sample, and the method of collecting information using documentation. The information analysis method used in this study is classical assumption testing, multiple linear regression analysis, hypothesis testing t test and F test. The results of the research in the t-test, obtained a significant value of  $0.020 < 0.05$  so that production costs have a positive effect on net income. The results of the t-test research, obtained a significant value of  $0.767 < 0.05$  so that operating expenses have a negative effect on net income. The results of the F-Test study, obtained a significant value of  $0,000 < 0.05$  so that production costs and operating costs that affect simultaneously and positively on net income.*

*Keywords: Production Cost, Operational Cost, Net Profit.*

## **PENDAHULUAN**

Dalam pertumbuhan di masa globalisasi saat ini ini tingkatan persaingan dalam dunia usaha terus menjadi besar serta cuma badan usaha yang memiliki kinerja ataupun perfoma menarik dan baik yang mampu bertahan. Pada dunia persaingan usaha yang terus menjadi pesaing pada industri diyakini agar terus menjadi efektif dalam melaksanakan aktivitasnya ketika keadaan ekonomi akan banyaknya hal yang tak pasti ketika kelemahan perekonomiannya menyerang Indonesia yang diakibatkan oleh covid- 19 yang melemahkan terlebih lagi mengganggu seluruh dari zona perokonomian yang ada.

Laba ataupun profit ialah perbedaan sisa antara jumlah yang dimiliki pelanggan atas penjualan benda ataupun jasa yang didapat, serta yang di anggarkan untuk perihal sumber daya dalam menciptakan benda serta jasa tersebut,( Haryani dkk, 2017). Industri dalam menggapai sasaran buat memperoleh laba salah satunya ialah dengan meminimalisir anggaran yang sudah terjalin pada disaat proses produksi. Biaya (cost) yang dikeluarkan oleh industri ketika proses produksi berupa biaya produksi ataupun operasional ialah salah satu faktor yang bisa memengaruhi laba.

Biaya produksi bagi Mulyadi( 2015: 8) ialah anggaran guna menjual bahan baku yang sudah siap dipasarkan. Dari perhitungan segi pengeluarannya secara garis besar biaya produksi dipecah jadi sebagian bagian ialah merupakan: biaya tenaga kerja langsung, baiaya bahan baku, serta biaya overhead pabrik. Tidak hanya itu bagi Sadday( 2014), tingga biaya produksi bakal berakibat pada tingkatan penjualan. Secara kuantitas, sesuatu industri telah menghalangi hasil produksinya ketika membiasakan untuk tingkatan biaya produksi yang hukumnya wajib dikeluarkan. Pada saat hasil produk secara kuantitas menurun pasti saja pula berakibat pada laba yang diperoleh industri. Pengelolaan biaya produksi yang kurang baik bisa menyebabkan turunnya pemasukan yang doiterima industri. Pemakaian bahan baku yang bermutu baik pula hendak menciptakan produk yang baik pula. Biaya produksi itu dapat menjadi penentu sebesar apa harga jual dari produk jasa yang akan memengaruhi besaran laba ketika diperoleh.

Biaya operasional ataupun biaya usaha( operating expenses) pula berarti buat mempengaruhi I besar kecilnya laba yang diperoleh. Biaya operasional ialah anggaran yang secara tidak langsung tidak terdapat hubungan dengan suatu produk industri tetapi keterkaitan dengan kegiatan operasional industri. Biaya operasional ialah asla mula ekonomi dalam mengupayakan serta mempertahankan menegania pemasuk ( Jopie Jusuf 2014: 41). Biaya operasioanl ialah biaya yang dipengaruhi oleh kegiatan industri, oleh karena itu terus menjadi meningkatnya tingkatan kegiatan, hingga maka hendak terus menjadi bertambah pula biaya operasionalnya. Sebab biaya operasional ialah biaya yang ikut serta langsung dalam aktivitas industri, hingga didalam memastikan biaya operasional tidak bisa dicoba secara terpisah dengan bermacam serangkaian kegiatan industri. Biaya operasional ialah biaya yang mempunyai kedudukan besar dalam pengaruhi keberhasilan sesuatu industri buat menggapai tujuan. Tanpa terdapatnya kegiatan operasional yang terencana hingga produk yang dihasilkan tidak hendak mempunyai arti untuk industri. Semakin tumbuh serta terus menjadi besarnya sesuatu industri hingga terus menjadi bertambah pula kegiatan yang dilakukan oleh industri tersebut. Semakin meningkatnya kegiatan industri hendak tingkatan biaya yang hendak dikeluarkan buat

operasional industri. Bila industri bisa menekan ataupun meminimalkan biaya produksi serta biaya operasional, hingga hendak terjalin kenaikan terhadap laba bersih. Begitupula dengan kebalikannya, bila biaya produksi dan biaya operasional membengkak pasti pula hendak berakibat pada penyusutan terhadap laba bersih industri.

## METODE

Tipe penelitian ini memakai tipe pendekatan penelitian kuantitatif yang tercantum kedalam tipe penelitian sebab- akibat, ialah dimana penelitian ini lebih menekankan hendak ikatan kausalitas antara pengaruh biaya produksi serta biaya operasional pada laba bersih. Pembelajaran ini dicoba pada industri rokok yang tercatat di BEI dimana informasi yang diperoleh sudah diterbitkan oleh web formal BEI [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Populasi ditetapkan dalam penelitian ini meliputi informasi laporan keuangan PT. Gudang Garam Tbk serta PT. Handjaya Mandala Sampoerna Tbk, serta Sampel yang digunakan merupakan informasi laporan neraca serta laporan laba rugi PT. Gudang Garam Tbk serta PT. Handjaya Mandala Sampoerna Tbk selama 4 tahun ialah tahun 2016- 2019, yang diambil dari tahun triwulan I 2016 hingga dengan triwulan IV 2019. Pengambilan beberapa sampel pada penelitian ini ialah memakai *purposive sampling* ataupun biasa disebut sampel bertujuan. Sumber informasi penelitian ini memakai informasi sekunder dengan metode pengumpulan informasi dokumentasi. Metode analisis informasi yang digunakan ialah pengujian asumsi klasik( uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi), analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis( uji t serta uji F).

## HASIL

### Analisis Informasi Penelitian

#### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1583365,5060489
Most Extreme Differences	Absolute	,132
	Positive	,092
	Negative	-,132
Test Statistic		,132
Asymp. Sig. (2-tailed)		,171*

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data.

Sumber: SPSS 25, data diolah oleh peneliti 2021

Bersumber pada pada tabel 4. 3 diatas bisa dilihat kalau informasi yang digunakan telah berdistribusi wajar. Metode buat mengenali kalau informasi tersebut telah berdistribusi wajar merupakan dengan metode melihat nilai signifikan pada tabel hasil pengujian normalitas. Pada tabel 4. 3 dikenal nilai sig = 0, 171 yang berarti > 0, 05 hingga informasi yang diuji bisa ditentukan sudah berdistribusi wajar bagi uji Kolmogrov- Smirnov.

Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>

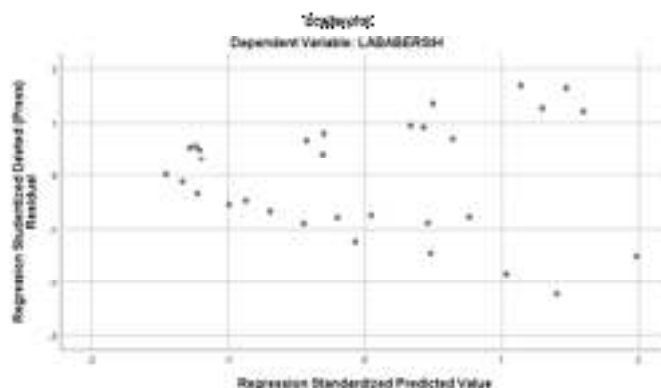
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-	67613		-	,897					
B_PROD UKSI	88573,126	4,968		,131						
B_PROD UKSI	,600	,592	3,707	-	,020	,898	,185	,082	1,200	8,099
B_OPERASIONAL	-,411	,535	-2,810	-	,043	,897	-	-	1,900	8,099

a. Dependent Variable: LABA BERSIH  
 Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti 2021

Pada tabel 4. 4 diatas dikenal kalau nilai dari VIF pada tiap- tiap variabel independen ialah merupakan Biaya Produksi sebesar 8, 099&lt; 10, Biaya Operasional sebesar 8, 099&lt; 10. Hingga bisa disimpulkan kalau dari hasil VIF variabel independen tidak memiliki permasalahan dengan multikolinearitas dalam model regresi ini, sebaliknya buat nilai tolerance tidak kurang dari 2 pada tiap- tiap variabel independen ialah merupakan Biaya Produksi sebesar 1, 200, Biaya Operasional 1, 900 bisa dimaksud terbebas dari multikolinearitas. Hasil uji menampilkan seluruh variabel terbebas dari multikoliniearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Grafik Scatterplot  
 Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti 2021



Pada gambar, nampak kalau grafik scatterplot bentuknya menyerupai pola titik- titik yang menyebar acak serta tidak memebentuk pola maupun memusat pada satu titik tertentu. Bisa disimpulkan kalau pada uji model regresi ini, informasi yang digunakan tidak terjalin heteroskendastisitas.

Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. Change	F	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1			
1	,901 <sup>a</sup>	,811	,798	1637054,08351	,811	62,229	2	29	,000	1,414

a. Predictors: (Constant), B\_OPERASIONAL, B\_PRODUKSI

b. Dependent Variable: LABABERSIH

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti 2021

Bersumber dari tabel yang ada nilai Durbin Watson = r 1, 698 dengan nilai dL= 1, 309 serta dU= 1, 574. Hingga dapat didapat nilai 4- dU sebesar 4- 1, 574= 2, 426 serta buat nilai 4- dL sebesar 4- 1, 309= 2, 691 hingga dapat disimpulkan model regresi buat penelitian ini tidak terjalin indikasi autokorelasi baik secara positif ataupun secara negatif sebab nilai DW berada pada dU serta 4- dU ( dU< d< 4- dU= 1, 309< 1, 574< 2, 426).

Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-88573,126	6761,34968		-.131	,897					
	B_PRODUKSI	,600	,592	3,707	1,012	,020	,898	,185	,082	1,200	8,099
1	B_OPERASIONAL	-.411	,535	-.2810	-.767	,043	,897	-.141	-.062	1,900	8,099

a. Dependent Variable: LABA BERSIH

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti 2021

Bersumber pada tabel diatas, diperoleh rumus persamaan regresi linier berganda ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$= 88573,12 + (0,600 X_1) + (-0,411 X_1) + e$$

Hingga hasil interpretasi dari persamaan diatas merupakan sebagai berikut:

- a. Nilai konstan a dikenal memiliki nilai sebesar 88573,12 yang berarti kalau bila variabel biaya produksi serta biaya operasional dianggap konstan ataupun nol hingga variabel laba bersihnya bakal hadapi penyusutan sebesar 88573,12.

- b. Nilai koefisien b1 dikenal memiliki nilai sebesar 0,600 dimana tiap kenaikan variabel biaya produksi( X1) mempengaruhi positif senilai 1%, hingga nilai laba bersih hadapi kenaikan senilai 0,600 dengan dugaan variabel lainnya bernilai tetap.
- c. Nilai koefisien b2 dikenal mempunyai nilai sebesar- 0,411 dimana tiap kenaikan variabel biaya operasional( X2) mempengaruhi positif sebesar 1%, hingga nilai laba bersih hadapi kenaikan sebesar- 0,411 dengan dugaan variabel lainnya bernilai tetap.

**Uji Hipotesis**  
**Uji t**

Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations			Collinearity Statistics												
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF											
1	(Constant)	-	88573,126		676134,958																
	B_PRODUKSI	,600	,592	3,707	-	,020	,898	,185	,082	1,200	8,099										
	B_OPERASIONAL	,411	,535	2,810	,767	,043	,897	,141	,062	1,900	8,099										

a. Dependent Variable: LABA BERSIH  
Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti 2021

Memastikan t tabel dengan  $\alpha = 0,05$   $n = 32$  serta  $k = 2$  hingga akan diperoleh nilai t tabel,  $t_{tabel} = t(\alpha/2; n - k - 1) = t(0,025; 29)$ , dilihat dengan t tabel serta didapatkan nilai sebesar 2,045. Hasil pengujian hipotesis buat tiap-tiap variabel independen secara parsial pada variabel dependent dengan analisa seperti berikut:

a. Hipotesis 1

Bersumber pada tabel diatas bisa disimpulkan kalau disaat dicoba tes statistik secara parsial diperoleh nilai t hitung = - 1,012 serta nilai t tabel sebesar 2,045 maka nilai t hitung < nilai t tabel (- 1,012 < 2,045). Pada tabel diatas pula menampilkan nilai signifikan sebesar 0,020 sehingga nilai dari sig = 0,020 < 0,05 yang maksudnya kalau biaya produksi mempengaruhi positif terhadap laba bersih. Hasil uji t mendukung hipotesis H1 diterima kalau biaya produksi mempengaruhi positif terhadap laba bersih.

b. Hipotesis 2

Bersumber pada tabel diatas bisa disimpulkan kalau dikala dicoba uji statistik secara parsial diperoleh nilai t hitung = - 0,767 serta nilai t tabel = 2,045 sehingga nilai t hitung < nilai t tabel (- 0,767 < 2,045). Pada tabel diatas pula menampilkan nilai signifikan sebesar- 1,012 sehingga dari nilai sig = - 0,767 < 0,05 yang dimaksud kalau biaya operasional mempengaruhi negatif signifikan terhadap laba bersih. Hasil uji t menunjang hipotesis H2 diterima kalau biaya operasional mempengaruhi negative terhadap laba bersih.

Uji F

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	333543247263 120,250	2	166771623641 560,120	62,229	,000 <sup>b</sup>
	Residual	777184360981 14,530	29	267994607234 8,777		
Total		411261683381 234,750	31			

a. Dependent Variable: LABA BERSIH

b. Predictors: (Constant), B\_OPERASIONAL, B\_PRODUKSI

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti 2021

Bersumber pada tabel diatas, menampilkan kalau nilai F hitung = 62, 229 dengan nilai F tabel = 3, 32, sehingga F hitung > dari F tabel( 62, 2293, 32). Hasil perhitungan di atas pula menampilkan kalau nilai sig = 0, 000 < 0, 05, sehingga bisa disimpulkan kalau biaya produksi dan operasional memiliki pengaruh positif dan simultan pada laba bersih.

**SIMPULAN**

Bersumber pada hasil daripada penelitian yang sudah dicoba dalam dunia Industri Rokok yang tercatat di BEI periode 2016 - 2019, bisa diambil kesimpulan informasi yang dipergunakan dalam penelitian ini berdistribusi wajar serta hasil analisis regresi linier berganda menampilkan seluruh hipotesis diterima, ialah mulai dari hipotesis awal, hipotesis ke 2 sampai hipotesis ke 3, hingga bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bersumber pada hasil uji parsial( uji t) menampilkan kalau biaya produksi secara statistic thitung sebesar 1, 012 < tabel 2, 045 dengan nilai signifikan sebesar 0, 020 hingga H1 diterima. Hasil ini menampilkan kalau secara parsial biaya produksi ada pengaruh pada laba bersih.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) menampilkan kalau biaya operasional mempengaruhi negatif signifikan pada laba bersih dalam industri rokok yang tercatat di BEI periode 2016- 2019. Dimana biaya operasional memiliki ikatan dengan laba bersih yang sangatlah kokoh serta berbanding terbalik, maksudnya kala biaya operasional bertambah hingga laba bersih juga hendak alami penyusutan.
3. Bedasarkan uji F( uji hipotesis) bisa disimpulkan kalau pengaruh yang signifikan antara biaya produksi serta operasional pada laba bersih pada industri rokok yang tercatat di BEI periode 2016- 2019. Dimana biaya produksi serta operasional memiliki ikatan dengan laba bersih yang sangat kokoh serta berbanding lurus, yang maksudnya merupakan pada saat biaya produksi serta biaya operasional bertambah hingga laba bersih pula bakal alami kenaikan.

**IMPLIKASI**

Sebagian implikasi yang terdapat dalam penelitian ini bisa dipaparkan sebagai berikut:

1. Biaya produksi pengaruhi laba bersih , perihal ini mengindikasikan jika apabila terus menjadi besar biaya produksi hingga terus menjadi rendah laba yang diperoleh industri, oleh sebab itu industri rokok hendaknya supaya tingkatan jumlah penjualan dengan tujuan supaya penjualan pada industri bertambah diringi dengan meningkatnya laba bersih hingga investor bakal tertarik buat berinvestasi di emiten tersebut.
2. Biaya operasional pengaruhi laba bersih, perihal ini mengindikasikan jika terus menjadi besar biaya operasional yang dikeluarkan hingga terus menjadi kecil laba bersih yang diperoleh, demikian pula kebalikannya semakin kecil biaya operasional yang digunakan hingga semakin besar laba bersih yang diperoleh.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Untuk membatasi kasus dari fokus penelitian yang sudah ditetapkan, hingga peneliti cuma fokus mempelajari pada variabel yang sudah ditetapkan ialah variabel biaya produksi, variabel biaya operasional serta variabel laba bersih, peneliti tidak menganalisis tidak hanya dari variabel tersebut serta peneliti cuma melaksanakan penelitian di PT. Gudang Garam Tbk serta PT. Handjaya Mandala Sampoerna Tbk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Casmadi, Y & Aziz, I. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk Poltekpos Bandung ISSN 1979-8334. *Jurnal Akuntansi Poltekpos Bandung*.
- Diana,., Novia,., Sagala,., D., Steven,., Djokri,., A. M. (2020). Pengaruh Biaya Operasional, Biaya Produksi, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Dasar Industri Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*.
- Maulidina Rahmanita. (2017). Pagaruh Biaya Promosi dan Biaya Pproduksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Degan Periode 2006-2015. *Akuntansi, Pagaruh Biaya Promosi da Biaya Pproduksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Degan Periode 2006-2015*.
- Mulyana, A., & Muslih, I. (2020). PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH. *Jurnal Riset Akuntansi*. <https://doi.org/10.34010/jra.v12i1.2600>
- Rostianti, & Ferliyanti, H. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Penjualan terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016. *Jurnal AKRAB JUARA*.
- Jusuf, Jopie, 2008. Buku Analisis Kredit Untuk Akun Officer, Jakarta: PT Gramedia. Pustaka Utama
- Mulyadi, 2005, Akuntansi Biaya, Aditya Media, Edisi ke-5, Yogyakarta
- Sadayy. 2015. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan. Universitas Wiraraja. MADURA.

## ANALISIS PENGARUH TINGKAT INFLASI, NILAI TUKAR RUPIAH, DAN MODAL KERJA TERHADAP LABA

Lusy Wulandari<sup>1</sup>, Untung Lasiyono<sup>2</sup>, Yuli Kurnia Firdausi<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : [lusywulandari29091998@gmail.com](mailto:lusywulandari29091998@gmail.com)<sup>1</sup>, [virdajulie9@gmail.com](mailto:virdajulie9@gmail.com)<sup>3</sup>

Koresponden : [untunglasiyono@unipasby.ac.id](mailto:untunglasiyono@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Laba merupakan indikasi kesuksesan suatu badan usaha atau perusahaan. Perusahaan yang dikatakan memiliki tingkat keuntungan tinggi berarti tinggi pula penggunaan modal kerja yang digunakan perusahaan. Laba dalam laporan keuangan perusahaan merupakan salah satu parameter kinerja keuangan yang mendapat perhatian dari para investor yang hendak menanamkan dananya dalam saham untuk tujuan investasi jangka panjang. Sehingga perusahaan harus mampu membangun citra perusahaan yang baik agar dapat menarik investor untuk berinvestasi sehingga perusahaan harus dapat mengatasi faktor eksternal seperti inflasi yang melanda perekonomian Indonesia dan juga nilai tukar rupiah yang berubah-ubah setiap harinya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat inflasi, nilai tukar rupiah, dan modal kerja terhadap laba pada perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari data laporan keuangan, data inflasi dari *website* resmi Badan Pusat Statistik, dan nilai tukar rupiah dari *website* resmi Bank Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri farmasi terbesar yang go publik di Indonesia. Sampel diambil dengan metode *purposive sampling*, sehingga terkumpul 11 perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia dengan periode penelitian 2014-2019. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan SPSS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan tingkat inflasi, nilai tukar rupiah, dan modal kerja berpengaruh signifikan terhadap laba.

Kata kunci : Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, Modal Kerja, Laba

### ABSTRACT

*Profit is an indication of the success of a business entity or company. Companies that are said to have high levels of profit also mean high use of the working capital used by the company. Profit in the company's financial statements is one of the financial performance parameters that gets the attention of investors who want to invest their funds in stocks for long-term investment purposes. So that the company must be able to build a good corporate image in order to attract investors to invest so that the company must be able to overcome external factors such as inflation that hit the Indonesian economy and also the rupiah exchange rate which changes every day. This study aims to examine the effect of the inflation rate, the rupiah exchange rate, and working capital on profits in the pharmaceutical industry companies that go public in Indonesia. The data used in this study were obtained from financial report data, inflation data from the official website of the Central Bureau of Statistics, and the rupiah exchange rate from the official website of Bank Indonesia. The population in this study is the largest pharmaceutical industry company that has gone public in Indonesia. The sample was taken by purposive sampling method, so that there were 11 pharmaceutical industry companies that went public in Indonesia with the 2014-2019 research period. The data analysis technique used multiple linear regression analysis techniques using SPSS version 24. The results showed that simultaneously the inflation rate, the rupiah exchange rate, and working capital had a significant effect on profits.*

Keywords: *Inflation, Rupiah Exchange Rate, Working Capital, Profit*

## PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan dalam dunia bisnis yang mendorong dengan cepat perusahaan-perusahaan dari berbagai bidang industri untuk terus berpacu mengikuti perkembangan tersebut. Dalam keadaan seperti ini, perusahaan harus terus memperhatikan situasi pasar dan prospeknya serta dapat memanfaatkan setiap peluang yang ada dengan memperhatikan segala aspek baik buruk didalam maupun diluar perusahaan. Semakin ketatnya persaingan, perusahaan semakin dituntut untuk selalu melakukan performa yang terbaik. Salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat seiring dengan perkembangan dunia bisnis ini adalah industri farmasi yang menjadi salah satu penyumbang penerimaan PDB. Menurut Undang Undang Nomor 35 Tahun 2009, industri farmasi merupakan perusahaan berbentuk badan hukum yang memiliki izin untuk melakukan kegiatan produksi serta penyaluran obat dan bahan obat, termasuk Narkotika. Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015-2035, industri farmasi dan bahan farmasi merupakan salah satu sektor andalan yang berperan besar sebagai penggerak utama perekonomian di masa yang akan datang. Kontribusi yang diberikan dari industri ini pada PDB 2019 tercatat 19,62%. Kontribusi tersebut jauh di atas Perdagangan, Pertanian, Konstruksi hingga Pertambangan.

Tabel 1. Data Perkembangan Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional

Perkembangan Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional (dalam miliar rupiah)					
2014	2015	2016	2017	2018	2019
180.037,2	209.788,2	223.404,7	236.186,4	239.678,0	265.925,1

Sumber : [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) dan data diolah penulis 2021

Menurut data diatas, perkembangan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Perusahaan berperan sebagai pengelola atau produsen dalam perekonomian yang mana perusahaan adalah badan yang memproduksi dan mengelola barang mentah menjadi barang siap pakai/siap saji. Dengan adanya perusahaan maka akan ada modal untuk mengelola sumber daya alam sebaik-baiknya untuk kebutuhan masyarakat bersama. Perusahaan didirikan dengan tujuan utama yaitu untuk memperoleh laba yang maksimal agar kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan. Tanpa dihasilkannya laba, maka suatu entitas bisnis akan mengalami kebangkrutan. Berbagai aktivitas yang dilakukan selalu memerlukan dana, baik untuk membiayai kegiatan operasional sehari-hari. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelola dana bergantung pada efisiensi pengelolaan dana yang ada dalam perusahaan.

Laba dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Laba dalam laporan keuangan perusahaan merupakan salah satu parameter kinerja keuangan yang mendapat perhatian dari para investor yang hendak menanamkan dananya dalam saham untuk tujuan investasi jangka panjang. Sehingga perusahaan harus mampu membangun citra perusahaan yang baik agar dapat menarik investor untuk berinvestasi sehingga perusahaan harus dapat mengatasi faktor eksternal seperti inflasi yang melanda perekonomian Indonesia dan juga nilai tukar rupiah yang berubah-ubah setiap harinya. Menurut Sadono Sukirno (2011:165) inflasi adalah: "Kenaikan harga barang-barang yang bersifat umum dan terus-menerus". Menurut Wikipedia, inflasi ringan terjadi apabila kenaikan harga berada di bawah 10%, inflasi sedang antara 10-30%, dan inflasi berat antara 30-100% per tahun serta hiperinflasi atau inflasi tidak terkendali terjadi apabila

kenaikan harga berada di atas 100% setahun. Bagi perusahaan, inflasi menyebabkan naiknya biaya produksi dan operasional mereka sehingga pada akhirnya merugikan perusahaan itu sendiri.

Menurut Mahyus Ekananda (2014:168) “Kurs merupakan harga suatu mata uang relatif terhadap mata uang Negara lain. Setiap negara selalu menjaga agar nilai tukar mata uang domestik negaranya dalam keadaan yang stabil terhadap nilai tukar mata uang asing. Nilai tukar yang stabil diperlukan untuk terciptanya kondisi yang kondusif bagi kegiatan dunia usaha. Dengan adanya kondisi yang kondusif bagi kegiatan dunia usaha, diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Nilai tukar rupiah yang semakin melemah terhadap dolar akan membuat laba perusahaan menurun dan sebaliknya rupiah menguat terhadap dolar akan membuat laba perusahaan meningkat.

Selain faktor eksternal yang mempengaruhi laba ada juga faktor internal yang turut serta memberikan pengaruh terhadap fluktuasi laba perusahaan. Faktor internal yang mempengaruhi laba yaitu modal kerja. Menurut Sartono (2010:122) menyatakan “Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri”. Pendapat tersebut disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan laba dengan menggunakan modal yang cukup tersedia.

Dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari perusahaan dituntut untuk mempunyai modal kerja yang cukup. Modal kerja pada perusahaan digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan seperti membayar gaji karyawan, pembelian mesin dan lain-lain. Dana yang telah dikeluarkan untuk membiayai operasional perusahaan akan kembali masuk ke perusahaan melalui hasil dari penjualan produk-produk perusahaan tersebut. Dari penjualan tersebut diharapkan perusahaan memperoleh laba yang akan digunakan lagi sebagai modal kerja perusahaan untuk periode selanjutnya. Sehingga tinggi rendahnya tingkat modal kerja akan mempengaruhi tingkat laba perusahaan, Perusahaan yang mempunyai modal kerja yang tinggi, maka perusahaan tersebut mempunyai kesempatan untuk menghasilkan laba lebih besar. Oleh karenanya penelitian ini lakukan peneliti untuk mengukur laba menggunakan 3 variabel yaitu Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, dan Modal Kerja.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu data yang dapat di ukur dengan angka. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, dimana data diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung melalui media perantara berupa sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, struktur organisasi, buku, literatur, artikel, serta situs diinternet. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari laporan keuangan perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia periode 2014-2019.

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri farmasi terbesar yang go publik di Indonesia periode 2014-2019. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria pengambilan sampel sebagai berikut : (1) Perusahaan industri farmasi terbesar yang go publik di Indonesia; (2) Perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia yang menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut selama periode 2014-2019; (3) Perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia yang menyediakan data terkait dengan variabel penelitian; (4) Perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia yang tidak mengalami kerugian selama periode 2014-2019; (5) Perusahaan industri farmasi yang

go publik diIndonesia yang melaporkan laporan keuangan dalam satuan mata uang rupiah periode 2014-2019.

Dari kriteria sampel yang diberikan diatas, didapatkan 11 perusahaan yang memenuhi kriteria dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan
1	PT. Kalbe Farma Tbk
2	PT. Tempo Scan Pacific Tbk
3	PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk
4	PT. Kimia Farma (Persero) Tbk
5	PT. Merck Tbk
6	PT. Phapros Tbk
7	PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
8	PT. Enseval Putera Megatrading Tbk
9	PT. Millennium Pharmacon International Tbk
10	PT. Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk
11	PT. Pyridam Farma Tbk

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah teknik dokumentasi. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi laporan keuangan perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia dari 11 perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dan data mengenai tingkat inflasi, dan nilai tukar rupiah yang diakses melalui [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) dan [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id).

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Operasionalisasi variabel yang dilakukan pada variabel dependen dalam penelitian ini adalah Laba. Menurut Harahap (2009:113) "Laba adalah kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi". Dalam penelitian ini menggunakan laba bersih yaitu laba yang didapatkan setelah dikurangi pajak.

Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini yaitu Inflasi. Menurut Sadono Sukirno (2011:165) inflasi adalah: "Kenaikan harga barang-barang yang bersifat umum dan terus-menerus". Rumus yang dipakai untuk menentukan laju inflasi adalah sebagai berikut (Suharyadi dan Purwanto, 2003:152) :

$$\pi = \frac{IHK_t - IHK_{t-1}}{IHK_{t-1}} \times 100$$

Gambar 1. Rumus Laju Inflasi

Selain itu, variabel independen dalam penelitian ini adalah Nilai Tukar Rupiah. Menurut Mahyus Ekananda (2014:168) "Kurs merupakan harga suatu mata uang relatif terhadap mata uang Negara lain. Nilai Tukar Rupiah di ukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Kurs\ Tengah = \frac{Kb + Kj}{2}$$

Gambar 2. Rumus Nilai Kurs Tengah

Menurut Agnes Sawir (2005), yaitu : “Modal kerja adalah keseluruhan aktiva lancar yang dimiliki oleh perusahaan atau dapat pula dimaksudkan sebagai dana yang harus tersedia untuk membiayai kegiatan operasi perusahaan sehari-hari seperti pembelian bahan baku, pembayaran listrik, telepon, upah buruh, hutang, dan pembayaran yang lainnya”. Modal Kerja dapat diukur dengan cara aktiva lancar pada laporan keuangan dikurangi dengan utang lancar yang ada pada laporan keuangan. Berikut adalah perhitungannya :

$$\text{Modal kerja} = \text{Aktiva Lancar} - \text{Utang Lancar}$$

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan perhitungannya menggunakan metode statistik. Analisis data yang digunakan yaitu :

#### **Analisis Statistik Deskriptif**

Menurut Rizki (2019) statistik deskriptif menjelaskan data suatu variabel dengan menunjukkan nilai rata-rata (mean), standard deviasi, nilai maksimum dan minimum.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2018, 161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan analisis uji statistik kolmogorov-smirnov dan analisis grafik. Hasil penelitian dikatakan berdistribusi normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) variabel residual berada diatas 0.05 atau 5%. Sebaliknya apabila berada dibawah 0.05 atau 5% data tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas. Salah satu alasan mengapa data tidak normal adalah adanya outliers. Outliers adalah kasus atau data yang memiliki karakteristi unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk sebuah variabel tunggal atau kombinasi (Ghozali, 2011 : 41). Beberapa ahli menilai data outliers ini lebih baik di hilangkan, karena ada kemungkinan adanya data outliers yang mengacaukan pengujian statistik. Dalam penelitian ini ada data outliers yang dihilangkan yaitu 20 dari 66 jumlah sampel yang digunakan sehingga menggunakan 46 sampel untuk pengujian analisis data dengan SPSS versi 24.

#### **Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi, dapat dilihat dari tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Model regresi yang bebas dari multikolinieritas jika tingkat tolerance  $\geq 0,1$  atau tingkat variance inflation factor (VIF)  $\leq 10$ .

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:137). Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji glejser, yaitu dengan melihat nilai signifikansi di atas tingkat  $\alpha=5\%$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2006:125-129).

### Uji Autokorelasi

Uji asumsi autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (Singgih Santoso, 2010:213). Cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan uji run test yang digunakan dalam penelitian ini. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai Asymp.Sig (2-tailed) uji run test. Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) Ghozali (2018:95).

### Uji Hipotesis

#### Uji $t$ (parsial)

Uji  $t$  pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2006:84). Cara uji  $t$  yaitu membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $Sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $Sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### Uji $F$ (simultan)

Uji  $F$  digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara uji  $F$  yaitu dengan membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan  $Sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan  $Sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima artinya secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen (Ghozali, 2016:95).  $R^2$  mempunyai nilai antara 0 sampai 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Apabila nilai  $R^2$  mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji  $t$  (parsial), Uji  $F$  (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24.

### Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	Inflasi	Nilai Tukar Rupiah	Modal Kerja	Laba
Mean	-0,52106	13,60017	1,20784	0,33042
Maximum	3,607	14,481	7,820	2,540
Minimum	-18,959	12,440	-0,050	0,003
Standard Deviasi	8,313659	0,621164	1,874979	0,464459

Sumber : Data diolah penulis 2021

**Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas**

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp.Sig (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
Residual	0,200	0,05	Normal

Sumber : Data diolah penulis 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan dimana nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,200 > 0,05 yang berarti nilai tersebut sudah melebihi ketentuan pengambilan keputusan sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

**Uji Multikolinieritas**

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Inflasi	0,245	4,084	Bebas Multikolinieritas
Nilai Tukar Rupiah	0,240	4,162	Bebas Multikolinieritas
Modal Kerja	0,962	1,039	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Data diolah penulis 2021

Berdasarkan tabel diatas semua variabel independen menunjukkan nilai VIF  $\leq 10$  dan nilai tolerance  $\leq 0,1$ , sehingga dalam penelitian ini model regresi tidak terjadi atau bebas dari multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	T	Sig	Keterangan
Inflasi	-1,532	0,133	Bebas Heteroskedastisitas
Nilai Tukar Rupiah	1,722	0,092	Bebas Heteroskedastisitas
Modal Kerja	0,604	0,549	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah penulis 2021

Berdasarkan tabel diatas ketiga variabel independen menunjukkan nilai sig yang lebih dari 0,05, sehingga uji tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Uji Autokorelasi**

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	Asymp.Sig (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
Residual	0,051	0,05	Tidak terjadi Autokorelasi

Sumber : Data diolah penulis 2021

Berdasarkan hasil uji runs test diatas menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,051 > 0,05 yang dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi autokorelasi.

Maka uji asumsi klasik tidak terdapat masalah normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi sehingga telah memenuhi syarat yang sudah dijelaskan pada metode penelitian dan dapat melakukan pengujian selanjutnya yaitu analisis regresi linier berganda yang dilakukan setelah uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (dependen).

### Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,978 + 0,004X_1 + 0,075X_2 + 0,187X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar -0,978 bernilai negatif umumnya terjadi jika ada rentang yang cukup jauh antara X (variabel independen) dan Y (variabel dependen) maka nilai variabel dependen akan bernilai -0,978. Dengan kata lain apabila tingkat inflasi, nilai tukar rupiah, dan modal kerja tidak memberikan pengaruh (nilai X1, X2, dan X3 adalah 0) maka laba akan bernilai sebesar -0,978, dimana tanda negatif disini menunjukkan penurunan laba.

Nilai koefisien regresi tingkat inflasi sebesar -0,004 dan bertanda negatif yang artinya bahwa setiap perubahan variabel tingkat inflasi sebesar 1 poin dengan asumsi variabel lain tetap maka laba akan mengalami perubahan sebesar -0,004 dengan arah yang berbeda.

Nilai koefisien regresi nilai tukar rupiah sebesar 0,075 dan bertanda positif yang artinya bahwa setiap perubahan variabel nilai tukar rupiah sebesar 1 poin dengan asumsi variabel lain tetap maka laba akan mengalami perubahan sebesar 0,075 dengan arah yang sama.

Nilai koefisien regresi modal kerja sebesar 0,187 dan bertanda positif yang artinya bahwa setiap perubahan variabel modal kerja sebesar 1 poin dengan asumsi variabel lain tetap maka laba akan mengalami perubahan sebesar 0,187 dengan arah yang sama.

### Uji Hipotesis

#### Uji t (parsial)

Tabel 8. Hasil Uji t (parsial)

Variabel	T	Sig
Inflasi	-1,907	0,063
Nilai Tukar Rupiah	2,399	0,021
Modal Kerja	17,856	0,000

Sumber : Data diolah penulis 2021

Pada variabel Inflasi memiliki nilai  $t_{hitung}$  -1,907 dengan tingkat signifikansi 0,063 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Inflasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Laba. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan Inflasi berpengaruh signifikan positif terhadap Laba ditolak.

Pada variabel Nilai Tukar Rupiah memiliki nilai  $t_{hitung}$  2,399 dengan tingkat signifikansi 0,021 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Nilai Tukar Rupiah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Laba. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan Nilai Tukar Rupiah berpengaruh signifikan positif terhadap Laba diterima.

Pada variabel Modal Kerja memiliki nilai  $t_{hitung}$  17,856 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Modal Kerja berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Laba. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan Modal Kerja berpengaruh signifikan positif terhadap Laba diterima.

#### Uji F (simultan)

Tabel 9. Hasil Uji F (simultan)

Model	F	Sig
1	106,908	0,000

Sumber : Data diolah penulis 2021

Berdasarkan tabel diatas hasil uji F (simultan) diperoleh nilai Fhitung sebesar 106,908 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (tingkat inflasi, nilai tukar rupiah, dan modal kerja) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (laba).

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square
1	0,940	0,884

Sumber : Data diolah penulis 2021

Berdasarkan tabel diatas hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh R-Square sebesar 0,884 atau 88,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (tingkat inflasi, nilai tukar rupiah, dan modal kerja) memiliki pengaruh terhadap naik turunnya variabel dependen (laba) sebesar 88,4% dan sisanya 11,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sedangkan korelasi (R) memiliki nilai sebesar 0,941 yang berarti hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dapat dikatakan mempunyai hubungan yang kuat karena nilainya mendekati 1.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dengan bantuan SPSS versi 24 yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

Dari hasil pengujian hipotesis pertama (H1) dengan menggunakan uji t (parsial) diperoleh nilai signifikansi pada variabel tingkat inflasi lebih besar dari 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa inflasi tidak berpengaruh signifikan positif terhadap laba perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia tahun 2014-2019 tidak dapat diterima. Karena dalam penelitian ini jika perusahaan menaikkan harga produk maka tidak akan berpengaruh pada daya beli konsumen sehingga perusahaan masih bisa menghasilkan laba ditengah inflasi yang terjadi dan mampu menarik investor.

Dari hasil pengujian hipotesis pertama (H2) dengan menggunakan uji t (parsial) diperoleh nilai signifikansi pada variabel nilai tukar rupiah lebih kecil dari 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan positif terhadap laba perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia tahun 2014-2019 dapat diterima. Dalam penelitian ini jika nilai tukar rupiah melemah terhadap dolar akan membuat laba perusahaan menurun dan sebaliknya rupiah menguat terhadap dolar akan membuat laba perusahaan meningkat.

Dari hasil pengujian hipotesis pertama (H3) dengan menggunakan uji t (parsial) diperoleh nilai signifikansi pada variabel modal kerja lebih kecil dari 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh signifikan positif terhadap laba perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia tahun 2014-2019 dapat diterima. Dalam penelitian ini dimana tingginya volume penjualan yang dihasilkan maka modal dengan cepat kembali keperusahaan yang disertai keuntungan yang tinggi. Artinya semakin tinggi modal kerja yang dimiliki perusahaan maka laba yang dihasilkan akan meningkat.

Berdasarkan hasil uji F (simultan) diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H4) yang menyatakan tingkat inflasi, nilai tukar rupiah, dan modal kerja secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap laba diterima. Dalam penelitian ini laba dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal seperti inflasi dan nilai tukar rupiah. Selain faktor-faktor eksternal yang

mempengaruhi laba, faktor internal berupa modal kerja juga turut serta memberikan pengaruh terhadap fluktuasi laba perusahaan.

### IMPLIKASI

Implikasi dalam penelitian ini yaitu untuk membuktikan bahwa inflasi, nilai tukar rupiah, dan modal kerja dapat mempengaruhi laba perusahaan sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai laba perusahaan untuk menghasilkan laba yang lebih maksimal. Perusahaan diharapkan dapat mengelola laba dengan baik dan mampu mengatasi faktor eksternal seperti inflasi dan nilai tukar rupiah dengan meningkatkan modal kerja untuk memperbanyak investor sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yaitu hanya mengambil 6 tahun laporan keuangan dan sampel yang digunakan hanya pada perusahaan industri farmasi yang go publik di Indonesia sehingga penelitian ini tidak bisa dijadikan penentu terhadap sampel perusahaan lain. Selain itu, variabel yang digunakan hanya tiga dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agus, R. S. (2010). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Ekananda, M. (2014). Ekonomi Internasional. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. S. (2009). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rizki. (2019). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Probabilitas Terjadinya Financial Distress Pada Perusahaan Keluarga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Santoso, S. (2010). Statistik Nonparametrik. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sawir, A. (2005). Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sukirno, S. (2011). Makro Ekonomi Teori Pengantar, Edisi Ketiga. Jakarta: Rajawali Pers.
- Indonesia, B. (n.d.). Kurs Transaksi Bank Indonesia. Retrieved 4 16, 2021, from bi: <https://www.bi.go.id/id/statistik/informasi-kurs/transaksi-bi/default.aspx>
- Statistik, B. P. (n.d.). Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Bulanan Indonesia. Retrieved 4 16, 2021, from bps: <https://www.bps.go.id/staictable/2009/06/15/907/indeks-harga-konsumen-dan-inflasi-bulanan-indonesia-2006-2021.html>
- Tbk, P. D.-V. (n.d.). Annual Report. Retrieved 4 16, 2021, from darya-varia: <http://www.darya-varia.com/en/investors/annual-report>
- Tbk, P. E. (n.d.). Retrieved 4 16, 2021, from enseval: <http://www.enseval.com/>
- Tbk, P. I. (n.d.). Laporan Tahunan. Retrieved 4 16, 2021, from sido muncul: [https://investor.sidomuncul.co.id/id/annual\\_reports.html](https://investor.sidomuncul.co.id/id/annual_reports.html)
- Tbk, P. K. (n.d.). Annual Report. Retrieved 4 16, 2021, from kalbe: <https://www.kalbe.co.id/investor/financial-reports-and-presentations/annual-report>

- Tbk, P. K. (n.d.). Laporan Tahunan. Retrieved 4 16, 2021, from kimia farma:  
[https://kimiafarma.co.id/index.php?option=com\\_content&view=article&id=372&Itemid=175  
&lang=id](https://kimiafarma.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=372&Itemid=175&lang=id)
- Tbk, P. M. (n.d.). Retrieved 4 16, 2021, from mpi-indonesia: <http://www.mpi-indonesia.co.id/>
- Tbk, P. M. (n.d.). Reports & Financials. Retrieved 4 16, 2021, from merck group:  
<https://www.merckgroup.com/en/investors/reports-and-financials.html>
- Tbk, P. P. (n.d.). Annual Report. Retrieved 4 16, 2021, from pyfa:  
<https://www.pyfa.co.id/investor/annual-report/>
- Tbk, P. P. (n.d.). Laporan Tahunan. Retrieved 4 16, 2021, from phapros:  
<https://www.phapros.co.id/laporan-tahunan>
- Tbk, P. T. (n.d.). Annual Report. Retrieved 4 16, 2021, from tempo scan group:  
<https://www.temposcangroup.com/en/investors/annual-report>
- Tbk, P. T. (n.d.). Laporan Tahunan. Retrieved 4 16, 2021, from  
<https://www.taisho.co.id/index.php/id/investor/laporan-tahunan>

## Pengaruh Inflasi Terhadap Profitabilitas Dengan BI Rate sebagai Variabel Intervening Pada Bank Umum Syariah

Shellanda Pramesta Putri<sup>1</sup>, Yuni Sukandani<sup>2</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : [shellandapram@gmail.com](mailto:shellandapram@gmail.com)<sup>1</sup>,

Koresponden : [yuni\\_sukandani@yahoo.com](mailto:yuni_sukandani@yahoo.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari Inflasi terhadap profitabilitas melalui BI rate sebagai mediasi pada Bank Umum Syariah. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah 7 laporan keuangan triwulanan bank umum syariah periode 2018-2019. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan metode pengumpulan data menggunakan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, analisis jalur, uji hipotesis (uji t) dan uji sobel. Hasil uji t menunjukkan bahwa Inflasi tidak berpengaruh terhadap *Return On assets* dengan nilai signifikansi  $0,909 > 0,05$ . Inflasi berpengaruh terhadap BI Rate dengan nilai signifikansi  $0,004 > 0,05$ . BI Rate tidak berpengaruh terhadap *Return On Assets* dengan nilai signifikansi  $0,493 > 0,05$ . Pada hasil uji sobel diketahui bahwa BI Rate mempunyai nilai t-hitung  $-0,442$  lebih besar dari  $1,96$  ( $-0,442 > 1,96$ ) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung antara Inflasi terhadap *Return On Assets* melalui BI Rate sebagai variabel intervening. Hasil penelitian ini dapat dipakai oleh pihak bank sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan dan acuan dalam meningkatkan profitabilitas.

Kata kunci: Inflasi, Profitabilitas, BI Rate

### ABSTRACT

*This study was conducted to determine the effect of inflation on profitability through the BI rate as a mediation in Islamic Commercial Banks. The population and sample in this study were 7 quarterly financial statements of Islamic commercial banks for the 2018-2019 period. The sampling technique used purposive sampling and the data collection method used documentation. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, path analysis, hypothesis testing (t test) and Sobel test. The t test results show that inflation has no effect on Return on assets with a significance value of  $0.909 > 0.05$ . Inflation affects the BI Rate with a significance value of  $0.004 > 0.05$ . BI Rate has no effect on Return On Assets with a significance value of  $0.493 > 0.05$ . In the Sobel test results, it is known that the BI Rate has a t-count value of  $-0.442$  greater than  $1.96$  ( $-0.442 > 1.96$ ) indicating that there is an indirect effect between Inflation on Return On Assets through the BI Rate as an intervening variable. The results of this study can be used by the bank as a consideration in setting policies and references in increasing profitability.*

*Keywords: Inflation, Profitability, BI Rate*

### PENDAHULUAN

Bank syariah belum menjadi prioritas yang optimal dari sektor pemerintahan dan sektor perbankan nasional pada saat memulai beroperasi. Seiring berjalannya waktu, pemerintah mulai memperhatikan dan mengembangkan sistem perbankan syariah. Bank Umum Syariah (BUS) merupakan badan usaha yang menjalankan operasionalnya sesuai dengan aturan syariah untuk diterapkan dalam pelayanan pembayaran (Hernaini, 2020:75). Bank umum syariah berupaya untuk

terus berinovasi dalam mengembangkan berbagai macam produk layanan jasa agar dapat mempermudah nasabahnya dalam bertransaksi. Keberhasilan kinerja bank umum syariah mengacu pada tingkat profitabilitas. Rasio Profitabilitas merupakan skala untuk memperkirakan seberapa besar daya badan usaha untuk memperoleh keuntungan yang di harapkan (Kasmir, 2016:134). Kinerja ataupun kesehatan perbankan adalah gambaran dari profitabilitas, *Return On Assets* (ROA) di perhitungkan dapat memudahkan dalam mengukur keuntungan badan usaha, ROA dihitung dengan cara memperhitungkan aset yang perolehan keseluruhannya dari dana simpanan penabung daripada *Return On Equity* (ROE).

Keuangan perbankan erat hubungannya dengan berbagai fungsi yang mengakibatkan pentingnya pengaruh tingkat kurs mata uang terhadap aset dalam perusahaan. Penurunan nilai tukar mata uang dapat mengakibatkan inflasi naik. Inflasi merupakan gambaran dari peningkatan banyaknya uang yang berputar atau peningkatan likuiditas di perekonomian (Septa. Dkk, 2017:10). Inflasi juga dapat mempengaruhi ketetapan BI Rate, karena BI Rate dapat mengatur pergerakan inflasi dengan cara meminimalisir perputaran uang. BI Rate juga berperan penting bagi suku bunga acuan pada lembaga perbankan. Profitabilitas perbankan dapat di pengaruhi oleh suku bunga ketetapan yang dapat menggambarkan suatu sikap atau *stance* (BI Rate). Jika BI Rate mendapati terjadinya kenaikan, maka tarif yang di benarkan bank atas deposito dan kredit akan mendapati terjadinya kenaikan begitu juga sebaliknya. (Syah, 2018).

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah Inflasi berpengaruh terhadap *Return On Assets*; (2) Apakah Inflasi berpengaruh terhadap BI Rate; (3) Apakah BI Rate berpengaruh terhadap *Return On Assets*; (4) Apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara Inflasi terhadap *Return On Assets* melalui BI Rate sebagai variabel *intervening*.

Hipotesis yang di ajukan pada penelitian ini meliputi: (H1) Inflasi berpengaruh terhadap *Return On Assets*; (H2) Inflasi berpengaruh terhadap BI Rate; (H3) BI Rate berpengaruh terhadap *Return On Assets*; (H4) Terdapat pengaruh tidak langsung antara Inflasi terhadap *Return On Assets* melalui BI Rate sebagai variabel *intervening*.

Adapun tujuan di penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui pengaruh Inflasi terhadap *Return On Assets*; (2) Untuk mengetahui pengaruh Inflasi terhadap BI Rate; (3) Untuk mengetahui pengaruh BI Rate terhadap *Return On Assets*; (4) Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara Inflasi terhadap *Return On Assets* melalui BI Rate sebagai variabel *intervening*.

## PENELITIAN TERDAHULU

Pada penelitian ini menggunakan hasil dari peneitian sebelumnya untuk di jadikan sebagai referensi sekaligus agar dapat memperkuat hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh: Leny (2019) dengan hasil penelitian Dana Pihak Ketiga mempunyai pengaruh atas Profitabilitas dan Pembiayaan Murabahah, *Net Performing Financing* mempunyai pengaruh atas Profitabilitas tetapi *Net Performing Financing* tidak mempunyai pengaruh atas Pembiayaan Murabahah, Inflasi mempunyai pengaruh atas Profitabilitas tetapi Inflasi tidak

memiliki pengaruh atas Pembiayaan Murabahah, dan Pembiayaan Murabahah tidak memiliki pengaruh atas Profitabilitas.

Fitriani (2021), dengan hasil penelitian Inflasi tidak mempunyai pengaruh terhadap Profitabilitas tetapi Inflasi mempunyai pengaruh atas Pembiayaan UMKM, Dana Pihak Ketiga memiliki pengaruh atas Profitabilitas tetapi Dana Pihak Ketiga tidak mempunyai pengaruh atas Pembiayaan UMKM, Pembiayaan UMKM memiliki pengaruh atas Profitabilitas. Hasil Uji F membuktikan bahwa Inflasi dan DPK mempunyai pengaruh atas Pembiayaan UMKM, sedangkan Inflasi, Dana Pihak Ketiga, dan Pembiayaan UMKM tidak mempunyai pengaruh atas Profitabilitas. Hasil Uji Sobel Pembiayaan UMKM tidak dapat memediasi Inflasi terhadap Profitabilitas, sedangkan Pembiayaan UMKM dapat memediasi DPK terhadap Profitabilitas.

Maya (2021), dengan hasil yang menunjukkan bahwa DPK dan Inflasi tidak memiliki pengaruh secara langsung atas Profitabilitas, tetapi DPK dan Inflasi mempunyai pengaruh tidak langsung atas Profitabilitas melalui *Net Performing Financing* sebagai mediasi.

## **LANDASAN TEORI**

*Signaling theory* merupakan aturan yang memaparkan tentang perusahaan yang mempublikasikan laporan kinerja bank kepada pihak diluar dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada pihak luar seperti nasabah dan kreditur karena pihak luar juga harus mengetahui kondisi perbankan. Penerapan teori sinyal dalam BUS bertujuan agar pihak luar tertarik untuk menggunakan pelayanan jasa yang sudah di sediakan oleh bank tersebut demi keuntungan yang akan mereka dapatkan di masa mendatang.

Inflasi ialah peningkatan harga beberapa barang dan jasa yang salah satunya disebabkan dari melonjaknya permintaan dari pasar yang mengakibatkan daya beli masyarakat Indonesia melemah sehingga dapat menyebabkan penurunan tingkat inflasi (Nugroho. Dkk, 2020:128). *Return on Assets* (ROA) ialah skala pembandingan atas keuntungan yang di dapatkan setelah pengurangan pajak dengan total kekayaan yang telah dipakai untuk menilai kemampuan badan usaha dalam memperoleh keuntungan dari keseluruhan kekayaan yang di keluarkan pada periode tertentu (Aini. Dkk, 2019:6). Penerepan ROA bertujuan untuk memperkirakan kemajuan manajemen bank mencari keuntungan secara keseluruhan. BI Rate merupakan suku bunga yang di tetapkan untuk menggambarkan kondisi dan pengendalian dari tindakan pemerintahan yang telah dialokasikan oleh Bank Indonesia untuk publik ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber datanya berupa data sekunder berupa laporan keuangan triwulan BUS. Populasinya berupa laporan keuangan triwulan BUS tahun 2018-2019 sedangkan sampelnya berupa laporan keuangan triwulan dari 7 BUS tahun 2018-2019. Jumlah data yang memenuhi kriteria sebanyak 56 laporan keuangan triwulan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* dan metode pengumpulan data dengan dokumentasi

## Definisi Operasional Variabel

### 1. Inflasi ( $X_1$ )

Inflasi merupakan gambaran terjadinya peningkatan harga untuk beberapa barang dalam waktu yang lama dan hanya berlaku pada suatu perekonomian tertentu. Perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Laju Inflasi} = \frac{(\text{IHK Periode sekarang} - \text{IHK Periode Sebelumnya})}{\text{IHK Periode Sebelumnya}} \times 100\%$$

Sumber: Tyara, Dkk. (2021)

### 2. Return On Asset (Y)

Return On Asset (ROA) menggambarkan tingkat keberhasilan bank dalam memperoleh keuntungan setelah di potong pajak dari kekayaan yang dimiliki. Perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Sumber: Yonita dan Muthia (2019)

### 3. BI Rate (Z)

BI Rate merupakan tarif yang telah dialokasikan oleh BI sebagai pedoman atau tolak ukur tarif bunga standard dalam bank pemerintah maupun swasta. Perhitungan yang digunakan untuk mencari BI Rate adalah sebagai berikut:

$$\text{BI Rate} = \text{Persentase Suku Bunga yang sudah ditetapkan Bank Indonesia}$$

Sumber: Nanda dan R.A Sista (2021)

## HASIL

Peneliti melakukan pengolahan data menggunakan beberapa uji untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan bantuan *software* SPSS versi 25. Beberapa uji dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi), uji koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, analisis jalur dan uji hipotesis (uji t), uji sobel. Berikut ini merupakan hasil dari pengujian:

### Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Inflasi	56	2.48	3.40	3.0500	.31203
ROA	56	.05	1.90	.5539	.42586
BI Rate	56	4.25	6.00	5.4375	.58824

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Melalui tabel 1 diperoleh hasil bahwa data berjumlah sebanyak 56 data. Variabel inflasi mempunyai nilai terendah sebesar 2,48, nilai tertinggi sebesar 3,40, nilai rata-rata (*mean*) 3,0500 dan nilai *standard deviation* sebanyak 0,31203. Variabel ROA mempunyai nilai terendah sebanyak 0,05, nilai tertinggi sebesar 1,90, nilai rata-rata (*mean*) 0,5539 dan nilai *standard deviation* 0,42586. Variabel BI Rate mempunyai nilai terendah sebesar 4.25, nilai tertinggi sebanyak 6,00, nilai rata-rata (*mean*) sebanyak 5,4375 dan nilai *standard deviation* sebanyak 0,58824.

### Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas Pengaruh Langsung

	Unstandardized Residual
N	56
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,096

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Tabel 3. Uji Normalitas Pengaruh Tidak Langsung

	Unstandardized Residual
N	56
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,431

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Melalui tabel 2 diketahui untuk pengaruh langsung yang dilakukan dengan uji *kolmogorov-smirnov* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,096. Sedangkan berdasarkan tabel 3 diketahui untuk pengaruh tidak langsung yang dilakukan dengan uji *kolmogorov-smirnov* memiliki nilai signifikansi sebanyak 0,431. Itu menyatakan bahwa data terdistribusi secara normal karena melebihi nilai yang ditetapkan yaitu 0,05.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas Pengaruh Langsung

Inflasi	Tolerance	1,000
	Variance Information Factor (VIF)	1,000

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

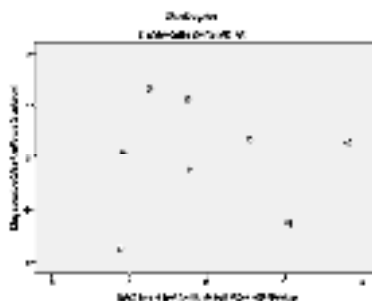
Tabel 5. Uji Multikolinearitas Pengaruh Tidak Langsung

Inflasi	Tolerance	0,856
	Variance Information Factor (VIF)	1,168
BI Rate	Tolerance	0,856
	Variance Information Factor (VIF)	1,168

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 4 dan 5 uji multikolinearitas untuk pengaruh langsung, diketahui nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 yang bermakna tidak terdapat masalah korelasi antar variabel. Kesimpulannya adalah tidak ada masalah multikolinearitas pada model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas Pengaruh Langsung  
Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas Pengaruh Tidak Langsung

Inflasi	<i>Sig.</i>	0,133
BI Rate	<i>Sig.</i>	0,454

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Melalui gambar 1 menunjukkan tidak terdapat pola yang berarti tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Sedangkan, pada tabel 6 membuktikan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil akhirnya adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Tabel 7. Uji Autokorelasi Pengaruh Langsung

R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
0,380 <sup>a</sup>	0,144	0,128	1,082

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Tabel 8. Uji Autokorelasi Pengaruh Tidak Langsung

R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
0,501 <sup>a</sup>	0,251	0,211	1,559

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Melalui tabel 7 menunjukkan bahwa nilai DW sebanyak 1,082. Hasil uji autokorelasi ini kemudian dibandingkan dengan nilai dU 1,6045. Hal ini berarti tidak terdapat masalah autokorelasi sebab nilai DW melebihi dari dU dan kurang dari 4-dU. Sedangkan, pada tabel 8 diketahui nilai Durbin-Watson sebesar 1,559. Hasil uji autokorelasi ini kemudian dibandingkan dengan nilai dU 1,6430. Hal ini berarti tidak terdapat masalah autokorelasi sebab nilai DW melebihi dari dU dan lebih kecil dari 4-dU.

### Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan Lampiran *output* SPSS pada tabel 7 uji autokorelasi pengaruh langsung, diketahui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sejumlah 0,144 atau 14,4%. Dengan demikian berarti bahwa variabel independen dapat mempengaruhi variabel yang diteliti sejumlah 14,4% dan 85,6% berasal dari pengaruh variabel lain. Pada tabel 8 pengaruh tidak langsung, membuktikan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sejumlah 0,251 atau 25,1%. Dengan demikian berarti bahwa variabel independen dapat mempengaruhi variabel yang diteliti sebesar 25,1% dan 74,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Langsung

Persamaan Regresi Linier Berganda	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	7,620	0,728	10,473	0,000
Inflasi	-0,716	0,237	-3,016	0,004

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Melalui tabel 9, dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 7,620 + (-0,716).$$

Melalui persamaan diatas, dapat dianalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya antara lain:

Nilai Koefisien Konstanta ( $\alpha$ ) = 7,620, Hal ini berarti bahwa apabila nilai variabel Inflasi ( $X_1$ ) bernilai 0 (nol), maka nilai variabel BI Rate sebesar nilai koefisiennya yaitu 7,620.

Nilai Koefisien Inflasi ( $X_1$ ) = -0,716. Diperoleh nilai Inflasi ( $X_1$ ) sejumlah -0,716 (negatif), maka variabel Inflasi ( $X_1$ ) memiliki hubungan negatif dengan variabel nilai BI Rate. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan satu point (1%) dari Inflasi akan diikuti oleh penurunan BI Rate sebesar nilai koefisiennya.

Tabel 10. Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Langsung

Persamaan Regresi Linier Berganda	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	0,082	0,996	0,082	0,935

Inflasi	0,023	0,202	0,114	0,909
BI Rate	0,074	0,107	0,691	0,493

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Melalui tabel 10, dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,082 + 0,023 + 0,074.$$

Melalui persamaan diatas, dapat dianalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya antara lain:

Nilai Koefisien Konstanta ( $\alpha$ ) = 0,082, Menunjukkan apabila nilai variabel Inflasi dan BI Rate bernilai 0 (nol), maka nilai variabel ROA sebesar nilai koefisiennya yaitu 0,082.

Nilai Koefisien Inflasi = 0,023, Menunjukkan bahwa nilai Inflasi sebesar 0,023 (positif), maka variabel Inflasi memiliki hubungan positif dengan variabel ROA. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan satu point (1%) dari Inflasi akan diikuti oleh kenaikan ROA sebesar nilai koefisiennya.

Nilai Koefisien BI Rate = 0,074, Diperoleh nilai Inflasi sejumlah 0,074 (positif), maka variabel BI Rate memiliki hubungan positif dengan variabel ROA. Setiap kenaikan satu point (1%) dari BI Rate akan diikuti oleh kenaikan ROA sebesar nilai koefisiennya.

### Analisis Jalur

Tabel 11. Analisis Jalur Model 1

Coefficients	Standarized Coefficients Beta	Sig.
Constant		0,000
Inflasi	-0,380	0,004

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Tabel 12. Analisis Jalur Model 2

Coefficients	Standarized Coefficients Beta	Sig.
Constant		0,262
Inflasi	-0,022	0,873
BI Rate	0,096	0,483

Sumber : Lampiran *Output* SPSS versi 25

Berikut ini merupakan perhitungan analisis jalur:

$$X_1 \text{ terhadap } Y = -0,022$$

$$X_1 \text{ terhadap } Y \text{ melalui } Z = -0,380 \times 0,096 = -0,03648$$

$$\text{Total pengaruh (korelasi } X_1 \text{ ke } Y) = -0,022 + (-0,03648) = -0,05848$$

Berdasarkan perhitungan diatas, inflasi sangat berpengaruh jika melalui perantara BI Rate sejumlah -0,03658, sedangkan pengaruh langsung sebesar -0,022 terhadap ROA. Artinya inflasi dapat meningkatkan ROA melalui BI Rate atau menggunakan pengaruh tidak langsung.

### Uji Hipotesis t

Berdasarkan tabel 9 dan 10, menunjukkan bahwa hasil perhitungan diperoleh taraf signifikan sebesar 0,909, membuktikan Inflasi ( $X_1$ ) tidak memiliki pengaruh yang signifikan atas Return On Assets (Y) dengan demikian berarti  $H_1$  ditolak. Perhitungan kedua dengan taraf signifikan sebesar 0,004, membuktikan bahwa Inflasi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap BI Rate (Z) dengan demikian  $H_2$  diterima. Perhitungan ketiga dengan taraf signifikan sebesar 0,493, membuktikan bahwa BI Rate (Z) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Return On Assets (Y) dengan demikian berarti  $H_3$  ditolak.

### Uji Sobel

Berdasarkan tabel 9 dan 10 dapat di peroleh perhitungan uji sobel untuk mencari tingkat nilai Z :

$$Sab = \sqrt{(b^2sa^2+a^2sb^2+sa^2sb^2)}$$

$$Sab = \sqrt{(0,074^2 \cdot 0,237^2 + (-0,716)^2 \cdot 0,107^2 + 0,237^2 \cdot 0,107^2)}$$

$$Sab = \sqrt{(0,0003 + 0,006 + 0,007)}$$

$$Sab = \sqrt{0,0133}$$

$$Sab = 0,12$$

$$t = ab/Sab$$

$$t = \frac{((-0,716) \cdot 0,074)}{0,12}$$

$$t = -0,442$$

Untuk mencari pengaruh dari tingkat nilai  $Z = Z_{hitung} > Z_{tabel}$  maka nilai  $Z = -0,442 > 1,96$ . Dengan demikian diperoleh nilai  $Z_{hitung} -0,442$  melebihi dari 1,96 ( $-0,442 > 1,96$ ), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung antara Inflasi ( $X_1$ ) terhadap Return On Assets (Y) Dengan BI Rate sebagai variabel *intervening* berarti  $H_4$  diterima.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil beberapa uji dengan bantuan program SPSS versi 25 terdapat simpulan dari penelitian ini merupakan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendapatkan nilai 0,144. Dengan demikian variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat sejumlah 14,4% dan 85,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Sedangkan jika melalui mediasi oleh variabel *intervening* hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendapatkan nilai 0,251. Dengan demikian variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat melalui variabel *intervening* sebesar 25,1% dan 74,9% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Berikut ini merupakan simpulan atas hasil uji hipotesis:

1. Inflasi mempunyai nilai signifikansi sejumlah 0,909 melebihi nilai 0,005. Artinya Inflasi tidak memiliki pengaruh atas ROA dan hipotesis pertama ditolak.
2. Inflasi mempunyai nilai signifikansi sejumlah 0,004 melebihi nilai 0,005. Membuktikan bahwa BI rate mempunyai pengaruh terhadap BI rate dan hipotesis kedua diterima.
3. BI Rate mempunyai nilai signifikansi sejumlah 0,493 melebihi nilai 0,005. Membuktikan bahwa BI rate tidak memiliki pengaruh terhadap ROA dan hipotesis ketiga ditolak.

4. BI Rate mempunyai nilai  $Z_t$  hitung  $-0,442$  lebih besar dari  $1,96$  ( $-0,442 > 1,96$ ), dengan demikian berarti terdapat pengaruh tidak langsung antara Inflasi terhadap *Return On Assets* melalui BI Rate sebagai variabel intervening dan hipotesis keempat diterima.

## IMPLIKASI

Implikasi dari hasil penelitian ini bagi pihak perbankan dapat memperhatikan laju inflasi dan BI Rate dalam meningkatkan kinerja perbankan agar profitabilitas ikut meningkat. Perbankan juga dapat mengevaluasi aspek-aspek lain yang bisa di pertimbangkan untuk meningkatkan profitabilitas perbankan. Khususnya, dalam menarik minat nasabah dalam hal menabung dan melakukan peminjaman serta jasa lain yang di tawarkan oleh perbankan.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini mempunyai batasan berupa ruang lingkup penelitian hanya dilakukan pada Bank Umum Syariah, sehingga penelitian tidak bisa digeneralisasikan pada objek lain. Variabel yang di gunakan untuk meperkirakan peningkatan profitabilitas hanya *Return On Assets*. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menggunakan variabel lain seperti *Return On Equity*. Rentang dan periode pada penelitian ini terbilang singkat, yaitu periode 2018-2019, sehingga peneliti selanjutnya disarankan dapat menambah rentang waktu periode yang lebih sehingga dapat menghasilkan temuan baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadillah, N. N. A. & Paramita, R. A. S. (2020). Pengaruh CAR, NPF, FDR, Inflasi Dan BI Rate Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol-9 No-1 (2020)
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo. Persada.
- Suriyani, N. K. & Sudiharta, G. M. Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Inflasi Dan Nilai Tukar Terhadap Return Saham Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol-7, No-6 (2018)
- Syah, T. A. (2018). Pengaruh Inflasi, BI Rate, NPF, Dan BOPO Terhadap Profitabilitas
- Yonita, R. & Linda, M. R. (2018). Pengaruh risiko kredit, inflasi, dan BI Rate terhadap profitabilitas LPN Limau Manih. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. Vol-8, No-1 (2018)
- Trilianingsih, L. (2018) Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK), Non Performing Financing (NPF), Dan Inflasi Terhadap Profitabilitas (ROA) Dengan Pembiayaan Murabahah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia (Periode 2013-2017). *Skripsi*. (2018)
- Agustina, Maya (2021) Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Inflasi Terhadap Return On Asset Melalui Non Performing Financing Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank BRI Syariah (Periode 2012-2020). *Skripsi*. (2021)
- Mukarromah, Fitriani (2021) Pengaruh Inflasi Dan Dana Pihak Ketiga terhadap Return On Assets Melalui Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2012-2020. *Skripsi*. (2021)

## Pengaruh Kebijakan Deviden, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate dan Properti yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019

Elvida Riansa<sup>1</sup>, Sigit Prihanto Utomo<sup>2</sup>

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Email : [elvidariansa04@gmail.com](mailto:elvidariansa04@gmail.com)<sup>1</sup>,

Koresponden : [sigitpu@unipasby.ac.id](mailto:sigitpu@unipasby.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh Kebijakan Deviden, Leverage serta Profitabilitas terhadap Harga Saham pada industri Real Estate serta Properti yang terdaftar di BEI Tahun 2015-2019. Studi ini menggunakan purposive sampling sehingga diperoleh ilustrasi sebanyak 7 industri Real Estate serta Properti yang terdaftar di BEI Tahun 2015-2019. Tipe informasi yang digunakan yakni informasi sekunder yang berasal dari Indonesia Stock Exchange. Tata cara analisis yang digunakan yakni analisis regresi linier berganda dengan peralatan bantu SPSS 20. Hasil studi menampilkan jika secara parsial variabel Kebijakan Deviden mempengaruhi negatif serta signifikan terhadap harga saham. Leverage mempengaruhi positif dan signifikan terhadap harga saham. Profitabilitas mempengaruhi positif serta signifikan terhadap harga saham. Sebaliknya secara simultan mempengaruhi secara signifikan variabel Kebijakan Deviden, Leverage serta Profitabilitas mempengaruhi positif serta signifikan terhadap harga saham.

**Kata kunci :** Kebijakan Deviden, Leverage, Profitabilitas, Harga Saham

### ABSTRACT

*This study aims to identify the effect of dividend, leverage and profitability policies on share prices in the real estate and property industries listed on the IDX in 2015-2019. This study uses purposive sampling to obtain illustrations of 7 real estate and property industries listed on the IDX in 2015-2019. The type of information used is secondary information from the Indonesia Stock Exchange. The analytical procedure used is multiple linear regression analysis with SPSS 20 as a tool. The results of the study show that partially the dividend policy variable has a negative and significant effect on stock prices. Leverage has a positive and significant effect on stock prices. Profitability has a positive and significant effect on stock prices. On the contrary, it simultaneously influences significantly the dividend policy, leverage and profitability variables which have a positive and significant impact on stock prices.*

**Keywords:** Dividend Policy, Leverage, Profitability, Stock Price

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan pasar modal negeri tidak terlepas dari pertumbuhan perekonomian negeri. Perkembangan ekonomi serta keadaan bisnis ialah aspek yang pengaruhi reaksi pasar saham. Respon pasar saham tercermin dari harga saham yang sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi dan kondisi operasi industry. Perkembangan ekonomi yang pesat serta keadaan bisnis yang baik diharapkan berakibat positif terhadap harga saham. Tujuan utama industri merupakan mengoptimalkan nilai pemegang saham. Harga saham merupakan nilai saham, serta ini menarik investor buat membelanjakan uangnya buat berinvestasi di pasar modal buat memperoleh keuntungan. Saham ialah salah satu dampak yang diperdagangkan di pasar modal ialah kepemilikan Menurut Jogiyanto (2017:29). Di sini, pelaku pasar orang ataupun entitas komersial dengan dana berlebih berinvestasi pada sekuritas yang diterbitkan oleh penerbit. Tetapi, perihal yang membuat uniknya industri yang memerlukan modal buat menerbitkan sekuritas merupakan terlebih dulu go public selaku emiten di lembaga pasar modal. Pasar modal Indonesia merupakan Bursa Dampak Indonesia yang bisa menerbitkan serta menjual saham lewat perantara selaku perantara, sehingga jadi media komunikasi antara industri serta investor. Pembuatan Bursa Dampak Indonesia diharapkan bisa tingkatkan efisiensi industri pasar modal Indonesia serta tingkatkan energi tarik warga investasi. Harga saham mencerminkan pasar modal serta oleh sebab itu bisa dipengaruhi secara langsung oleh data yang ada. Aspek mikro ialah aspek internal industri, namun secara langsung ataupun tidak langsung pengaruhi ataupun kurangi serta tingkatkan kinerja industri. Umumnya, keadaan mikro ditetapkan oleh penanda ekonomi tercantum kebijakan dividen, leverage, margin keuntungan, serta harga saham.

Menurut Mulyawan (2015:253) Kebijakan dividen, ialah keputusan buat memberikan keuntungan yang diperoleh industri selaku dividen kepada pemegang saham, ataupun menahannya dalam wujud laba ditahan buat digunakan di masa depan selaku pembiayaan investasi. Buat mengoptimalkan nilai industri, kebijakan dividen ialah aspek berarti dari aspek berarti. Manajemen memiliki 2 opsi pendapatan industri, yakni dapat diinvestasikan kembali ke dalam industri sebagai laba ditahan, maupun dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen. Umumnya sebab laba industri dibagikan dalam wujud dividen yang sebagian hendak ditanamkan kembali, hingga manajemen wajib merumuskan kebijakan menimpa besarnya laba yang dibagikan dalam wujud dividen. Kebijakan dividen bisa diukur dengan rasio pembayaran dividen, ialah pembayaran dividen berbentuk persentase keuntungan yang dibayarkan dalam wujud dividen Buat memandang kemampuan industri bisa dilihat dari pembayaran devidennya diakibatkan besar kecilnya dividen mempengaruhi harga saham. Apabila yang deviden dibayar besar sampai harga saham besar, namun deviden dibayar kecil sampai harga saham industri itu rendah. Sampai dari itu apabila deviden besar hendak tingkatkan nilai industri.

Irham Fahmi (2015:106) Rasio leverage ialah mengukur seberapa besar industri dibiayai dengan utang. Pada masing- masing konsumsi utang oleh industri hendak pengaruhi terhadap rasio dan pengembalian. Rasio ini bisa digunakan buat memandang seberapa dampak keuangan industri. Pada realitasnya, apabila hasil perhitungan, perusahaan nyatanya mempunyai rasio leverage yang besar, hingga hendak mencuat efek yang lebih besar, tetapi pula terdapat peluang menemukan laba yang lebih besar dengan metode industri mencerna pemakaian hutang buat membeli peninggalan. Serta kebalikannya, apabila industri mempunyai rasio leverage yang rendah pasti mempunyai efek keuangan lebih kecil pula, paling utama pada dikala perekonomian menyusut. Menurut Musfitria (2016) Leverage ialah tingkatan keahlian industri dalam memakai aktiva ataupun dana yang mempunyai beban senantiasa dengan tujuan buat memperbesar tingkatan pemasukan untuk para pemegang saham. Rasio yang digunakan dalam riset ini ialah

(DER). Rasio tersebut menyamakan total utang dengan modal sendiri industri. Terus jadi rendah (DER) Debt to Equity Ratio industri, terus jadi baik keadaan industri tersebut.

Profitabilitas yakni rasio yang digunakan buat memperhitungkan keahlian perusahaan dalam mencari keuntungan ataupun laba, dikatakan rentabilitasnya baik apabila sanggup menggapai sasaran yang sudah ditetapkan dengan menggunakan peninggalan serta modal yang dimiliki (Kasmir, 2017:114). Nilai industri dapat pengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh industri. Rasio profitabilitas ialah terdiri dari (ROA), ( ROE), serta ( NPM). Laba industri bisa diukur lewat (ROA), Sebab Return On Asset yakni rasio yang menampilkan seberapa besar peninggalan berkontribusi dalam menghasilkan laba bersih Menurut Hery (2015:228). Return On Asset mempunyai keunggulan, ialah bisa mengukur efesiensi secara merata terhadap masing-masing Menimpa yang pengaruhi kondisi keuangan industri. Terus jadi rendah return on asset hingga terus jadi rendah laba yang dihasilkan pada industri. Serta return on assaet terus jadi besar hingga laba industri yang dihasilkan terus jadi besar. Kemampuan investor dalam menganalisis dan memahami kondisi makro ekonomi di masa yang hendak datang, hendak berguna dalam pembuatan keputusan investasi yang menguntungkan. Investor harus melakukan analisis saham secara cocok biar keuntungan yang dihasilkan lebih besar dari akibat yang didapat. Dan pembuatan harga saham itu tidak lepas dari informasi akuntansi, walaupun yang sebetulnya pembuatan harga saham yakni judgement of moment dari para penjual maupun pembeli. Buat mempengaruhi atensi investor buat berinvestasi saham ialah kondisi industri yang tercermin pada laporan keuangan.

Industri real estate dan properti ialah organisasi bisnis yang hadapi pertumbuhan pesat sebagian tahun terakhir. Dari pemikiran para investor mengenai investasi saham pada bisnis ini hendak memberikan pendapatan yang menjanjikan karena Indonesia yakni negara berpenduduk sangat banyak keempat di dunia, hendak sehingga kebutuhan harga tanah terus jadi meningkat dan perumahan terus jadi banyak.

### **Metode Penelitian**

Tata cara riset ini memakai tata cara kuantitatif sebab informasi yang diperoleh berasal dari informasi sekunder yang dimana menggunakan angka- angka. Populasi dalam riset ini merupakan industri Real Estate serta Properti sepanjang periode 2015-2019. Dalam riset ini memakai metode purpose sampling yang ialah metode pengambilan ilustrasi bersumber pada pada kriteria- kriteria tertentu.

Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas

**Tabel 1**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters	Mean	128,3
	Std. Deviation	1,1012895
Most Extreme Differences	Absolute	,105
	Positive	,079
	Negative	-,105
Kolmogorov-Smirnov Z		,610
Asymp. Sig. (2-tailed)		,851

*Sumber : Data diolah (Output SPSS)*

Tabel 1 di atas, dapat diketahui bersumber pada pengujian normalitas data yang dicoba dengan uji statistic non parametric Kolomogrov Sminor Test( K- S) menunjukkan angka normalitas Asymp Sig.( 2- tailed) yakni 0, 851 > 0,05 sampai dapat disimpulkan jika data yang digunakan normal maupun memenuhi asumsi normalitas.

- b. Uji Multikolonieritas

**Tabel 2**  
**Uji Multikolonieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant		
Kebijakan Deviden	,962	1,039
Leverage	,839	1,191
Profitabilitas	,866	1,155

*Sumber : Data Diolah (Output SPSS)*

Bersumber pada tabel 2 diketahui nilai tolerance buat variabel Kebijakan Deviden( X1) sebesar 0,962 > 0,10, Leverage( X2) sebesar 0,839 > 0, 10, Profitabilitas( X3) sebesar 0, 866 > 0,10. Sebaliknya nilai variance inflation factor VIF buat variabel Kebijakan Deviden sebesar 1,039 < 10, Leverage sebesar 1,191 < 10 Profitabilitas sebesar 1,155 < 10. Sehingga dapat disimpulkan jika tidak terjalin multikolonieritas dalam data tersebut.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 3

**Uji Autokorelasi**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.912	.202	.839	1.190	2.082

Sumber : Data Diolah (Output SPSS 25)

Bisa dilihat dari Tabel 3 kalau hasil uji autokorelasi Durbin Watson merupakan 2.082. Bersumber pada nilai hasil bisa disimpulkan kalau tidak ada autokorelasi buat variabel yang digunakan dalam riset.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4

**Uji Heteroskedastisitas**

Model	t	Sig.
(Constant)	1,868	,067
kebijakan dividen	-,566	,511
Leverage	1,281	,115
Profitabilitas	1,128	,270

Sumber : Data Diolah (Output SPSS 25)

Bersumber pada Tabel 4, hasil uji heteroskedastisitas yang dicoba dengan uji Geljser buat mengenali terdapat tidaknya ketimpangan antara variabel dengan variabel kebijakan dividen( X1) pada model regresi ini merupakan 0,511 > 0,05, serta variabel leverage( X2). 0,115 > 0,05, Profitabilitas variabel (X3) 0,270 >0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan jika dalam model regresi ini tidak terjaln heteroskedastisitas pada data yang diukur.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5

**Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	4,627	,278
kebijakan Dividen	-,227	,104
Leverage	,341	,130
Profitabilitas	1,160	,208

Sumber : Data Diolah (Output SPSS 25)

Semacam yang bisa dilihat dari Tabel 5, hasil pengujian regresi linier berganda di atas menampilkan kalau rumus variabel kebijakan dividen, leverage serta profitabilitas merupakan selaku berikut :

$$Y = 4,927-221 X1 + 541 X2 + 1,108 X3 + 0,575$$

### 3. Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi R<sup>2</sup> digunakan dalam mengetahui kemampuan dari variabel independen ketika memengaruhi variabel dependen. Nilai R<sup>2</sup> adalah nol dan satu, artinya nilai yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen kecil, sedangkan nilai yang mendekati satu ialah variabel independen memberikan informasi jelas dalam memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2018:97). Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai R Square adalah sebagai berikut :

Tabel 6

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,512 <sup>a</sup>	,262	,239

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 20)

Tabel 6 dijelaskan bahwa hasil dari nilai R Square sebesar 0,262 atau 26,2% artinya perubahan dari pengungkapan harga saham (Y) sebesar 0,262 yang disebabkan oleh kebijakan deviden (X1), Leverage (X2) dan Profitabilitas (X3). Sedangkan untuk sisanya sebesar 73,8% dapat disebabkan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Tabel 7

Model	Uji t	t	Sig.
(Constant)		8,583	,000
Kebijakan_Deviden		-2,121	,042
Leverage		2,595	,014
Profitabilitas		3,632	,001

Sumber : Data Diolah (Output SPSS 20)

Bersumber pada hasil uji t pada Tabel 7, variabel independen mempengaruhi ataupun tidak mempengaruhi terhadap variabel dependen. Bersumber pada hasil pengujian diatas hingga kesimpulan tersebut bisa diambil dengan memakai signifikansi 0, 05, serta bisa diambil kesimpulan selaku berikut:

1. Hipotesis awal (H1) kebijakan dividen mempengaruhi signifikan terhadap harga saham. Bersumber pada hasil perhitungan diperoleh nilai thitung -2,121 serta

$t_{tabel}$  sebesar 2,03693. Nilai efektifnya merupakan 0,042. Bisa disimpulkan kalau sebab  $t_{hitung}$   $t_{tabel}$  serta nilai signifikan  $< 0,05$  hingga kebijakan dividen mempengaruhi negatif serta signifikan terhadap harga saham. Oleh sebab itu,  $H_0$  ditolak serta  $H_1$  diterima.

2. Hipotesis kedua ( $H_2$ ) leverage mempengaruhi signifikan terhadap harga saham. Bersumber pada hasil perhitungan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.595 serta nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2.03693. Nilai signifikansi 0,014. Bisa disimpulkan kalau leverage mempengaruhi positif serta signifikan terhadap harga saham sebab  $t_{hitung} > t_{tabel}$  serta nilai signifikan  $< 0,05$ . Oleh sebab itu, tolak  $H_0$  serta terima  $H_2$ .
3. Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) profitabilitas mempengaruhi positif terhadap harga saham. Hasil perhitungan menampilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,632, nilai  $t_{tabel}$  2,03693, serta nilai signifikansi 0,001, hingga bisa disimpulkan sebab  $t_{hitung} > t_{tabel}$  hingga profitabilitas mempengaruhi positif serta signifikan terhadap harga saham. Serta nilai signifikannya  $< 0,05$ . Oleh sebab itu,  $H_0$  ditolak serta  $H_3$  diterima.

b. Uji F

Tabel 7

Model	Uji F	
	F	Sig.
Regression	11,376	,002 <sup>a</sup>
Residual		
Total		

Sumber : Data Diditah & Output SPSS 20

Uraian di atas bisa dimaksud  $H_4$  = kebijakan dividen, leverage, serta profitabilitas mempengaruhi signifikan terhadap harga saham, hasil penghitungan sebesar 11,376, serta tabel 0,291. Bisa disimpulkan kalau sebab  $f_{hitung} > f_{tabel}$  serta nilai signifikan  $< 0,05$ , kebijakan dividen, leverage, serta profitabilitas mempengaruhi signifikan terhadap harga saham, sehingga  $H_0$  ditolak serta  $H_4$  diterima.

**Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 20.0 dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian mengenai “Pengaruh Kebijakan Deviden, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Real Estate dan Properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Adalah sebagai berikut :

Hasil uji regresi linier berganda dan koefisien determinasi diperoleh nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 26,2% disebabkan oleh variabel yang digunakan dalam penelitian

ini, yaitu kebijakan deviden (X1) Leverage (X2) dan Profitabilitas (X3), sedangkan sisanya sebesar 73,8% dapat disebabkan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Sedangkan, untuk hasil pengujian hipotesisnya dapat disimpulkan :

1. Dari hasil pengujian hipotesis pertama (H1) variabel Kebijakan Dividen yang diproksikan dengan Dividend Payout Rasio (DPR) diperoleh dengan menggunakan uji t diperoleh nilai t-hitung sebesar -2,121 dengan nilai signifikan sebesar 0,042 sehingga Sig. t lebih kecil dari 0,05 ( $0,042 < 0,05$ ), dengan demikian variabel Kebijakan Dividen berpengaruh negative dan signifikan terhadap Harga Saham pada perusahaan real estate dan property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Sehingga, hipotesis yang diajukan diterima.
2. Dari hasil pengujian hipotesis kedua (H2) variabel Leverage yang diproksikan dengan Debt to Equity Ratio (DER) diperoleh dengan menggunakan uji-t diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,595 dengan nilai signifikan sebesar 0,014 sehingga Sig. t lebih kecil dari 0,05 ( $0,014 < 0,05$ ), dengan demikian variabel Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham pada perusahaan real estate dan property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Sehingga, hipotesis yang diajukan diterima.
3. Dari hasil pengujian hipotesis kedua (H3) variabel Profitabilitas yang diproksikan dengan Return On Asset (ROA) diperoleh dengan menggunakan uji-t diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,632 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 sehingga Sig. t lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ), dengan demikian variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham pada perusahaan real estate dan property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Sehingga, hipotesis yang diajukan diterima.
4. Pengujian hipotesis ketiga (H4) Kebijakan Dividen, Leverage Dan Profitabilitas dilakukan menggunakan uji-F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen sehingga di-peroleh nilai F-hitung sebesar 11,376 dengan nilai signifikansi sebesar 0,291 sehingga Sig. F  $< 0,05$  ( $0,291 < 0,05$ ), dengan demikian Kebijakan Dividen, Leverage Dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan real estate dan property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Sehingga, hipotesis yang diajukan ditolak.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan  
Bagi perusahaan terutama perusahaan real estate dan property diharapkan dapat mempertahankan harga saham serta sarana prasarana dan kondisi keuangan lainnya agar dapat terus bersaing dalam menarik minat investor untuk menanamkan modalnya, karena di era globalisasi sekarang ini banyak perusahaan menciptakan kesempatan investasi untuk meningkatkan tren kemajuan perusahaan. Dari pandangan para investor mengenai investasi saham pada bisnis ini akan memberikan pendapatan yang menjanjikan karena Indonesia

merupakan negara berpenduduk terbesar keempat di dunia, akan sehingga kebutuhan harga tanah semakin meningkat dan perumahan semakin banyak.

2. Bagi Investor

Investor diharapkan lebih memperhatikan Leverage dan Profitabilitas suatu perusahaan sebelum memutuskan untuk menginvestasikan modalnya, karena hasil penelitian ini Leverage dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. semakin tinggi Leverage dan Profitabilitas maka akan tinggi juga minat investor untuk membeli saham pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan harga saham.

**Keterbatasan penelitian**

Bersumber pada hasil riset yang sudah dicoba periset, hingga dalam riset ini tentu mempunyai sebagian keterbatasan anantara lain selaku berikut:

1. Dalam riset ini cuma memakai 3 variabel ialah Kebijakan Deviden, Leverage serta Profitabilitas
2. Informasi yang digunakan ialah laporan keuangan industri real estate serta properti sepanjang 2015- 2019 tahun.
3. Populasi serta ilustrasi memakai cuma sebatas industri manufaktur real estate serta properti.

### Daftar Pustaka

- Abdillah, Willy, & Jogiyanto. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. *Yogyakarta: ANDI*.
- Ainun, M. B. (2019). Pengaruh kebijakan dividen terhadap harga saham (studi pada perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia periode 2011-2015). *AKUNTABEL*.
- Ariyanti, S., Topowijono, T., & Sulasmiyati, S. (2016). PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP HARGA SAHAM (Studi pada Perusahaan Konstruksi dan Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 35(2), 181–188.
- Mulyawan, S. (2015). Manajemen Keuangan. *Bandung: CV Pustaka Setia*.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*. Bandung.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*. Bandung.
- Suryani, A., & Herianti, E. (2015). Pengaruh Pengungkapan Tanggung jawab Sosial Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba dan Manajemen Laba. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) XVIII*.
- Zulfikar, SP., M. S. (2016). Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistika. *Perdagangan*, 393.



Journal of  
Sustainability  
Business Research

**Nomor ISSN :**  
**2746 - 8607**