



Journal of Sustainability Business Research



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

DAFTAR ISI JSBR Vol.3 No.4 2022

ANALISIS INDEPENDENSI, PENGALAMAN KERJA DAN ETIKA AUDITOR TERHADAP KUALITAS AUDIT (STUDY KASUS PADA KAP SETIJAWATI DI KOTA SURABAYA) Ainur Rizki Putri Sunaryo, Martha Suhardiyah, Yuli Kurnia Firdausia	PDF 1-7
PENGARUH <i>CONTENT MARKETING</i> DAN <i>SWITCHING BARRIER</i> TERHADAP <i>CUSTOMER RETENTION</i> PADA PRODUK GUNDAM DI QLAF GRADE SURABAYA Leni Wulan Sari, I Made Bagus Dwiarta, Evita Purnaningrum	PDF 8-15
PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KACANG GANGSAR DI SURABAYA Rico Setiawan, Teguh Purwanto, Tri Aripurabowo	PDF 16-27
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU MUSLIMAH (STUDI KONSUMEN PASAR KLIWON) Muhammad Firdaus Syaifudin, Moch. Munir Rachman	PDF 28-36
PENERAPAN <i>ONLINE SINGLE SUBMISSION</i> TERHADAP PELAYANAN MASYARAKAT DALAM IZIN USAHA DI KABUPATEN GRESIK Muhammad Nurus Syifa, Aji Prasetyo	PDF 37-43
PENGARUH PROFITABILITAS, SOLVABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN Lestari, Taudlikhul Afkar	PDF 44-53
ANALISIS KEBIJAKAN PENJUALAN KREDIT DAN PENGELOLAAN PIUTANGUNTUK MEMINIMALKAN PIUTANG TIDAK TERTAGIH PADA PT. SUBUR AGRO PRATAMA Ericha Bella Fitria Damayanty, Untung Lasiyono	PDF 54-61
PENGARUH SUASANATOKO, KELENGKAPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SRC (SAMPOERNA RITEL COMMUNITY) MARJI DI KECAMATAN WARU Moch. Fahrul Novaldi, Moch. Munir Rachman	PDF 62-70
PENGARUH MOTIVASI KERJA, LINGKUNGAN KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA CV. PUTRA MANDIRI TEKNIK DI GRESIK	PDF 71-79

DAFTAR ISI JSBR Vol.3 No.4 2022

Putri Dwi Susanti , I Ketut Surabagiarta, Suharyanto	
PENGARUH DISIPLIN KERJA, EFIKASI DIRI DAN KOMPETENSI TERHADAP KINERJA PEGAWAI KPP PRATAMA SURABAYA WONOCOLO	PDF 80-87
Dini Yunita Rachman, Siti Istikhoroh	
PENGARUH CR, PBV, EPS DAN PER TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN KONSTRUKSI DI BEI	PDF 88-96
Stefanus Yoris, Untung Lasiyono, Yuli Kurnia Firdausia	
PENGARUH CITRA KOPERASI DAN KUALITAS LAYANAN DI KSPPS AMANAH UMMAH CABANG KARAH SURABAYA	PDF 97-103
Nanda Oktaviani Wachjudin, I Ketut Surabagiarta	
ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL UNTUK OPTIMALISASI LABA SEPATU SANDAL HILMI FASHION	PDF 104-109
Nanda Tri Hardina, Siti Istikhoroh	
PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT DAN PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL PADA PT. PANCADAYA MANUNGAL SENTOSA DI SIDOARJO	PDF 110-115
Nirma Veronica, Untung Lasiyono, Yuli Kurnia Firdausia	
PENGARUH PENDAPATAN PREMI DAN BEBAN KLAIM TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN ASURANSI	PDF 116-124
Angela Fitra, Yuni Sukandani	
ANALISIS KINERJA KEUANGAN DITINJAU RASIO PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, LIKUIDITAS PADA PT SIANTAR TOP TAHUN 2015-2019	PDF 125-135
Febby Andriani, Martha Suhardiyah	
PENGARUH <i>PRICE DISCOUNT</i>, <i>VISUAL MERCHANDISING</i>, DAN <i>SHOPPING LIFESTYLE</i> TERHADAP <i>IMPULSE BUYING</i> PENGUNJUNG MINISO DI ROYAL PLAZA SURABAYA	PDF 136-146
Nurul Silfiyah Isnaini, Christina Menuk Sri Handayani, Noerchoidah	
PENGARUH BUDAYA KERJA, LINGKUNGAN KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI KECAMATAN WELAK KABUPATEN MANGGARAI BARAT PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR	PDF 147-153
Yeni Beatrix Averina, Subakir, Fauziyah	
PENGARUH MEREK, KEPERCAYAAN, DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK	PDF 154-164

DAFTAR ISI JSBR Vol.3 No.4 2022

EMINA PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIPA SURABAYA	
Fatimah Putri Anggraini, Christina Menuk Srihandayani	
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BABERSHOP DI PONDOK JATI SIDOARJO OUTLOOK BABERSHOP	PDF 165-172
Alfian Lukman Hakim, Sugijanto	
PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA INDUSTRI ROKOK DI BEI	PDF 173-181
Retno Dwiayu W., Teguh Purwanto	
PENGARUH <i>WORK LIFE BALANCE</i> DANPENGALAMAN KERJATERHADAP KOMITMEN ORGANISASI PADA PT. NUSAKA MITRAJAYA OPTIMA SIDOARJO	PDF 182-189
Bayu Anjar Krisna, Sutama Wisnu Dyatmika	
PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i>, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND CARDINAL DI MATAHARI CITO SURABAYA	PDF 190-202
Indra Irma Yunita, Christina Menuk Srihandayani, Noerchoidah	
ANALISIS KOREKSI FISKAL PAJAK PENGHASILAN YANG TERHUTANG PADA PT. BAKTI MANDIRI PERKASA	PDF 203-215
Nur Hikma Adinda, Subakir, Fauziyah	
ANALISIS DETERMINAN TINGKAT CASH HOLDING PERUSAHAAN PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019	PDF 216-223
Siti Masrifah, R. Bambang Dwi Wiryanto, Fauziyah	
PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU, KUALITAS PRODUK, DAN TENAGA KERJA LANGSUNG TERHADAP EFESIENSI BIAYA PRODUKSI PADA PT. ALBEA RUNGKUT SURABAYA	PDF 224-231
Erika Dwi Retnowati, Bambang Dwi Waryanto, Nurdina	
PENGARUH <i>CORPORATE SOSIAL RESPONBILITY</i>, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, DAN <i>DEBT TO EQUITY RATIO</i> TERHADAP <i>RETURN TO ASSET</i> (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR <i>FOOD AND BEVAREGE</i> TAHUN 2019-2020 YANG TERDAFTAR DI BEI)	PDF 232-241
Syelbi Annas Sabila, Moh Afrizal Miradji, Bayu Adi	
PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN <i>LEVERAGE</i>	PDF

DAFTAR ISI JSBR Vol.3 No.4 2022

TERHADAP NIIAI PERUSAHAAN Syahrul Nur Lailatil Khasanah, Taudlikhul Afkar, Rina Fariana	242-250
PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA OPERASIONAL DAN PERPUTARAN PERSEDIAAN TERHADAP LABA BERSIH Kavita Ulumiyah, Sugijanto	PDF 260-266
PENGARUH CASH HOLDING, FINANCIAL RISK DAN BONUS PLAN TERHADAP INCOME SMOOTHING Devi Savira S., Yuni Sukandani	PDF 267-274
PENGARUH LIKUIDITAS, EFEKTIVITAS MODAL KERJA TERHADAP PROFITABILITAS PADA PT. UNILEVER INDONESIA, TBK DI BEI Sahilah Rizki Saputri, Sigit Prihanto Utomo	PDF 275-283
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CAR PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA Luluk Qoirul Khasanah, Taudlikhul Afkar, Rina Fariana	PDF 284-291
PENGARUH LEVERAGE, FREE CASH FLOW, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN Nurmala Indria Alfiyana, Siti Istikhoroh	PDF 292-302

SUSUNAN EDITORIAL BOARD

JOURNAL OF SUSTAINABILITY BUSINESS RESEARCH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

Editor inChief

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

Executive Editor

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

Manuscript Editor

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

Review Team

(Mitra Bestari)

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

Teknologi Informasi Support :

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

ANALISIS INDEPENDENSI, PENGALAMAN KERJA DAN ETIKA AUDITOR TERHADAP KUALITAS AUDIT (STUDY KASUS PADA KAP SETIJAWATI DI KOTA SURABAYA)

Ainur Rizki Putri Sunaryo¹, Martha Suhardiyah², Yuli Kurnia Firdausia³
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
Koresponden martha@unipasby.ac.id

ABSTRACT

Explanation for the analysis of auditor independence, work experience, auditor ethics, on audit quality at KAP Setijawati in Surabaya City. The schematic accumulation in this description applies the saturated sample method. The score was obtained from publishing the questionnaire at KAP Setijawati Surabaya and only 40 questionnaires were allocated and 3 questionnaires were not filled out. The test used SPSS 25 to analyze the data. The variable used is the dependent variable, namely audit quality (Y), the independent variable, namely auditor independence (X1), work experience (X2), ethics (X3), t test results, shows a substantial collection of independence $0.19 > 0.05$, experience work $.985 < 0.05$, auditor ethics $0.000 < 0.05$, independence, auditor ethics, and can have a positive influence on audit quality at KAP Setijawati but work experience has no effect on audit quality at the Setijawati Public Accounting Firm Surabaya

Keywords: Independence, work experience, auditor ethics and audit quality

ABSTRAK

Penjelasan untuk analisis independensi auditor, pengalaman kerja, etika auditor, kepada kualitas audit di KAP Setijawati di Kota Surabaya. Akumulasi skematis di penjelasan ini menerapkan metode sampel jenuh. nilai didapat dari mempublikasikan angket di KAP Setijawati Surabaya serta hanya 40 lembar angket dialokasikan serta 3 lembar angket tidak diisi. Pengujian dipakai SPSS 25 guna menganalisis data. Variabel yang dipakai variabel dependen, ialah kualitas audit (Y), variabel independen, ialah independensi auditor (X1), pengalamankerja (X2), etika (X3), hasil tes t, memperlihatkan kumpulan substansial independensi $0,19 > 0,05$, pengalaman kerja $.985 < 0,05$, etika auditor $0,000 < 0,05$, independensi, etika auditor, dan dapat pengaruh positif untuk kualitas audit di KAP Setijawati melainkan pengalaman kerja tak berpengaruh untuk kualitas audit di Kantor Akuntan Publik Setijawati Surabaya.

Kata Kunci: Independensi, pengalaman kerja, etika auditor dan Kualitas Audit

PENDAHULUAN

Pengecekan audit ialah suatu proses yang dilakukan orang yang ahli & bisa mengoreksi, mengevaluasi, menghimpun suatu hasil atas laporan serta data secara tepat dan terukur dari suatu entitas (satuan). Beberapa cara bisa dilakukan untuk mempertimbangkan tingkat ketepatan dari informasi tersebut dengan aturan dan kriteria yang sudah di sepakati. Orang yang berprofesi sebagai auditor dalam menjalankan tugas audit, sangat membutuhkan informasi yang telah valid dan aspek yang dapat dipakai sebagai patokan untuk mencermati dan menyerap informasi yang di peroleh.

Baik buruknya audit dapat di tentukan serupa oleh ahli auditor yang benar serta ditambah dengan pembuktian nyata. pengaudit harus melayani dengan mengutamakan kualitas kepada para investor jika mau menyodorkan catatan, bisa dipercaya serta dipenuhi oleh fakta riil.

Independensi melambangkan sikap yang mempunyai pendirian tinggi, dan tidak memilih untuk berpihak dengan siapa pun. Seorang akuntan publik tidak di bolehkan untuk memihak pada keperluan sendiri. harus mempunyai sifat bersih tak sekedar pada tatanan serta kongsi, tapi pada siapapun yang berkaitan dengan akuntan publik.

Pengalaman merupakan bakat dan intelektual yang di dapat selepas melakukan hal apapun. Auditor pasti punya pengalaman banyak jika makin banyak kasus yang di tangani. persoalan dan metode-metode yang telah di pakai akan memberikan pengetahuan yang lebih luas lagi di bidang akuntan publik.

Etika ialah tanggungjawab keras dalam perilaku manusia dilakukan pada formasi norma tertentu norma ialah ketentuan melakukan kegiatan, hal ini biasa di sebut dengan kode etik. Kode etik ini bersifat wajib di patuhi dan di taati kepada para pelaku yang berprofesi di bidang pelayanan jasa kepada masyarakat dan menjadi tolak ukur atas kepercayaan bagi masyarakat luas. kepuasan konsumen mampu di renggut dengan kualitas, pelayanan dan nilai. Dari pernyataan yang tertera diatas dapat di simpulkan bahwa kesenangan nasabah ditakar oleh nasabah tentang apa yang di dapat dengan memberikan pelayanan yang pernah diterima

Di pengujian tersebut mengutip salah satu KAP di Surabaya yaitu KAP Setijawati. “Setijawati, CPA” didirikan oleh akuntan publik yang telah berpengalaman dalam bisnis yang sejenis dengan rentan waktu lebih dari 15 tahun. KAP mulai melakukan aktivitas profesionalnya sejak bulan October 2008, berdasarkan Pemberian Ijin Usaha atas nama KAP Setijawati sebagaimana tercantum pada putusan Menkeu Republik Indonesia Nomor : 718/KM.1/2008 27 October 2008. Lokasi kantor adalah di Jalan Kutisari Indah Utara II/85, Surabaya dengan klien yang tersebar di Jatim, Bali, dan NTB. Visi dan misi KAP SETIJAWATI adalah memberikan jasa profesional dengan menjunjung tinggi independensi, integritas dan objektivitas sebagaimana diatur dalam aturan etika Standar Profesional Akuntan Publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian memakai jenis metode kuantitatif serta sampel yang di gunakan adalah data hasil penyebaran quisioner pada KAP Setijawati.

Uji normalitas dipakai untuk mengetes contoh regresi, factor pengacau/residual mempunyai normal distribusi. Tes normalitas digunakan beserta pakai stasistik non-parametrik Kol mogrov -

Smirnov (K-S). Tes K-S memakai jumlah Asymp Sig yang jumlah itu patut berdasarkan tahap alpha 5%/0,05. Dinilai Kolmogorov - Smirnov, adakah relevan pada nilai Asymp .Sig (2-tailed). Tes K-S dipakai caranya mewujudkan variable unstandardized residual. H_0 ialah nilai normal & H_A yaitu nilai terdistribusi tak normal. Apabila probabilitas (asymp.Sig) > 0,05 bahwa H_0 diterima apabila probabilitas < 0,05 maka H_0 ditolak. H_0 diterima melihat nilai normal secara distribusi.

Hasil Uji Normalitas			
Lebangan	Kolmogorov-Smirnov	Kuiper-Raff	McKempian
Skala Z			
Model 1	.000	.000	Normal

Berdasarkan pengujian dinyatakan rata-rata yaitu apabila

1. Apabila Informan >50, bahwa mengungkapkan dengan Kolmogorov – Smirnov
2. Apabila Informan ≤50, bahwa mengungkapkan dengan Shapiro - Wilk

Disini informan peneliti adalah 37 maka yang kita lihat pada tabel Shapiro-Wilk adalah > 0.05.

Distribusi Normal apabila ≥ 0,05. Hasilnya H_0 di terima dan data normal

1. Uji-Heteroskedastisitas

Uji-Heteroskedastisitas dipakai agar uji regresi terdiri tidak sesuaian residual variance pengkajian di pengkajian lainnya. Uji-Heteroskedastisitas dipakai dengan tes glejser, apabila hasil substansial antara variabel independen >0,05 tak terjadi kesalahan heteroskedastisitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejserman							
Model 1		Distribusi		p	Sig.		
		statistik	Coefficient				
			z			Prob. One-tail	2-tail
1	(Constant)	0.447668	0.650	0.510	0.610		
	UMPA	0.00	1.00	1.00	1.000		
	UMOR	0.00	1.00	1.00	1.000		
	UMPA	0.00	1.00	1.00	1.000		

Independensi pengauditan mempunyai nilai -sig. 1.000, pengalaman kerja auditor mempunyai nilai -sig. 1.000, kelakuan auditor punya nilai :1.000. fariabel independen disebut tak memiliki nilai signifikansi <0,05 jadi bias simpulkan tak ditemukan suatu kesalahan heteroskedastisitas antara vaariabel independen.

2. Uji-Multikolinieritas

Uji-Multikolinieritas tujuannya ialah agar tau saluran di celah varabel independen dalam satu pengujian sebab regresi bagus harusnya tak ada kedekatan antara faktor inderpenden guna menemukan perihal itu dipakai ukuran toleran & variance inflationfactor (VIF). Varbiabel bebas dikaitakan problem dari kebebasan multikolinmieritas jika nilai tolerance > 0.1 & nilai VIF < 10.

Hasil Uji Multikolinieritas			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1.	(Constant)		
	Pengalaman kerja auditor	.999	1.000
	Pengalaman kerja	.999	1.000
	Pengaruh Audit	.999	1.000

Pada bagan di atas ditunjukkan bahwa variabel independensi pengaudit mempunyai nilai tolerance 0.726 serta VIF 1.378, variable pengmlalaman kerja punya taraf toleran 0,889 serta VIF 1.125, variable etika pengaudit punya taraf toleran 0.656 serta VIF 1.524.. Ke3 faktor mempunyai taraf toleran makin dari 0.1 sertanilai VIF < 10. jadi, tak ditemukan korelasi dari variabel indenpenden serta data bisa dinyatakan bebas dari kesalahan multolinieritas dalam gaya regrsinya.

3. Uji-Regresi Linier Berganda

Model Regresi

Analisis regresi linear ganda dipakai dengan tujuan agar tau dampak Independensi, profesionalisme, Etika pekerjaan, Akuntabilitas pada Kualitas Audit KAP

Model 1		Koefisien Regresi		T	Sig.
		Nonstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Data	
1	(Constant)	7.294	0.202	3.617	.000
	INDEP	.456	.187	2.438	.019
	PENGALAM	.004	.007	.571	.575
	ETIKA	.770	.145	5.308	.000

Perserupaan regresi :

$$\text{KUALITAS AUDIT} = 7.294 + 0.456 \text{INDEPENDENSI} + 0.004 \text{PENGALAMANKERJA} + 0.770 \text{ETIKA} + e$$

Berdasarkan perserupaan regresi linear berganda yang sudah di tunjukan ,jadi bisa dilihat sendiri berapa dampak factor bebas pada kualitas auditor. Kesimpulan diatas ialah:

1. jumlah konstanta (inter;cept) 7.294, hal itu apabila semua variabel independen dipakai berbobot 0 alias tak beralih, jadi kualias audit melambung 7.294 takaran diakibatkan bagi faktor berlainan yang tak dipakai dipengujian
2. jumlah koefisien regresi independensi 0.456, memperlihatkan jika independensi naik 1 jadi kualitas audit akan naik 0.456,serupa takaran faktor asing persisten. Lambang actual(+) dikoeffisien menyimbolkan koneksi sejurusan.
3. Jumlah koefisien regresi pengalaman kinerja sebsar 0.004, mengisyaratkan apabila pengalaman kerja naik 1,jadi kualitlas audit melonjak 0.004, melalui dugaan faktor rileks .
4. jumlah koefisien regresi etika auditor 0.770, memperlihatkan apabila etika naik 1 barisan, jadi kualitas audit naik 0.770, barisan atas anggapan independen faktor berbeda.

Koefisien Determinan (R²)

Koefisien Determinan (R²) dipakai agar mendeteksi seberapa jauh tingkat mampu gaya pada memperlihatkan macam faktor independen. Agar menyingkirkan kesempatan terlihatnya pada faktor bebas >2jadi Adju-sted R² dipakai pada saat menelaah makna gaya regresi terbaik agar terhindar dari bias.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829	.686	.655	2.73639

Berdasarkan bagan 5 bisa dilihat jika nilai Adjust'd R² adalah 0.655, memperlihatkan kalau kualitas audit bias diartikan variable independensi auditor, pengalaman kerja auditor, etika auditor 68.4% sementara r² 31.6% dipengaruhi oleh variabel yang tak dipergunakan di pengujian

Uji-t

Uji-t dipakai buat melihat jauhnya konsekwensi sendiri-sendiri factor bebasnya dipengujian saat kesendirian membuktikan bahwa faktor terbelenggu. tes t dipergunakan beserta mensejajarkan tarif denotasi jumlah beserta jumlah peringkat percayaan (α). Apabila skala peringkat signifikansi itu > peringkat andalan (α), jadi faktor bebas selaku pada variabel dependen. Apabila jumlah taraf signifikansi itu < peringkat andalan (α), jadi faktor bebas sebagai individu punya akibat relevan pada faktor tak bebas peringkat andalan (α) dipakai peneiltian ialah 0,05.

Hasil Uji Statistik t			
Variable	Koeffisien	Signifikan	Keterangan
Independensi Auditor	2.435	.019	H0 Ditolak atau H1 Diterima
Pengalaman Kerja	.985	.000	H0 Ditolak atau H1 Diterima
Etika Auditor	5.843	.000	H0 Ditolak atau H1 Diterima

Kedua variabel independen adalah indenpendensi auditor, etika auditor punya nilai signiikansi < taraf percayaan yaitu 0.019, 0.000 hingga di simpulkan bahwa variable independensi auditor, etika menurut individu punya pengaruh di factor tak bebas pengujian ini ialah kualitas audit. Melainkan factor bebas lain ialah pengalaman kerja punya nilai signiikansi > oleh tahap yakin ialah 0.985 maksudnya factor independensi auditor menurut perseorangan tak berpengaruh selaku relevan pada variabel tak bebas.

HASIL

Hasil dari penelitian mengungkapkan kalau sikap dependensi tak mempunyai pengaruh pada kualitas audit. Independensi auditor itu ialah perilaku yang tak berpihak, & punya keperluan tersendiri, serta tak gampang dipengaruhi oleh orang yang lain yang punya kepentingan tersendiri, hingga maka dari itu auditor yang diberikan tersebut berdasar dari kinerja serta objektivitas sesuai dengan kewajaran data laporan keuangan.

Hasil penelitian dapat membuktikan jika dengan menambahnya pengalaman kinerja auditor bisa berpengaruh terhadap kualitas audit. Harus punya tindakan kompeten saat melakukan kewajiban selaras oleh etos kerja serta berpatokan oleh etika profesiya sebagai seorang auditor yang propesional. Auditor yang mempunyai toindakan kompeten pasti mengamalkan penilaian selaras oleh peringkat kelaziman data yang di cek begitu juga kondisi dan fakta lapangan.

Hasil dari penelitian ini menjadi bukti kalau auditor itu punya pengaruh pada kualitas audit. berarti auditor yang berpedoman pada etika profesinya saat bertugas memproses audit berkonsisten mamksimum sehubungan data pengaudit serta mengutarakan jumpaan selaras beserta kebenaran yang didapatkan hingga bisa meninggikan kualitas audit.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil akhir dari analisa serta fakta penelitian yang telah dijabarkan di bab sebelumnya, didapat kesimpulan :

Independensi auditor yang dimiliki di KAP Surabaya punya pengaruh pada kualitas audit. memperlihatkan jika independensi yang dimiliki auditor itu memiliki pengaruh pada probabilitas auditor pada penyelesaian kenakalan customer.

Pengalaman kerja dimiliki auditor yang bertugas di KAP tak punya pengaruh pada kualitas audit. Tapi jika profesionalisme besar yang dimiliki oleh auditor akan meningkatkan pula tingkat kepercayaan publik pada kualitas jasa tersebut.

Etika audit yang dimiliki auditor yang bertugas di KAP punya pengaruh efektif yang signifikan pada kualitas audit. disebabkan auditor paham soal aturan sesuai undang-undang memperlihatkan jika tahap wawasan auditor punya pengaruh probabilitas auditor didalam menemukan keganjilan maka saran yang disarankan di penelitian untuk pengujian lanjutan ialah:

Pengujian lanjutan diminta menghimpunkan faktor tak sekedar sebar quisioner belaka tapi mewawancarai narasumber bertujuan untuk mendapatkan hasil pengujian bagus dan tepat pula yang mencerminkan pada fakta lapangan.

Pengujian seterusnya diharapkan menyebarkan angket tidak ketika KAP menjalani puncak musim Pengujian lanjutan agar menguji factor berbeda yang berpengaruh di kualitas audit sesuai takaran KAP.

IMPLIKASI

Dari yang diteliti diatas. Penulis mampu menuliskan masukan yaitu:

1. dari kegiatan dilakukannya pengujian ini adalah sikap independensi tidak punya pengaruh di kualitas auditnya. Tapi walau tidak punya pengaruh diharapkan agar auditor tetap menambah tingkatan kompetensi yang dimiliki.
2. Apabila pengalaman suatu auditor ditambah akan bisa berimbas di profesionalisme kerjanya karena auditor yang profesional punya analisa yang lebih bagus.
3. Hasil dipengujian ini menjadi tolak ukur jika auditor punya pengaruh penting di kegiatan perusahaan.
4. Diharap pengujian yang akan datang lebih menyeluruh lagi apa yang diujikan misal tentang kegiatan proses pengauditan dan cara untuk melakukan audit di instansi yang lebih menyeluruh.

KETERBATASAN PENELITIAN

Peneliti membatasi pengujian ini di variable independensi, pengalaman kerja, etika auditor jadi variable independen dan kualitas audit jadi variable terikat di KAP Setijawati.

DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Abiyya Salsabila, (2020), Pengaturan Pengalaman Auditor, Independensi, Pendidikan Lanjutan, Pengaruh Lama Kerja pada Pendeteksian Kecurangan Oleh Auditor Eksternal oleh Skeptisisme Profesional Sebagai Variabel Moderasi, Jakarta.
- Arens, (2015:432), Institute Of Internal Audito,
- Arens A. Alvin, Randal J. Elder & Mark S. Beasley. 2015. Auditing & Jasa Assurance Strategi Terintegrasi. Jilid I. Edisi 15 - Jakarta. Erlangga

Jurnal

- Achmad Badjuri, 2017, Analisis Faktor Berpengaruh pada Kualitas Pemeriksaan Auditor Intern Kota Semarang
- Baigi Rabani Adha, 2016, Pengaruh Independensi Auditor, Profesionalisme Auditor, Etika Profesi Auditor, Akuntabilitas Auditor padap Hasil Audit Pada K A P Di Surabaya.
- Elisabeth Herastivita Surya, 2017, Pengaruh Independensi, Kompetensi Dan Pengalaman Kerja Auditor Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik Di Kota Malang)
- Dwiky Priyambodo, 2015, Pengaruh Kompetensi, Independensi, Pengalaman Kerja Dan Akuntabilitas Terhadap Kualitas Audit Dengan Etika Auditor Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik Di Surakarta Dan Yogyakarta) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Irwanti Bunga Nurjanah, Andi Kartika, Pengaruh Kompetensi, Independensi, Etika, Pengalaman Auditor, Skeptisme Profesional Auditor, Objektifitas Dan Integritas Terhadap Kualitas Audit (Studi Pada Kantor Akuntan Publik Di Kota Semarang), Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
- Gracia Indah Prasetyawati, Bambang Kusdiasmo, Septiana Novita Dewi, (Advance Vol.5 No.1 Edisi Maret 2018), Pengaruh Pengalaman Kerja, Independensi, Kompetensi, Due Professional Care Dan Etika Profesi Terhadap Kualitas Audit.
- Ozalea Putri Nanda Islami, 2016, Pengaruh Independensi, Pengalaman Kerja, Due Profesional Care, Akuntabilitas Dan Besaran Fee Audit Terhadap Kualitas Audit, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sasangka Lambang Kurniawan, 2019, Pengaruh Independensi, Pengalaman Audit, Etika Auditor, Komitmen Auditor Dan Time Budget Pressure Terhadap Kualitas Audit (Kantor Akuntan Publik Wilayah Solo Dan Yogyakarta), Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Silvia Cristyana Dewi, 2015, Pengaruh Pengalaman Kerja, Independensi, Objektifitas, Integritas, Kompetensi, Dan Etika Auditor Terhadap Kualitas Hasil Audit (Studi Pada Kantor Akuntan Publik Di Kota Semarang)
- Stella Anggelina, Pengaruh Kompetensi, Independensi, Etika, Pengalaman Auditor, Dan Tekanan Anggaran Waktu Terhadap Kualitas Audit, Jurnal Bina Akuntansi, Juli 2017, Vol.IV

PENGARUH CONTENT MARKETING DAN SWITCHING BARRIER TERHADAP CUSTOMER RETENTION PADA PRODUK GUNDAM DI QLAF GRADE SURABAYA

Leni Wulan Sari¹, I Made Bagus Dwiarta², Evita Purnaningrum³
Universitas PGRI Adibuana Surabaya^{1,2,3}
Koresponden : madebagus@unipasby.ac.id

ABSTRACT

The biggest challenge that companies must face in marketing their products is competition to acquire and retain customers. Companies must create loyal customers because the attitude of customer loyalty is very valuable for the company. Companies do not always look for new customers, but also strive to retain old customers. It is better to retain customers who have used the product several times by creating a barrier to switching than having to find new customers. With Content Marketing and Switching Barriers, customers are hesitant and even reluctant to switch to other products and then will make repeated product purchases within a certain period. It is explained that this research analyzes the Effect of Content Marketing and Switching Barriers on Customer Retention on Gundam Products at Qlaf Grade Surabaya. This research uses a quantitative approach, while the population and sample used are 140 Qlaf Grade Surabaya customers. The results showed that Content Marketing and Switching Barrier partially and simultaneously had a significant effect on Customer Retention Qlaf Grade.

Keyword : *Content Marketing, Switching Barriers, Customer Retention.*

ABSTRAK

Tantangan besar dan harus dihadapi perusahaan dalam memasarkan produknya adalah persaingan untuk memperoleh serta mempertahankan pelanggannya. Perusahaan harus menciptakan pelanggan yang loyal karena sikap loyalitas para pelanggan sangatlah berharga bagi perusahaan. Perusahaan tidak selalu mencari pelanggan yang baru, tetapi juga berupaya untuk mempertahankan pelanggan yang lama. Lebih baik mempertahankan pelanggan yang sudah beberapa kali menggunakan produk dengan membuat suatu hambatan berpindah daripada harus mencari pelanggan yang baru. Dengan adanya *Content Marketing* dan *Switching barrier*, maka para pelanggan ragu bahkan enggan beralih pada produk lain kemudian akan melakukan pembelian produk berulang dalam jangka tertentu. Dijelaskan bahwa riset ini menganalisa Pengaruh *Content Marketing* dan *Switching Barriers* terhadap *Customer Retention* pada Produk Gundam di Qlaf Grade Surabaya. Riset ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif, adapun populasi dan sampel yang digunakan ialah 140 Pelanggan Qlaf Grade Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Content Marketing dan Switching Barrier berpengaruh terhadap *Customer Retention* Qlaf Grade secara signifikan baik menggunakan uji parsial maupun dengan menggunakan uji simultan.

Kata Kunci : *Content Marketing, Switching Barriers, Customer Retention.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Setiap manusia pada dasarnya memiliki tingkatan stres yang berbeda-beda. Stres dapat disebabkan oleh bermacam faktor. Faktor tersebut bisa dari faktor keluarga, faktor lingkungan kerja ataupun dari masalah pribadi. Hobi merupakan suatu kegiatan pada waktu luang yang digunakan seseorang untuk menenangkan pikiran. Setiap manusia pasti memiliki hobi yang beraneka ragam, salah satunya yaitu mengoleksi suatu barang. Ada berbagai macam barang yang bisa dijadikan untuk koleksi misalnya lukisan, kendaraan, uang kuno, perhiasan, mainan dan lain sebagainya. Mainan adalah hobi yang saat ini paling banyak diminati oleh orang-orang. Pasar yang semakin berkembang ini membuat produk mainan impor tumbuh dengan sangat pesat contohnya seperti mainan impor gundam.

Gundam biasanya dimainkan dengan cara dirakit. Merakit gundam merupakan suatu tantangan tersendiri bagi mereka sehingga setelah mereka melihat hasil jadinya mereka akan mendapatkan kepuasan tersendiri secara batin. Karena banyak pecinta gundam serta komunitasnya, banyak juga toko yang ada di Surabaya yang menjual berbagai macam model kit gundam. Bagi mereka, toko itu adalah surga untuk para pecinta gundam. Dari sekian banyaknya toko yang menjual gundam, salah satu toko gundam yang ada di Surabaya ini adalah Qlaf Grade Surabaya. Selain menjual gundam, Qlaf Grade juga menjual berbagai peralatan untuk merakit dan *me-repaint* gundam.

Sebelum merakit gundam, mereka akan mencari informasi tentang merakit maupun *merepaint* gundam melalui internet dan sosial media. Maka dari situ, dibentuklah komunitas Qlaf Clan. Komunitas Qlaf Clan adalah komunitas yang dibuat oleh Qlaf Grade. Dalam komunitas tersebut, orang-orang dapat mencari tahu ataupun berdiskusi mengenai seputar model kit gundam. Qlaf Grade biasanya memberikan informasi mengenai model kit gundam tersebut melalui konten.

Konten berperan penting dalam hal pemasaran digital. Dalam konten pada Qlaf Grade memuat berbagai informasi mengenai produk gundam, grade gundam, harga gundam, cara perawatan, cara merakit gundam, peralatan apa yang diperlukan dalam merakit gundam, bahan apa yang dibutuhkan untuk *me-repaint* gundam dan lain sebagainya. Semua hal mengenai model kit dibahas dalam konten tersebut. Karena untuk menarik minat para calon pelanggan harus mampu menyajikan serta menawarkan sesuatu yang menarik perhatian serta dapat menghibur para calon pelanggan.

Perusahaan harus mengantisipasi berbagai hal yang tidak diinginkan, sehingga perusahaan perlu menciptakan berbagai hambatan agar dapat mengikat minat pelanggan supaya tidak pindah atau beralih pada produk lain atau disebut dengan *Switching Barrier*. Menurut Ranaweera dan Prabhu (Margarena, 2020), *Switching Barrier* ialah penghalang untuk beralih dari pelanggan melalui sumber daya dan kesempatan ataupun pembatas tindakan agar tidak berpindah. Menciptakan *switching barrier* adalah strategi perusahaan yang tepat untuk mempertahankan para pelanggannya. Selain kepuasan dan kepercayaan, *switching Barriers* juga dapat mempengaruhi *Customer Retention*. Dengan kata lain, *Switching Barriers* adalah faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk mengambil keputusan sehingga akan tetap menggunakan produk yang sudah dipilih dan tidak beralih pada produk lainnya. Untuk itu, setiap

perusahaan juga harus membangun hambatan-hambatan agar para pelanggan tetap loyal dan tidak berpindah pada produk lain .

Dalam upaya mempertahankan pelanggan, perusahaan harus menciptakan pelanggan yang loyal karena sikap loyalitas para pelanggan sangatlah berharga bagi perusahaan. Namun sikap loyal terhadap pelanggan tidak selalu dapat menjamin kelancaran di perusahaan. Perusahaan tidak selalu mencari pelanggan yang baru, tetapi juga berupaya untuk mempertahankan pelanggan yang lama. Lebih baik mempertahankan pelanggan yang sudah beberapa kali menggunakan produk dengan membuat suatu hambatan berpindah daripada harus mencari pelanggan yang baru.

Dengan adanya *Content Marketing* dan *Switching barrier*, maka para pelanggan ragu bahkan enggan beralih pada produk lain kemudian akan melakukan pembelian produk berulang dalam jangka tertentu atau biasa disebut dengan *Customer Retention*. Adalah Mempertahankan pelanggan berarti mempertahankan pelanggan atau mengupayakan pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan pelanggan demi kelangsungan hidup perusahaan. Retensi yang baik terjadi bukan karena keterpaksaan dari para pelanggan , melainkan karena adanya komunikasi yang baik antara perusahaan dan pelanggan,

METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif, adapun populasi dan sampel yang digunakan ialah 140 Pelanggan Qlaf Grade Surabaya.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

No	Correlation	(2-tailed)	kriteria
CM1	.658**	0.0000	Valid
CM2	.721**	0.0000	Valid
CM3	.367**	0.0020	Valid
CM4	.634**	0.0000	Valid
CM5	.584**	0.0000	Valid
CM6	.532**	0.0000	Valid
CM7	.592**	0.0000	Valid
CM8	.463**	0.0000	Valid

CM9	.646**	0.0000	Valid
CM10	.437**	0.0000	Valid
CM11	.795**	0.0000	Valid
CM12	.841**	0.0000	Valid
CM13	.609**	0.0000	Valid
CM14	.731**	0.0000	Valid
SB1	.769**	0.0000	Valid
SB2	.758**	0.0000	Valid
SB3	.838**	0.0000	Valid
SB4	.751**	0.0000	Valid
SB5	.851**	0.0000	Valid
SB6	.675**	0.0000	Valid
CR1	.696**	0.0000	Valid
CR2	.762**	0.0000	Valid
CR3	.827**	0.0000	Valid
CR4	.869**	0.0000	Valid
CR5	.802**	0.0000	Valid
CR6	.750**	0.0000	Valid
CR7	.740**	0.0000	Valid
CR8	.732**	0.0000	Valid

Sesuai tabel diatas terbukti seluruhnya telah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Item	Nilai Alpha		Keterangan
	Cronbach N		
Variabel X1 Content Marketing	0.865	14	Reliabel
Variabel X2 Switching Barrier	0.862	6	Reliabel
Variabel Y Customer Retention	0.904	8	Reliabel

Sesuai tabel diatas dinyatakan telah terbukti reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99274675
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.054
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^d

Sesuai hasil tabel diatas dinyatakan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Content Marketing	0.488	2.050
	Switching Barrier	0.488	2.050

Sesuai dengan tabel diatas terbukti bahwa data terbebas dari gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria
<u>Heteroskedastisitas</u>		
Content Marketing (X1)	0.3	Sig>0.03
Switching Barrier (X2)	0.604	Sig>0.05

Sesuai gambar diatas terbukti data terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Analisis Regresi Linier Berganda

Item	B	t hitung	nilai sig
Konstanta	2.419		
Content Marketing (X1)	0.210	3.577	0.001
Switching Barrier (X2)	0.767	7.373	0.000

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

$$Y = 2.419 + 0,210X_1 + 0,767X_2 + e$$

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7 Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
.875 ^a	0.762	0.755

Didapatkan hasil Adjusted R square adalah 0,755 atau 75,5 persen. Artinya variabel bebas berkontribusi sebesar 75,5%.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 8 Uji t

Item	B	t hitung	nilai sig
Konstanta	2.419		
Content Marketing (X1)	0.210	3.577	0.001
Switching Barrier (X2)	0.767	7.373	0.000

Sesuai hasil tabel diatas dapat diketahui hasil dari uji t menyatakan bahwa :

1. Didapatkan t-hitung content Marketing 3,577 serta signifinkansi $0,001 < 0,05$.
2. Didapatkan t-hitung Switching Barrier 7,373 serta signifkansi $0,000 < 0,05$.

Uji F

Tabel 9 Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	879.498	2	439.749	107.529	.000 ^a
	Residual	274.002	87	4.090		
	Total	1153.500	89			

Sesuai tabel diatas didapatkan f-hitung 107.529 serta signifkansi $,000 < ,05$.

SIMPULAN

1. Disimpulkan bahwa telah terbukti *content marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer retention* Qlaf Grade Surabaya.
2. Disimpulkan bahwa *swithcing barrier* terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap *customer retention* Qlaf Grade Surabaya.
3. Disimpulkan bahwa secara simultan terbukti ada pengaruh *content marketing*, *swithcing barrier* dan lingkungan kerja terhadap *customer retention* Qlaf Grade Surabaya.

IMPLIKASI

1. Qlaf Grade telah memberikan pelayanan secara maksimal terhadap pelanggannya dengan memberikan penjelasan serta pembelajaran yang lebih detail mengenai model kit gundam sehingga memudahkan pelanggan dalam memilih produk yang akan dibeli .
2. Qlaf Grade juga selalu memberikan informasi serta rekomendasi produk terbaru dari gundam dengan memberikan review produk melalui konten .

3. Diharapkan Qlaf Grade mampu menjaga serta terus meningkatkan *Customer Retention* Qlaf Grade Surabaya melalui Penerapan *Content Marketing*, dan *Switching Barrier* ataupun dari faktor – faktor lainnya.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Pada riset ini, periset membagikan kuesioner pada pelanggan secara online, dikarenakan bersamaan dengan masa pandemi sehingga pada penelitian ini hasilnya kurang maksimal.
2. Dalam proses pelaksanaan penelitian, penulis melakukan kegiatan dengan waktu dan biaya yang terbatas.
3. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan variable yang lain sehingga penelitiannya lebih variatif .

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah,W.,&Hartono,J.(2017)Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap customer retention Melalui swithcing barrier Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan PTBorwita Citra Prima Surabaya. *Agora*, 5(1), 2–8
- Arikunto. (2010). Teknik Sampel. In *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik-Revisi ke X*.
- Daryanto,B.dan(2017).Manajemen Penilaian customer retention . *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 53(9), 1689–1699.
- Fiqi, M. A. (2019). Pengaruh lingkungan kerja dan content marketing terhadap customer retention pada CV. TIARA ABADI PAMEKASAN. *Ayan*, 8(5), 55.
- Ghoniya,N.dan M.(2011)Peningkatan customer retention Melalui Kepemimpinan,Lingkungan Kerja Dan Komitmen.*JDM(Jurnal Dinamika Manajemen)*2(2),118–129. <https://doi.org/10.15294/jdm.v2i2.2476>
- Ghozali,I.(2018)Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi9 In *International Journal of Physiology*.
- Josephine,A & Harjanti,D.(2017)Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap customer retention pada Bagian Produksi melalui Motivasi Kerja sebagai Variabel Intervening pada PT.Trio Corporate Plastic (Tricopla)*Jurnal AGORA*,5(3)1–8.
- M. Abdul kholil, Marzolina, T. (2013). Faculty of Economic, Riau University,. Pengaruh Disiplin Dan Lingkungan Kerja Terhadap customer retention Pabrik Pada PT.INTI KARYA PLASMA TAPUNG4(1)294–308.
- Malayu S. P.Hasibuan(2017)Manajemen Sumber Daya Manusia.In Bumi Aksara Jakarta.
- Katiandago, C. (2013)Pengaruh content marketing Kepemimpinan dan Motivasi terhadap Kinerja pegawai pada PT. PLN (PERSERO) Wilayah Sulutenggo area Manado2(3)1592–1602.
- Sugiyono(2017)Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, Kombinasi dan R&D.

Pengaruh Brand Image, Word Of Mouth, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Gangsar di Surabaya

Rico Setiawan¹, Teguh Purwanto², Tri Aripurbo²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Korespondensi teguhpwt@gmail.com

ABSTRACT

This study is meant to identify and analyse effects of brand image, word of mouth, and price perception on the decisions to purchase Gangsar beans in Surabaya. The method used to gather a total of 90 individuals are thru accidental sampling. Through data analytics discovered, brand image effects on purchasing decision has a t-count of 2.221 and significance of 0.029 ($0.029 < 0.05$). Word of mouth on purchase decisions has a t-count of 3.338 and significance of 0.001 ($0.001 < 0.05$). Price perception of purchase decisions has a t-count of 3.718 and significance of 0.000 ($0.000 < 0.05$) as it is known that brand image, word of mouth and price perception have partially influenced purchasing decisions. The f test shows that brand image, word of mouth, and price perception affect the purchasing decision of Gangsar bean in Surabaya simultaneously.

Keywords: Brand Image, Word Of Mouth, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRAK

Riset ini memiliki tujuan mengidentifikasi dan menganalisa dampak *brand image*, *word of mouth*, dan persepsi harga pada putusan pembelian kacang Gangsar di Surabaya. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan sampel melalui *accidental sampling* sejumlah 90 orang. Dari kajian informasi, dapat diketahui dampak *brand image* kepada putusan pembelian memiliki t-hitung 2,221 bernilai signifikan sebesar 0,029 ($0,029 < 0,05$). *Word of mouth* pada keputusan pembelian memiliki t-hitung 3,338 bersama nilai signifikansi 0,001 ($0,001 < 0,05$). Pandangan anggaran pada keputusan pembelian memiliki t-hitung sebesar 3,718 bersama nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$) maka diketahui bahwa *brand image*, *word of mouth* dan persepsi nilai mempengaruhi keputusan pembelian secara parsial. Uji f diketahui jika *Brand Image*, *word of mouth*, dan persepsi biaya secara simultan berpengaruh kepada keputusan pembelian kacang Gangsar di Surabaya.

Kata kunci: Brand Image, Word Of Mouth, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Seperti kondisi perdagangan bebas saat ini, sektor *food and beverages* menjadi satu dari sejumlah perusahaan yang berkembang pesat secara global. Di Indonesia sendiri industri makanan dan minuman merupakan sektor penopang pertumbuhan ekonomi negara. Seiring dengan perkembangannya banyak perusahaan – perusahaan yang muncul dan ikut bersaing di sektor industri ini. Para pelaku usaha di industri inipun harus membuat kebijakan - kebijakan strategis guna menjual produk – produk mereka untuk mendapatkan keuntungan yang diharapkan dan memenuhi target perusahaan. Karena dengan banyaknya kompetitor yang muncul maka produk yang dihasilkan akan semakin banyak dengan berbagai macam varian. Hal ini membuat tingkat persaingan dalam pasar pun akan meningkat.

Perusahaan Gangsar Snack & food adalah sebuah perusahaan yang bersaing dalam sektor industri ini. Berdiri sejak 1981, perusahaan ini berkecimpung di tahap produksi serta pendistribusian makanan ringan. Walaupun berkembang pada sektor industri pangan lainnya, fokus yang utama ialah kacang

dengan merk Gangsar. Kacang Gangsar sendiri mempunyai banyak varian dan mempunyai pasar distribusi yang cukup luas salah satunya di kota surabaya. Dalam persaingan yang ketat serta banyaknya produk-produk olahan kacang sejenis dengan berbagai merek di indonesia. Setiap pelaku usaha di sektor ini dituntut untuk lebih andal dalam mencari peluang dan kesempatan untuk memperluas pangsa pasar dan mempertahankannya. Karena konsumen yang membeli merupakan aspek penting dalam menentukan kehadiran sebuah perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Aji 2016) menjelaskan mengenai putusan pembelian yang merupakan pilihan pembeli tentang sebuah merek dari sebuah kelompok. Maka dari itu, sangat krusial untuk menyadari apa saja faktor penentu yang dapat berpengaruh untuk memutuskan perilaku dalam membeli dan memikirkan *marketing strategy* yang sesuai agar dapat merebut pangsa pasar.

Konsumen saat ini cenderung berasumsi kalau merek yang populer jauh lebih bagus serta bermutu di pasaran, sebab merek-merek ternama lebih interaktif dan edukatif dibanding merek lainnya, sehingga melalui *branding*, pembeli bisa dengan gampang membedakan ciri-ciri setiap produk yang beredar di pasaran.

Tabel 1. Top Brand Index Indonesia

Kacang Bermerek				
2019		2020		
a	Garud	63,6	Garuda	58,9
	%		%	
kelinci	Dua	20,6	Dua	18,8
	%		kelinci	%
ar	Gangs	1,7 %	Gajah	1,7
			%	
i	Gajah	1.2 %	Gangsa	1,4
			r	%
	Mayas	0.8 %	Mayasi	1,2
				%

Sumber: <https://www.topbrandaward.com/en/2020/01/kacang-bermerek-fase-1-2020//>

Pada tabel 1 dapat dilihat dari ke enam merek yang masuk dalam daftar top brand award. Dalam tabel tersebut kacang merek Gangsar masih kurang unggul dalam perolehan valuasi merek jika dibandingkan dengan kacang merek garuda dan dua kelinci yang mendominasi dua tahun terakhir. Selain itu, Kacang merek Gangsar mengalami penurunan valuasi merek dari tahun 2019 ke 2020.

Faktor penting lainnya yang berpengaruh pada keputusan pembelian ialah *word of mouth*. Penyebaran informasi atau label produk yang dilakukan oleh klien kepada konsumen lain sebagai bagian dari

perjumpaan mereka dalam mengkonsumsi suatu produk dan mencapai kenikmatan disebut sebagai platform komunikasi *word of mouth*. (Iknesya Rahma Finanda 2017). Melalui *word of mouth* konsumen dapat mengetahui berbagai informasi mengenai produk dari orang lain yang pernah mengonsumsi produk sebelumnya, termasuk dalam pengonsumsi produk kacang Gangsar. Selain *word of mouth* salah satu aspek yang sering berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen ialah persepsi biaya. Sebab, dalam menentukan harga suatu barang, pelanggan tidak hanya bergantung pada nilai bersih biaya, tetapi juga pada pandangan mereka tentang nilai pasar. (Setyarko 2016).

Persepsi harga itu sendiri menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Harjati and Venesia 2015) mengatakan , "*how a consumer views the price tag (over the top, budget friendly, or moderate) consecutively influences not only intentions of purchasing but also the satisfactory after effect*" , yang berarti nilai yang dipersepsikan merupakan cara pandang atau kesan konsumen mengenai biaya (lebih besar, minimal, rasional) berperan sangat penting dalam mempengaruhi motivasi pembelian serta kenikmatan pembelian. Harga sebuah barang mengindikasikan nilai produk ataupun jasa yang bermanfaat untuk konsumen serta dapat menggambarkan kualitasnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Berikut dipaparkan landasan teori variabel *brand image*, *word of mouth*, persepsi harga, dan keputusan pembelian:

Brand Image

Hasan pada (Istiyanto et al. 2017) mendefinisikan Citra merek didefinisikan sebagai sekumpulan kualitas yang terlihat dan tidak terlihat, seperti konsep, pendapat, prinsip, keinginan, dan pandangan yang berbeda. Akibatnya, ekuitas merek diartikan sebagai citra atau asumsi yang dimiliki masyarakat terhadap suatu merek. Menurut Aaker dan Biel dalam (Supriyadi, Wiyani, and Nugraha 2017) ciri pembentuk citra merek yaitu:

1. Citra pembuat (*corporate image*), yang merupakan persepsi pembeli mengenai perusahaan yang menyalurkan jasa ataupun produk tertentu. Antara lain: ketenaran, kepercayaan, koneksi perusahaan, dan pengguna.
2. Citra produk (*product image*), yang merupakan pandangan pembeli mengenai sebuah merek. Antara lain: kelengkapan produk, manfaat yang dibawa, juga jaminan.
3. Citra pengguna (*user image*), adalah pandangan pembeli tentang penggunaan sebuah produk dan jasa. Antara lain: pengguna dan kedudukan sosial mereka.

Word Of Mouth

Poewanto dan sukirno menjelaskan dalam (Iknesya Rahma Finanda 2017) Penyebaran informasi atau label produk yang dilakukan oleh klien kepada konsumen lain sebagai bagian dari perjumpaan mereka dalam mengkonsumsi suatu produk dan mencapai kenikmatan disebut sebagai platform komunikasi *word of*

mouth. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa *word of mouth* diartikan sebagai jaringan informasi atas kesan yang didapat dari sebuah produk oleh pelanggan yang tersebar *mouth to mouth*. Terdapat juga indikator *word of mouth* menurut Babin dan Barry dalam (Ling and Pratomo 2020) terdapat beberapa klasifikasi yang dapat digunakan dalam mengukur *word of mouth* antara lain sebagai berikut :

1. Keinginan konsumen untuk berbicara mengenai kepuasan pelayanan sebuah brand kepada khalayak.
2. Rekomendasi barang serta pelayanan pada khalayak.
3. Motivasi bagi relasi agar membeli produk dari sebuah perusahaan.

Persepsi Harga

Dari Schiffman dan Kanuk pada (Harjati and Venesia 2015) mengatakan , *"how a consumer views the price tag (over the top, budget friendly, or moderate) consecutively influences not only intentions of purchasing but also the satisfactory after effect"* yang berarti nilai yang dipersepsikan merupakan cara pandang atau kesan konsumen terhadap suatu biaya (lebih besar, minimal, rasional) berpengaruh pada motivasi pembelian dan kenikmatan membeli. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi harga diartikan sebagai suatu asumsi yang didapat oleh pelanggan yang disebabkan oleh tingkatan suatu harga. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Ling and Pratomo 2020), terdapat 4 klasifikasi yaitu:

1. Aksesibilitas biaya
2. Perbandingan biaya dan kualitas yang sesuai
3. Harga yang kompetitif
4. Perbandingan harga dan kegunaan yang sesuai

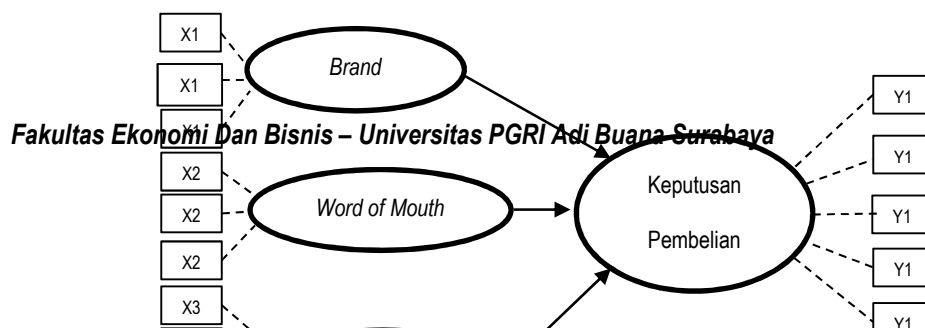
Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller dalam (Aji 2016) menjelaskan putusan pembelian sebagai penentuan konsumen berdasarkan minat dari merek yang berada pada sekelompok pilihan. Jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian diartikan sebagai tahapan dimana konsumen membeli suatu produk dari beberapa produk yang ada untuk dapat memenuhi permasalahannya Adapun indikator keputusan pembelian dari kotler dan keller dalam (Ling and Pratomo 2020) ialah:

1. Terdapat keperluan
2. Mencari tentang produk atau merek
3. Mempertimbangkan alternatif lainnya
4. Memutuskan untuk membeli
5. Membeli secara berulang kali

Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual akan dipaparkan dibawah:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah :

H1= Brand image mempengaruhi keputusan untuk membeli kacang Gangsar di Surabaya secara signifikan.

H2= Word of mouth mempengaruhi keputusan untuk membeli kacang Gangsar di Surabaya secara signifikan.

H3= Persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian kacang Gangsar di Surabaya secara signifikan.

H4= Brand image, word of mouth, dan persepsi harga mempengaruhi keputusan pembelian kacang Gangsar di Surabaya secara signifikan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Sebanyak 90 respondent yang dipakai sebagai populasi serta dikumpulkan sampel berupa penikmat kacang Gangsar di Surabaya. *Accidental sampling* digunakan untuk metode mengambil sample. Kuesioner disebarkan ke konsumen serta hasil jawaban konsumen dianalisis melalui pengujian instrumen, asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji-t dan uji-f.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Berikut hasil uji validitas dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel/Indikator	r Hitung	R tabel	Keterangan
Brand Image (X1)				
1	X1.1	,407	0,2072	Valid
2	X1.2	,408	0,2072	Valid
3	X1.3	,408	0,2072	Valid
4	X1.4	,409	0,2072	Valid
5	X1.5	,700	0,2072	Valid
6	X1.6	,687	0,2072	Valid
7	X1.7	,703	0,2072	Valid
8	X1.8	,629	0,2072	Valid
Word Of Mouth (X2)				
9	X2.1	,319	0,2072	Valid
10	X2.2	,303	0,2072	Valid
11	X2.3	,741	0,2072	Valid
12	X2.4	,326	0,2072	Valid
Persepsi Harga (X3)				
13	X3.1	,325	0,2072	Valid
14	X3.2	,766	0,2072	Valid
15	X3.3	,347	0,2072	Valid
16	X3.4	,703	0,2072	Valid
17	X3.5	,700	0,2072	Valid
18	X3.6	,656	0,2072	Valid
Kepuasan Pembelian (Y)				
19	Y1.1	,600	0,2072	Valid
20	Y1.2	,759	0,2072	Valid
21	Y1.3	,606	0,2072	Valid
22	Y1.4	,403	0,2072	Valid
23	Y1.5	,777	0,2072	Valid
24	Y1.6	,704	0,2072	Valid
25	Y1.7	,708	0,2072	Valid
26	Y1.8	,584	0,2072	Valid

Dapat dilihat di atas $R_{hitung} > R_{tabel}$ yang berarti seluruh data dalam variable valid Uji Realibilitas

Hasil uji reliabilitas terparap seperti berikut:

Tabel 3. Uji Realibilitas			
Variabel	Cronbach Alpha	Nilai kritis	Keterangan
Brand Image	,864	0,05	Reliabel
Word Of Mouth	,648	0,05	Reliabel
Persepsi Harga	,860	0,05	Reliabel
Kepuasan Pembelian	,369	0,05	Reliabel

Dapat dilihat di atas nilai cronbach alpha > 0,05. Yang berarti seluruh pernyataan reliabel.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas terpapar sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized
N	90
Asymp. Sig. (2-tailed)	,189

Nilai asymp.sig ,198 > 0,05 diartikan data penelitian terdistribusi normal.

Uji Mutlikolinieritas

Hasil uji multikolineritas terkandung pada table:

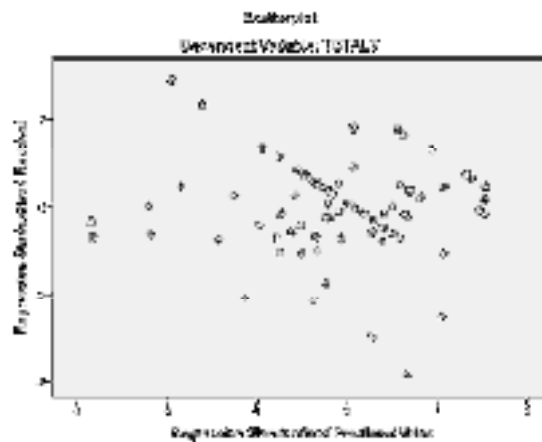
Tabel 5. Uji Tabel Multikolineritas

	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Brand Image	,919	1,088
Word Of Mouth	,956	1,046
Personal Usage	,402	2,485

Nilai toleransi (>,10) dan (VIF<10). Maka, data tersebut tidak multikoliner.

Uji Heteroskedastisitas

Berikut hasil uji heteroskedastisitas akan disajikan sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil yang dapat terlihat tak berpola dan mengacak berarti tidak heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menghasilkan nilai yang terpapar sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate	Durbin-Watson
1	,821a	,674	,651	1,39966	1,394

Diketahui bahwa hasil uji autokorelasi terdapat nilai Durbin Watson (DW) paling kecil 1 dan tidak melebihi 3 dengan nilai sebesar 1,394 yang artinya tidak ditemukan autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear ganda (multiple regression) dapat memprediksi kehadiran kaitan *Brand Image* (X1), *Word Of Mouth* (X2), dan Persepsi Harga (X3) sebagai variabel tak terikat, serta variabel terikat yang merupakan keputusan pembelian (Y). Telah tersaji hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(constant)	2,798	3,268	
Brand Image	,260	,117	,198
Word Of Mouth	,597	,178	,281
Persepsi Harga	,634	,171	,201

Dengan demikian maka didapatkan persamaan dari hasil uji adalah :

$$Y = 2,798 + 0,260x_1 + 0,597x_2 + 0,634x_3 + e$$

Dari ekuasi diatas, diketahui:

1. Nilai konstanta (a) menunjukkan bahwa apabila koefisiensi regresi pada konstanta adalah sebesar 2,798, konstanta sebesar 2,798 menyatakan jika variabel bebas dianggap konstan, maka keputusan pembelian mendapat penilaian sejumlah 3,723. Artinya untuk mendapatkan keputusan pembelian melebihi harapan tanpa 2 variabel tak terikat yang tertera maka perkiraan keputusan pembelian tidak ditemukan ciri-ciri pergantian berpengaruh, walaupun hasil pengujian dalam tingkat signifikan $0,00 < 0,05$.
2. Nilai koefisiensi variabel *Brand Image* (X1) sejumlah 0,260. Yang mengindikasikan setiap kenaikan penilaian konsumen atau penambahan satu satuan atau poin *Brand Image* (X1) dapat berakibat pada meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sejumlah 0,260.
3. Nilai koefisiensi variabel *Word of Mouth* (X2) sejumlah 0,597. Mengindikasikan bahwa setiap kenaikan penilaian konsumen atau penambahan satu satuan atau poin *Word of Mouth* (X2) dapat berakibat pada meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sejumlah 0,597.
4. Nilai koefisiensi variabel Persepsi Harga (X3) sejumlah 0,634. Artinya bahwa setiap kenaikan penilaian konsumen atau penambahan satu satuan atau poin Persepsi Harga (X3) akan mengakibatkan naiknya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,634.

Uji T

Hasil uji-t terpapar berikut ini:

Tabel 8. Hasil Uji T

Variabel	T	Sig
Brand Image	2,221	,029
Word of Mouth	3,355	,001
Persepsi Harga	3,719	,000

Dari perhitungan diatas diketahui:

1. Variabel *Brand Image* sebesar 2,221 > nilai t tabel 1,986 dengan nilai mutlak ,029 < 0,05. Dimana Brand image berpengaruh dalam Keputusan pembelian produk Gangsar di Surabaya
2. Variabel *Word Of Mouth* sebesar 3,338 > nilai t-tabel 1,986 bernilai ,001 < 0,05. Yang artinya *Word Of Mouth* berpengaruh pada Keputusan Pembelian produk Gangsar di Surabaya.
3. Variabel Persepsi Harga sebesar 3,718 > nilai t-tabel 1,986 bernilai ,000 < 0,05 . Yang artinya Persepsi Harga berpengaruh pada Keputusan Pembelian produk Gangsar di Surabaya.

Uji F

Hasil uji fakan disajikan sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	51,952	,000 ^a

Berdasarkan tabel 9 diperoleh nilai f-hitung untuk variabel *Brand Image*, *Word of Mouth*, dan Persepsi Harga sebesar 51,952 dengan nilai mutlak ,000 hingga ,000 < 0,05 sedangkan F hitung sebesar 51,952 > f-tabel yaitu 2,71. Yang artinya *Brand Image*, *Word of Mouth*, dan Persepsi Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian produk Gangsar di Surabaya secara simultan.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis dampak *Brand Image* pada Keputusan Pembelian kacang Gangsar di Surabaya memiliki t hitung sebesar 2,221 > skor t-tabel 1,986 dan nilai signifikan yaitu ,029 yang tidak melebihi tingkat signifikansi 0,05. Dari hasil tersebut menghasilkan H_0 yang ditolak serta H_1 yang diterima. Hal tersebut menandakan bahwa Brand Image mempengaruhi Keputusan Pembelian produk Gangsar di Surabaya secara signifikan.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan pendapat (Nuprilianti and Khuzaini 2016) yang menyatakan konsumen cenderung berasumsi kalau merek yang populer jauh lebih bagus serta bermutu di pasaran dibanding *brand* yang tidak terlalu terkenal di pasaran, sebab merek-merek ternama mengedukasi lebih lengkap dibanding *brand* lainnya, sehingga keberadaan *brand* memudahkan konsumen dapat melihat perbedaan ciri-ciri setiap produk yang beredar di pasaran.

Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian kacang Gangsar di Surabaya memiliki t-hitung sejumlah 3,338 > nilai t-tabel 1,986 dengan skor signifikan ,001 yang tidak melebihi batas

signifikansi 0,05. Melalui data yang didapat, h_0 dinyatakan tidak diterima dan h_1 diterima. Yang artinya *Word of Mouth* mempengaruhi Keputusan Pembelian produk Gangsar di Surabaya secara signifikan.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan pendapat (Iknesya Rahma Finanda 2017) yang menyatakan bahwa *Word Of Mouth* tersebar sangat instan apabila pembagi informasi juga mempunyai jaringan yang luas. Melalui *Word Of Mouth* konsumen dapat mengetahui berbagai informasi mengenai produk dari orang lain yang pernah mengonsumsi produk sebelumnya.

Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Analisa dampak Persepsi Harga pada Keputusan Pembelian kacang Gangsar di Surabaya memiliki t -hitung 3,718 > nilai t -tabel 1,986 dan signifikansi ,000 yang tidak melebihi 0,05. Melalui data yang didapat, h_0 dinyatakan tidak diterima dan h_1 diterima. Yang artinya Persepsi Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian produk Gangsar di Surabaya secara signifikan.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan pernyataan (Harjati and Venesia 2015) yang menyatakan bahwa pandangan tentang nilai dimana konsumen dapat melihat sebuah harga (tinggi, rendah, wajar) berpengaruh sangat besar kepada tujuan serta kepuasan pembelian.

Brand Image, Word Of Mouth, dan Persepsi Harga Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis pengaruh Brand Image, Word Of Mouth, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kacang Gangsar di Surabaya memiliki f hitung sebesar 51,952 bernilai mutlak ,000 sampai ,000 < 0,05. Melalui data yang didapat, h_0 dinyatakan tidak diterima dan h_1 diterima. Yang artinya *Brand Image*, *Word of Mouth*, dan Persepsi Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian produk Gangsar secara simultan dan signifikan.

Hasil riset telah menyesuaikan kajian terdahulu oleh (F. P. Sari and Yuniati 2016) yang menunjukkan *Brand Image*, *Word of Mouth*, dan Persepsi Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian Panties Pizza di Sidoarjo.

SIMPULAN

Dari data yang bersumber dari riset ini 1 Berdasarkan hasil riset mengenai pengaruh *Brand Image*, *Word Of Mouth*, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kacang Gangsar di Surabaya yang sudah diteliti serta dihitung memakai statistik. Maka diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Hasil analisa sebagian membuktikan variable *Brand Image* (X1) mempengaruhi Keputusan Pembelian Kacang Gangsar di Surabaya dengan positif juga significant.
2. Hasil analisa sebagian membuktikan variable *Word Of Mouth* (X2) mempengaruhi Keputusan Pembelian Kacang Gangsar di Surabaya dengan positif juga significant.
3. Hasil analisa sebagian membuktikan variable Persepsi Harga (X3) mempengaruhi Keputusan Pembelian Kacang Gangsar di Surabaya dengan positif juga significant.

4. *Brand Image* (X1), *Word Of Mouth* (X2), dan Persepsi Harga (X3) dengan simultan mempengaruhi Keputusan Pembelian Kacang Gangsar di Surabaya.

IMPLIKASI

Perusahaan perlu memfokuskan kebijakan pemasarannya guna meningkatkan kekuatan merek kacang Gangsar dengan meningkatkan kualitas produk dan lebih berinovasi agar konsumen merasa terpuaskan setelah membeli produk gangsar dan perusahaan sebaiknya gencar melakukan strategi periklanan melalui media sosial, radio atau televisi karena dengan media-media ini perusahaan dapat menyebarkan kesan positif produk kacang Gangsar dan diharapkan konsumen dapat lebih mengenal produk dan keunggulan yang ditawarkan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Akibat pandemi covid yang sedang terjadi berakibat pada sulitnya mendapatkan responden dikarenakan adanya pembatasan sosial yang dijalankan. Hambatan yang terdapat pada tahap pengumpulan data ialah waktu, dana, juga tenaga yang terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Pamungkas bagas. 2016. "Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian." STIE PGRI Dewantara Jombang 10(2): 145–60.
- Harjati, Lily, and Yurike Venesia. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala." E-Journal WIDYA Ekonomika 1(2015): 64–74.
- Iknesya Rahma Finanda. 2017. "Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Mil Off Beauty Bar." Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika 1(2): 1–7.
- Istiyanto, Budi et al. 2017. "Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC Di Surakarta)." 12(1): 1–8.
- Ling, Tjong Su, and Anton Widio Pratomo. 2020. "Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor." Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan 1(1): 31–42.
- Nuprilianti, Nanda Purnama, and Khuzaini. 2016. "Pengaruh Personal Selling, Brand Image , Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mobil." Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen 5(1): 1–18.
- Setyarko, Yugi. 2016. "Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online." Ekonomika dan Manajemen, ISSN: 2252-6226 5(2): 128–47.

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU MUSLIMAH (STUDI KONSUMEN PASAR KLIWON)

Muhammad Firdaus Syaifudin¹, Moch. Munir Rachman²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Koresponden : hnn_munir@yahoo.com

ABSTRACT

The meaning of this analysis is to see and describe the effect of price and service quality on the choice of shopping for Muslim clothes at Kliwon Market, Sawo Dukun Gresik Village. The sample during this study was 130 respondents and used a purposive sampling technique through an incidental sampling approach. The method of analysis of this research is the research instrument test, classical assumption, multiple regression, t test, and F. Research proves that price has an effect on consumer decisions with sig level. $0.000 < 0.05$. Service quality has a partial effect on purchasing decisions at the sig level. < 0.001 . Meanwhile, price and service quality also influence purchasing decisions at the sig level. $0.000 < 0.5$.

Keywords: Price, service quality, purchase decision.

ABSTRAK

Makna dari analisis ini bermaksud untuk melihat dan menguraikan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap pilihan berbelanja baju muslimah di Pasar Kliwon Desa Sawo Dukun Gresik. Sampel selama penelitian ini sebanyak 130 responden serta menggunakan teknik purposive sampling melalui pendekatan incidental sampling. Cara analisis penelitian ini ialah uji instrumen penelitian, asumsi klasik, regresi berganda, uji t, dan F. Penelitian membuktikan harga berpengaruh akan keputusan konsumen dengan taraf sig. $0,000 < 0,05$. Kualitas layanan berpengaruh parsial untuk keputusan pembelian di taraf sig. $< 0,001$. Sedangkan harga dan kualitas pelayanan turut mempengaruhi keputusan pembelian pada taraf sig. $0,000 < 0,5$.

Kata Kunci: Harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Di era persaingan, bisnis busana muslim kini mengalami peningkatan yang luar biasa pesatnya karena maraknya produk yang bagus. Semakin banyak perkembangan teknologi maka semakin beragam ragam busana muslimah. Industri busana muslim juga merupakan jenis peluang bisnis yang menguntungkan dan juga merupakan bisnis yang tidak mengenal kata rugi jika kita memasarkan dan mengelolanya dengan baik.

Perilaku pembeli sangat memastikan dalam keputusan pembelian, yang tahapannya diawali dari identifikasi masalah, yaitu dalam jenis tekanan yang menghasilkan upaya untuk memuaskan kebutuhan. Abdullah & Tantri (2013) mengutarakan bahwa keputusan pembelian merupakan tingkat evaluasi pembeli dalam gaya preferensi antar merk di komunitas pilahan, pembeli juga dapat membangun ketertarikan beli demi berbelanja merk yang disenangi. Sejalan dengan Swastha dalam Fouratama dan Arifin (2018), setiap keputusan pembelian memiliki 4 indikator yaitu: pencarian informasi, sesuai kebutuhan, prioritas pembelian pada produk tersebut, dan konsumen merasa puas.

Untuk menarik konsumen itu sendiri diperlukan sebuah layanan. Kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang dinilai mampu mempengaruhi minat pembeli dalam membeli produk pakaian muslim.

Senada dengan Fandy Tjiptono (2018: 290) mengutarakan kualitas layanan menjadi upaya untuk memaksimalkan kebutuhan dan ambisi konsumen lebih lanjut sebagai ketepatan penyampaian dalam menyeimbangkan harapan pembeli. Dengan demikian, pelayanan merupakan salah satu cara untuk memberikan kenyamanan agar pembeli merasa membutuhkan nilai lebih dari yang diharapkan. Indikator kualitas layanan sejalan dengan Parasuraman dalam Maskan dkk (2019): *Reliability, Responsiveness, Assurance and Assurance, Empathy and tangibles*.

Tidak hanya standar pelayanan yang menarik konsumen, harga juga dinilai cukup mempengaruhi keputusan pembelian produk. Menurut Tjiptono (2018: 209) harga sering ditafsirkan sebagai total uang tunai dan aspek lain yang memiliki faedah atau manfaat lain guna diperuntukkan menerima layanan. Menurut Stanton dalam Maskan dkk (2019) terdapat empat indikator yang merinci harga: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan keunggulan produk.

Dari uraian diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian terhadap masyarakat yang membeli baju muslim di pasar kliwon Desa Sawo Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik. Karena peneliti melihat banyak sekali individu yang membeli baju muslim di pasar tradisional, maka rumusan masalah yang dihasilkan:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju muslimah (studi pada konsumen pasar kliwon)?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju muslimah (studi pada konsumen pasar kliwon)?
3. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju muslimah (studi pada.konsumen pasar kliwon)?

METODE PENELITIAN

Cara yang dilakukan pada analisis ini ialah metode kuantitatif melalui strategi kausal. Populasi penelitian ini adalah pembeli baju muslim di pasar kliwon Desa Sawo Dukun Gresik. Penelitian ini menggunakan 130 sampel yang ditentukan dengan rumus Fedinand dengan menggunakan teknik purposive sampling melalui pendekatan insidental sampling.

Alat pengumpulan data yang layak dilakukan pada penelitian ini ialah dengan proses penyebaran kuesioner dan dokumentasi. cara penelitian yang diperlukan di ulasan ini ialah: uji instrumen, asumsi klasik, regresi, uji t dan F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item	Nilai	Keterangan
	Pernyataan	Total Correlation	Kritis	
Keterjangkauan harga	X1.1_1	0,432	0,3	Valid

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Bukti fisik			
	X2.4_1	0,418	0,3	Valid
	X2.4_2	0,549	0,3	Valid
	X2.4_3	0,558	0,3	Valid
	Pencarian informasi			
	X2.5_1	0,529	0,3	Valid
	X2.5_2	0,579	0,3	Valid
	X2.5_3	0,418	0,3	Valid
	Sesuai kebutuhan			
	Y.1_1	0,423	0,3	Valid
	Y.1_2	0,439	0,3	Valid
	Y.1_3	0,447	0,3	Valid
	Prioritas pembelian pada produk tersebut			
	Y.2_1	0,505	0,3	Valid
	Y.2_2	0,595	0,3	Valid
	Y.2_3	0,492	0,3	Valid
	Konsumen merasa puas			
	Y.3_1	0,415	0,3	Valid
	Y.3_2	0,604	0,3	Valid
	Y.3_3	0,631	0,3	Valid

Sumber: Output SPSS (Data diolah peneliti, 2021)

Menurut tabel tersebut terlihat bahwa taksir uji validitas memastikan di setiap elemen (indikator) dari segala variabel dikatakan valid, karena untuk masing-masing indikator pada semua variabel di atas > 0,3.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Harga (X1)	Keterjangkauan harga	0,666	0,6	Reliabel
	Kesesuaian harga dengan produk	0,629	0,6	Reliabel
	Daya saing harga	0,620	0,6	Reliabel
	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	0,624	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	Kehandalan	0,612	0,6	Reliabel
	Daya tanggap	0,680	0,6	Reliabel
	Jaminan	0,690	0,6	Reliabel
	Empati	0,677	0,6	Reliabel
	Bukti fisik	0,689	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian(Y)	Pencarian informasi	0,689	0,6	Reliabel
	Sesuai kebutuhan	0,623	0,6	Reliabel
	Prioritas pembelian pada produk tersebut	0,707	0,6	Reliabel
	Konsumen merasa puas	0,724	0,6	Reliabel

Sumber: Output SPSS (data diolah Peneliti, 2021)

Hasil pengujian di atas diperoleh bahwa uji reliabilitas selama penelitian ini menunjukkan bahwa setiap item (indikator) dari setiap variabel mengandung taraf cronbach alpha > 0,6. Sehingga setiap item dari analisis ini diduga reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.50221915
Most Extreme Differences	Absolute	0.076
	Positive	0.069
	Negative	-0.076
Test Statistic		0.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^a

Sumber: Output SPSS (data diolah Peneliti, 2021)

Dari yang kita lihat dari tabel diatas yang sudah diuji, dapat diketahui bahwa analisis ini sudah normal. Karena nilai yang didapat dari uji normalistas dari penelitian ini > 0,05.

2. Uji Multikolonieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Harga	0,610	1,639
Kualitas Pelayanan	0,610	1,639

Sumber: Output SPSS (data diolah Peneliti, 2021)

Pada hasil olah output SPSS diatas, ditunjukkan nilai tolerance variabel harga sebesar 0,610 dan kualitas pelayanan 0,610. Keseluruhan VIF X_1 dan $X_2 < 10$. Sehingga mampu dinyatakan nilai residual tidak terjadi multikolonieralitas.

3. Uji Autokorelasi

**Tabel 5. Uji Autokorelasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.698 ^a	0,488	0,460	2,52184	1,773

Sumber: Output SPSS (data diolah Peneliti, 2021)

hasil pengujian autokorelasi menggunakan model summary diperoleh nilai DW (Durbin-Watson) sejumlah 1,773 yang dimana nilai itu berada diantara du 1,744 & 2,256 (4-du), sehingga penelitian diduga tiada gejala autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Glejser

Variabel	t	Sig.
Harga	1,023	0,308
Kualitas Pelayanan	-0,285	0,776

Sumber: Output SPSS (data diolah Peneliti, 2021)

Pada pengujian tabel diatas menggunakan uji glejser masing-masing variabel dari penelitian ini didapat nilai sig. > 0,05. Memastikan dalam penelitian ini tiada terdeteksi keadaan gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	13,023	3,346
Harga	0,488	0,081
Kualitas Pelayanan	0,210	0,061

Sumber: Output SPSS (data diolah Peneliti, 2021)

Telah diketahui persamaan pada model regresi sebagai berikut :

$$Y = 13,023 + 0,488X_1 + 0,210X_2 + e$$

Sehubungan dengan persamaan regresi telah dijelaskan:

- Koefisien constant (a) sejumlah 13,023. Artinya apabila variabel indepeden Harga dan kualitas pelayanan nilai sepadan nol (0) bahwa keputusan pembelian ialah 13,023 artinya keputusan pembelian meningkat sejumlah 13,023

- b. Koefisien regresi harga berjumlah 0,488. Bermakna apabila meningkatnya satuan harga, bahwa keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 0,488.
- c. Koefisien regresi kualitas pelayanan berjumlah 0,210. Bermakna apabila meningkatnya satuan kualitas pelayanan, bahwa keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 0,210.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	T	Sig.
Constant ¹	3,892	0,000
Harga	6,000	0,000
Kualitas Pelayanan	3,453	0,001

Sumber: Output SPSS (data diolah Peneliti, 2021)

Berdasarkan tabel data pengujian t, dijelaskan bahwa:

- a. Variabel harga (X_1) menerima t_{hitung} sebesar 3,892, karena beserta value sig. sebanyak $0,000 < 0,05$. sebab taraf kepentingan $< 0,05$. Telah diungkapkan bahwa H_1 terduga diterima. Berarti harga telah dapat mempengaruhi signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya harga yang murah dan sesuai dengan produk yang dijual ke konsumen akan menimbulkan panggilan.
- b. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) menerima t_{hitung} sebesar 3,892, karena beserta hasil sig. sejumlah $0,000 < 0,05$. sebab value kepentingan $< 0,05$. Dapat diungkapkan bahwa H_2 terduga diterima. Hingga bermakna kualitas layanan telah dapat mempengaruhi signifikan terhadap keputusan pembelian. Adanya kualitas layanan dengan prima pada pembeli yang menyebabkan konsumen merasa puas dan nyaman akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

2. Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	769,462	2	384,713	60,492	,000 ^b
Residual	807,682	127k	6,360		
Total	1577,108	129			

Sumber: Output SPSS (data diolah Peneliti, 2021)

Berdasarkan analisis data hasil output diperoleh perhitungan uji F sebesar 60,492 hingga taraf sig. $0,000 < 0,05$. Sebab itu H_3 disangka disetujui. Hingga dinyatakan variabel independen (X_1 & X_2) kedapatan bersamaan berdampak baik (signifikan) untuk Y (variabel dependent). Adanya biaya dengan terjangkau dan layanan yang baik akan mendominasi pada pengambilan keputusan pembeli untuk mendapatkan produk tersebut

SIMPULAN

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada konsumen baju muslimah di pasar kliwon ditemukan bahwa:

1. Harga secara individu punya pengaruh baik serta signifikan pada keputusan pembelian. Adanya biaya murah dan sesuai pada produk yang dijual ke konsumen akan menimbulkan panggilan.

2. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh baik dan signifikan untuk Keputusan Pembelian. Adanya layanan yang prima kepada konsumen yang menyebabkan konsumen merasa puas dan nyaman menyebabkan pembeli terpengaruh dalam mengambil keputusan pembelian.
3. Harga dan Kualitas Pelayanan serentak berpengaruh positif dan signifikan kepada Keputusan Pembelian. Adanya biaya yang terjangkau dan layanan yang baik punya dampak besar untuk pengambilan keputusan pembelian untuk memperoleh barang.

IMPLIKASI

ulasan ini akan bermanfaat bagi para pedagang pakaian muslim di pasar kliwon agar tetap memperhatikan nilai dan kualitas layanan yang diberikan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pembeli oleh karena itu menghasilkan keputusan pembelian secara berkelanjutan. Dengan melakukan segmentasi konsumen, pedagang dapat menentukan harga yang tepat sesuai dengan segmentasi konsumen yang ditargetkan dan untuk kualitas pelayanan pedagang harus memberikan pelayanan dengan ramah, cepat serta tanggap kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dan nyaman berbelanja baju muslim di pasar Kliwon.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan yang dimiliki penelitian hanya terdapat pada variabel bebas, cuma ada 2, sedangkan ada banyak faktor tertentu untuk mempengaruhi variabel dependent. Selain itu jawaban responden dalam mengisi kuesioner tidak menunjukkan keadaan responden sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fouratama, Fijar dan Zainul Arifin. 2018. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian (Survei 102 pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 pengguna Oppo Smartphone). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.56 No.1.
- Maskan, dkk.. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Malang. Jurnal Administrasi dan Bisnis, Vol. 13, No.2, Desember 2019, ISSN 1978-726X eISSN 2715.0216.
- Tjiptono, Fandy. 2018. Pemasaran Jasa, Edisi terbaru, Penerbit: Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ke-23, Penerbit: Alfabeta , Bandung.

Penerapan *Online Single Submission* Terhadap Pelayanan Masyarakat Dalam Izin Usaha Di Kabupaten Gresik.

Muhammad Nurur Syifa¹, Aji Prasetyo²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : muhammad.nurus04@gmail.com,¹ ajiprasetyo@unipasby.ac.id²

Pendaftaran perizinan usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha merupakan sebuah legalitas bagi pelaku usaha dan sebuah pengendali ekonomi bagi pemerintah. Dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah No 24 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau lebih dikenal dengan *Online Single Submission* (OSS), dalam rangka percepatan pelayanan izin usaha, diharapkan dapat mempermudah dan mempercepat proses izin usaha yang ada di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, Dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa OSS telah diterapkan DPMPSTP Kabupaten Gresik pada pelayanan publik dalam percepatan perizinan usaha. OSS adalah layanan yang terintegrasi secara elektronik dibawah Kendali Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Tujuan dari diterbitkannya OSS ini adalah untuk mempermudah para pelaku usaha dalam mendapatkan perizinan usaha, tetapi hambatan yang terjadi adalah kurangnya pengetahuan para Pelaku usaha dalam menggunakan OSS.

Kata kunci : *Online Single Submission*, Perizinan, Pelayanan publik

ABSTRACT

Registration of business license carried out by business actors is a legality for business actors and economic controller for the government. With the issuance of government regulation number 24 of 2018 Concerning Electronically Integrated Business Licensing Services or better known as Online Single Submission (OSS), in the context of accelerating business license services, it is hoped that it can simplify and speed up the process of business permits in Indonesia. This research is a qualitative research, by using descriptive approach method. The result of research that has been carried out show that OSS has been applied by the DPMPSTP of Gresik District public services in accelerating business licensing. OSS is an electronically integrated service under the control of the investment Coordinating Board (BKPM). The purpose of the issuance of this OSS is to make easier for business actors to obtain business licenses, but the obstacle that occurs is the lack of knowledge of business actors in using OSS.

Keyword : Online Single Submission, Licensing, Public service

PENDAHULUAN

Izin usaha di wilayah kawasan industri merupakan kewajiban bagi setiap pelaku usaha. Izin usaha merupakan suatu legalitas utama bagi pelaku usaha guna menjalankan usaha yang dimiliki dan merupakan bentuk dari pengendalian yang dimiliki pemerintah terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakatnya terutama dalam bidang ekonomi. Dengan mempunyai izin usaha perusahaan mendapatkan jaminan dari badan hukum yang berwenang jika terjadi suatu hal yang mungkin tidak diinginkan.

Tuntutan dan masalah yang sering terjadi dalam masyarakat yaitu dalam aspek perizinan usaha pada otonomi wilayah belum secara signifikan memperbaiki kualitas pelayanan dalam perizinan usaha. Ada kecenderungan setelah penerapan otonomi daerah jumlah biaya untuk mengurus perizinan usaha malah meningkat. Tingginya biaya izin usaha tidak diimbangi dengan kenaikan mutu kualitas pelayanan, prosedur yang panjang dan berbelit-belit juga menjadi masalah sendiri untuk pemilik perusahaan, karena menanggung kerugian baik dari segi waktu, biaya dan tenaga. Semakin panjang prosedur yang dilalui semakin banyak pula biaya yang akan dikeluarkan.

Dari berbagai permasalahan yang ada di masyarakat terutama dalam perizinan usaha pemerintah berupaya menciptakan suatu sistem pelayanan yang optimal guna memenuhi kebutuhan masyarakat dalam perizinan usaha, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 24 tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan berusaha Terintegrasi Secara Elektronik ataupun yang lebih dikenal dengan *Online Single Submission* (OSS). OSS merupakan pelayanan perizinan dengan menggunakan sistem *Online* yang diharapkan dapat mengurangi kemungkinan adanya peluang terjadinya penyalahgunaan wewenang yang dapat menimbulkan kemabali kerugian lainnya. Di terbitkannya UU tersebut dimaksudkan agar mempermudah pelaku usaha mendapatkan legalitas/izin usaha.

Secara teknis OSS ialah aplikasi web yang digunakan untuk membantu proses pengajuan dan perizinan untuk selanjutnya dilakukan proses penindakan yang dilakukan oleh peran pengambil keputusan, hadirnya OSS membawa terobosan baru yang menyeragamkan persyaratan serta tidak perlu melalui proses yang panjang dan memakan waktu.

Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kabupaten Gresik ialah salah satu fitur pemerintahan wilayah yang memperaktikkan sistem izin usaha yang terintegrasi secara elektronik / *Online Single Submission* (OSS), sebagai salah satu lembaga dinas yang khusus bertugas memberikan pelayanan perizinan yang langsung bersinggungan dengan masyarakat.

Bersumber dari latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, sehingga peneliti akan menganalisa lebih jauh OSS di terapkan, oleh karena itu judul yang digunakan adalah “Penerapan *Online Single Submission* Terhadap Pelayanan Masyarakat Dalam Izin Usaha di Kabupaten Gresik”.

RANCANGAN PENELITIAN

Rancangan penelitian dibuat agar pembaca mengetahui dan dapat memahami lebih mudah suatu rancangan penelitian yang telah di buat. Penelitian dimulai dengan menentukan latar belakang dari permasalahan yang sedang diteliti, serta mencari penelitian terdahulu yang relevan sebagai acuan penelitian saat ini. Kemudian peneliti mengumpulkan teori-teori penunjang yang terdiri dari *Online Single Submission*, Perizinan, dan Pelayanan Publik. Kemudian peneliti

menentukan metode untuk melakukan analisis data yang di peroleh. Metode yang digunakan peneliti ialah pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara semi terstruktur terhadap narasumber, yang didukung dengan observasi dan dokumentasi. Selanjutnya untuk mengetahui kebenaran data maka peneliti melakukan uji data dengan teknik triangulasi sumber yang selanjutnya dilakukan analisis data deskriptif kualitatif yang menggunakan 4 tahapan model analisis yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kemudian dilakukan analisis data maka dilakukan pembahasan hasil penelitian dan langkah yang paling akhir yaitu menetapkan kesimpulan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

SUBYEK DAN OBYEK PENELITIAN

Subyek penelitian ini merupakan Dinas Penanaman Modal serta perizinan pemerintah kabupaten Gresik. Yang terletak di jl. Dr. wahidin Sudiro Husodo Gresik No. 245, Gresik Jawa timur. Serta obyek penelitian adalah bagaimana penerapan *Online single Submission* terhadap Pelayanan Masyarakat Dalam Pembuatan izin usaha di kabupaten Gresik.

METODE

Dalam pengumpulan data peneliti memakai 3 teknik pengumpulan data :

1. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah kegiatan pengumpulan informasi atau keterangan yang diperoleh dengan cara percakapan yang mengarah pada suatu masalah tertentu, Peneliti melakukan wawancara dengan 2 narasumber inti yaitu pegawai/staff DPMPTSP kab Gresik dan 5 narasumber dari pelaku usaha.

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati terlebih dahulu setelah peneliti mencatat secara urut yang telah diteliti. Peneliti melakukan observasi di DPMPTSP kab Gresik dengan cara mengamati bagaimana alur proses pendaftaran izin usaha yang terintegrasi secara elektronik atau lebih dikenal OSS. Dengan tujuan mencari informasi tentang penerapan OSS dalam pelayanan masyarakat di kab. Gresik.

3. Dokumentasi

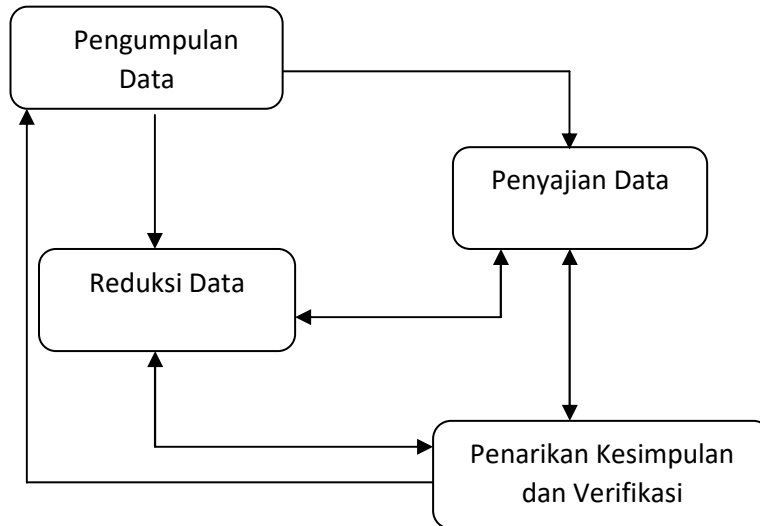
Dokumentasi ialah pengumpulan data dengan metode mengumpulkan dokumen-dokumen atau catatan penting dari sumber yang bisa dipercaya serta pengambilan gambar guna memperkuat hasil penelitian. Peneliti melakukan dokumentasi dengan cara menunjukkan gambar untuk menunjukkan bagaimana langkah-langkah atau prosedur yang di lalui dalam pendaftaran izin usaha oleh pelaku usaha.

Untuk mengetahui kebenaran penelitian yang dilakukan maka peneliti memakai teknik Triangulasi Sumber. Triangulasi merupakan teknik memeriksa kebenaran data yang diperoleh dengan menyamakan bermacam sumber data untuk memperoleh data yang sama biar lebih meyakinkan dalam kebenaran data tersebut. Dimana uji keabsahan data tersebut dengan cara melakukan penelitian dengan berbagai narasumber yang berbeda. Guna mendapatkan kebenaran informasi yang diperoleh, peneliti mengumpulkan hasil dari wawancara berbagai

narasumber yang terdiri dari 2 narasumber inti dari pegawai / Staff DPMPSTSP KAb. Gresik. Dan 5 narasumber umum yaitu dari masyarakat atau pelaku usaha.

Peneliti menggunakan 4 Teknik analisis data yang terdiri dari :

Kerangka Analisis Data



1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan guna memperoleh informasi yang di butuhkan. Peneliti megumpulkan data dengan wawancara pada narasumber pegawai DPMPSTSP dan pelaku usaha, Observasi dilakukan dengan mengamati dan mencatat langkah-langkah pendaftaran perizinan usaha dan Dokumentasi dengan mengumpulkan gambar-gambar langkah-langkah dalam perizinan usaha.

2. Reduksi Data

Dalam tahapan ini peneliti melakukan penyederhanan, penggolongan data dan membuang data-data yang tidak dibutuhkan sehingga menghasilkan informasi yang bermaksna dan memudahkan pembaca dalam memahaminya.

3. Penyajian Data

Setelah melakukan pengumpuln serta reduksi data peneliti mengumpulkan data dan disusun secara sistematis dari berbagai metode pengumpulan data dari wawancara, observsi dan dokumentasi sehingga menghasilkan kesimpulan

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Pada tahap ini peneliti mengambil tindakan, ialah membuat kesimpulan dari data-data yang sudah di dapatkan dari penelitian.

HASIL PENELITIAN

Penerapan *Online single Submission* (OSS)

Pemerintah mempunyai tujuan dalam mengembangkan teknologi perizinan yang terintegrasi secara elektronik. Dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Secara Elektronik atau lebih dikenal dengan *Online Single Submission* (OSS). OSS merupakan sebuah kebijakan baru yang di keluarkan oleh pemerintah di bidang pelayanan perizinan berusaha di Indonesia dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih, guna mewujudkan tata kelola pemerintah yang bersih, efisien dan transparan dalam perizinan.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPSTP) Kab. Gresik merupakan sebuah instansi pemerintah yang menerapkan OSS dalam pelayanan masyarakat terutama dalam bidang perizinan usaha. Sejak dikeluarkannya PP Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Secara Elektronik atau OSS pemerintah Kabupaten Gresik dengan sigap menerapkan OSS tersebut dalam pelayanan perizinan berusaha di kabupaten Gresik. Mengingat Gresik merupakan kawasan industri yang cukup besar sehingga dengan di terapkannya OSS dalam pelayanan perizinan Berusaha di harkan mampu menjadi solusi bagi pelaku usaha dalam mendaftarkan izin usahanya dengan cepat dan tidak berbelit-belit.

Langkah awal yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Gresik dalam memperkenalkannya OSS pada masyarakat yaitu dengan melakukan sosialisasi terhadap para pelaku usaha. Dengan dilakukannya sosialisasi diharapkan mampu meningkatkan kesadaran para pelaku usaha untuk mendaftarkan usahanya agar mempunyai legalitas dalam usaha yang dimilikinya. Pemerintah mempunyai tujuan besar dengan diterbitkannya OSS ini, saat ini OSS dapat dikatakan sebagai pintu dari berbagai macam sektor izin usaha yang dapat di lakukan dalam OSS, dari Usaha UMKM hingga Industri yang besar.

Pengaruh *Online Single Submission* (OSS)

Diterbitkannya OSS mendapatkan berbagai respon dari masyarakat dalam penggunaan perizinan secara *Online*. Menurut pegawai dari DPMPSTP Kab. Gresik dengan adanya OSS pendaftaran izin usaha menjadi sangat mudah di lakukan oleh berbagai pelaku usaha, dengan mengikuti langkah-langkah yang sudah tertera dalam sistem OSS tersebut, pelaku usaha dapat mendaftarkan izin usahanya sendiri dari rumah menggunakan gawai masing-masing.

Berbeda dengan respon masyarakat terutama pelaku usaha. Dari berbagai keterangan yang di lontarkan pelaku usaha diantaranya masih ada yang merasa bingung bahkan secara jelas ada yang memang tidak mengetahui langkah-langkah dalam pendaftaran izin usaha dengan OSS, sehingga tidak sedikit para pelaku usaha yang tetap mendatangi DPMPSTP Kab. Gresik untuk meminta bantuan mendaftarkan izin usaha yang di milikinya.

Di lain sisi masih banyak yang tidak mengetahui langkah-langkhah dalam mendaftarkan usahanya, masyarakat juga menunjukkan respon yang cukup puas dengan diterbitkannya OSS dalam pelayanan masyarakat terutama bidang perizinan. Dengan adanya OSS tersebut pelaku

usaha merasa pendaftaran perizinan usaha tidak sulit dan berbelit sehingga tidak memakan waktu yang cukup lama dan tentu bebas dari oknum-oknum yang berbuat curang. Masyarakat berharap dengan diterbitkannya OSS perizinan yang ada semakin maksimal dan dapat mempermudah dalam pelayanan masyarakat.

Kendala

Pemerintah Kab Gresik menghadapi berbagai kendala dalam penerapan OSS di tengah-tengah masyarakat, mengingat OSS merupakan pendaftaran izin usaha secara *Online*. Pegawai dari DPMPTSP Kab Gresik menyatakan bahwa kendala yang di alami pada awal penerapan OSS di DPMPTSP Kab. Gresik yaitu server yang sering error atau tidak bisa di akses yang menyebabkan DPMPTSP kesulitan dalam memantau perizinan apa saja yang masuk. Masalah lain yang di ungkapkan adalah Peraturan Pemerintah jika terjadi pembaharuan sistem oleh pusat, sehingga harus memahami dan mempelajari lagi pembaharuan apa saja yang baru pada sistem OSS.

SIMPULAN

Dari pemamaparan penelitian yang telah di lakukan pada Penerapan *Online Single Submission* Terhadap Pelayanan Masyarakat Dalam Izin usaha Di Kabupaten Gresik. Maka dapat di Tarik simpulan bahwa :

1. Penerapan OSS, pada DPMPTSP Kabupaten Gresik telah diterapkan Pada tahun 2018, setelah diterbitkannya PP No 24 Th 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau *Online Single Submission* (OSS). Langkah dan prosedur dalam pendaftaran perizinan usaha sudah sesuai dengan prosedur yang berlaku.
2. Pengaruh OSS, dengan diterbitkannya OSS mempunyai pengaruh terhadap pemilik usaha, tidak sedikit pemilik usaha yang merasa kebingungan dengan pendaftaran izin usaha secara *Online*. Dapat dibuktikan dengan kedatangan pelaku usaha ke DPMPTSP Kab. Gresik untuk meminta bantuan pegawai DPMPTSP mendaftarkan usahanya. Di lain sisi masyarakat mendukung dengan adanya OSS karena di anggap cepat dalam pemerosesan data izin usaha.
3. Kendala yang dihadapi DPMPTSP Kab Gresik dalam penerapan OSS, yaitu kendala server yang sering error waktu pertama kali penerapan OSS, dan pemahaman Peraturan Pemerintah jika terjadi pembaharuan sistem OSS.

IMPLIKASI

1. Bagi Lembaga
 - a. Lembaga agar dapat mensosialisasikan prosedur pengurusan izin usaha agar pemilik usaha dapat menggunakan waktu secara efektif dan efisien hanya melalui *Online*

- b. Sosialisasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan social media seperti youtube, instagram dll. Agar pemilik usaha baru tidak kesusahan saat mendaftarkan usaha mereka dengan menggunakan OSS

2. Bagi Pemilik Usaha

Pemilik usaha diharapkan terbantu dengan adanya OSS sehingga usaha yang mereka jalankan dapat didaftarkan dan mendapat izin yang legal melalui *Online* dengan prosedur-prosedur yang disosialisasikan pelayanan masyarakat melalui sosial media.

3. Bagi Penulis Selanjutnya

Diharapkan agar penulis selanjutnya dapat menambah tempat penelitian ke tempat yang terpencil namun memiliki banyak industri di daerahnya

KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini terdapat banyak sekali keterbatasan yang dialami peneliti diantaranya yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan berfokus pada pendaftaran perizinan berusaha Usaha Mikro dan Kecil.
2. Waktu dalam penelitian yang sangat terbatas.
3. Sumber yang didapat hanya sedikit dikarenakan waktu yang terbatas.
4. Dokumentasi yang didapat berfokus pada langkah-langkah pendaftaran perizinan Berusaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmosudirjo, Prajudi. 2001. *Hukum Administrasi Negara*. Ghalia. Jakarta. Hal 94
- Mustafa, Bachsan. 2001. *Sistem Hukum Administrasi Negara Indonesia*. Citra Aditya Bakti. Bandung. Hal 80
- Moloeng, Lexy J. 2010. *Metodologi penelitian Kualitatif edisi Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Nurman. (2015). *Strategi Pembangunan Daerah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sutedi, Andrian. *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hlm 173
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Jilid 1,2, UGM, 1986__, Statistik, Jilid 2,3, UGM, 1986.
- Stainback, Susan. William Stainback; *Understanding & Conducting Qualitative Research*; Kendall/Hunt Publishing Company; Dubuque, Iowa; 1988.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Sinambela, Lijan Poltak. Dkk. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta.

Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Lestari¹, Taudlikhul Afkar²

Universitas PGRI AdiBuana Surabaya^{1,2}

Email : lestaritari357@gmail.com¹, afkar@unipasby.ac.id²

ABSTRACT

Nilai Perusahaan ialah perihal yang sangat berarti untuk suatu industri, nilai perusahaan bisa dijadikan patokan selaku tolak ukur tingkatan keberhasilan suatu industri. Penelitian ini memiliki tujuan buat mengenali pengaruh profitabilitas yang dihitung mengenakan ROA (*return on asset*), lalu solvabilitas yang dihitung mengenakan DER (*debt to equity ratio*), serta likuiditas yang dihitung mengenakan CR (*current ratio*) terhadap nilai perusahaan industri *food and beverages* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 - 2019. Metode yang dipakai ialah metode kuantitatif. Hasil penelitian menampilkan jika profitabilitas yang dihitung mengenakan ROA (*return on asset*) tidak mempengaruhi serta tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sebaliknya solvabilitas yang dihitung mengenakan DER (*debt to equity ratio*) mempengaruhi serta signifikan terhadap nilai perusahaan, setelah itu likuiditas yang dihitung mengenakan CR (*current ratio*) mempengaruhi serta signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

Organization esteem is a significant matter for an industry, organization worth can be utilized as a benchmark as a proportion of the achievement level of an industry. This investigation plans to recognize the impact of benefit as estimated by utilizing ROA (return on resources), at that point dissolvability as estimated by utilizing DER (obligation to value proportion), and liquidity as estimated by utilizing CR (current proportion) on organization esteem in the food and refreshments industry. recorded on the Indonesia Stock Trade in 2014 - 2019. The strategy utilized is the quantitative technique. The outcomes show if the benefit estimated by utilizing ROA (return on resources) doesn't influence and isn't important to firm esteem, then again, the dissolvability estimated by utilizing DER (obligation to value proportion) influences and is critical on firm worth, after that the liquidity estimated by utilizing CR (current proportion) influences and is important to the worth of the organization.

Keywords : Profitability, Solvability, Liquidity, Firm Value

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan suatu industri. Nilai perusahaan adalah kesan pendukung investor dalam memperkirakan tingkat pencapaian industri dengan melihat hasil presentasi industri. Nilai perusahaan dapat sangat dipengaruhi oleh persepsi investor, hal tersebut dapat terlihat pada kinerja keuangan suatu industri, dimana suatu industri bisa memperlihatkan laba yang besar berdasarkan kinerja keuangan yang bagus (Oktafianti dkk, 2020). Unsur-unsur yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, solvabilitas dan likuiditas.

Profitabilitas selaku keahlian sesuatu industri buat mendapatkan keuntungan dengan total aset, total penjualan, ataupun total kewajiban dalam satu periode tertentu (Tarima dkk, 2016). Profitabilitas menggambarkan proporsi yang menunjukkan kesanggupan industri dalam mencetak laba (Hantono, 2018:11). Dalam *Signalling theory* atau teori sinyal industri memiliki kekuatan pendorong untuk memberikan data tentang profitabilitas kepada pihak luar dengan menyampaikan pesan kepada

pendukung keuangan tentang data yang dimiliki oleh industri, hal ini dilakukan untuk mengurangi kerentanan tentang kemungkinan industri.

Solvabilitas adalah proporsi yang menunjukkan bahwa industri dibiayai oleh kewajiban (di luar cadangan). Proporsi ini menunjukkan tingkat keamanan bank (Syaifullah, 2016: 169). Solvabilitas merupakan proporsi yang digunakan untuk mengetahui leverage industri (Hantono, 2018:12). Dalam *Signalling theory* atau teori sinyal industri memiliki motivator untuk memberikan data kelarutan kepada pihak luar dengan menyampaikan pesan kepada pendukung keuangan tentang data yang dimiliki perusahaan untuk mengurangi kerentanan kemungkinan industri. Perusahaan yang memiliki solvabilitas tinggi menunjukkan jika industri memiliki kewajiban dalam jumlah besar maka semakin tinggi pula bahaya yang ditanggung industri.

Likuiditas berhubungan dengan permasalahan keahlian sesuatu badan usaha buat penuhi kebutuhan finansialnya yang wajib dipadati. Tingkatan likuiditas serta faktor-faktor yang mempengaruhinya butuh dicermati oleh pihak internal industri selaku dasar buat memastikan kebijakan untuk pertumbuhan sesuatu badan usaha (Manurung dan Herijawati, 2016). Likuiditas ialah proporsi yang menunjukkan kemampuan suatu industri untuk memenuhi hutang jangka pendeknya (Hantono, 2018:9). Dalam *Signalling theory* suatu industri memiliki motivator untuk membagikan data tentang likuiditas kepada pihak eksternal dengan memberikan sinyal untuk investor mengenai informasi yang dimiliki industri untuk meringankan kerentanan prospek industri. Suatu industri yang berkualitas baik dapat memberi sinyal positif berbentuk data yang baik dan terpercaya, sehingga investor diharapkan mampu memilah industri yang mengalami *non-financial distress* dengan industri *financial distress*

Industri *food and beverages* ialah industri yang memproduksi makanan dan minuman. Sektor industri ini mengalami pertumbuhan setiap tahunnya akibat volume penduduk yang selalu meningkat setiap tahun. Berikut ini merupakan hasil rata-rata pertumbuhan industri *food and beverages* dapat diamati pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pertumbuhan Industri Food and Beverages

Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
	2015	2016	2017	2018	2019	
Food and Beverages	11.16%	9.82%	9.23%	8.87%	8.32%	8.84%

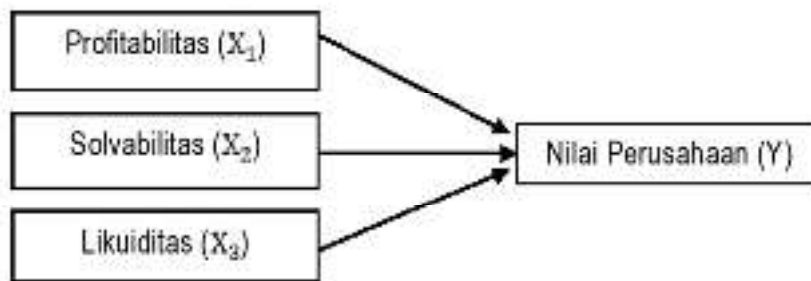
Sumber: <https://www.bps.go.id>

Tabel 1. menunjukkan jika terjadi penurunan pertumbuhan industri pada tahun 2017-2019, meskipun demikian penurunan tersebut tidak terlalu berpengaruh karena bukan penurunan yang drastis. Hasil perkembangan industri *food and beverages* dari tahun 2015-2019 sebesar 8,84%, hal ini masih memberikan kebebasan pada industri *food and beverages* untuk dapat berkembang lebih baik lagi. Selain itu masyarakat Indonesia cenderung menyukai makanan *fast food* sehingga menjadikan banyak bermunculan industri baru khususnya dibidang makanan dan minuman, sebab mereka menganggap industri ini memiliki prospek yang sangat menguntungkan di masa sekarang serta di masa mendatang.

Penelitian yang dilaksanakan Tarima dkk (2016) hasil penelitiannya menunjukkan jika Profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilaksanakan Dhani dan Utama (2017) hasil penelitiannya menunjukkan jika profitabilitas mempengaruhi nilai

perusahaan. Kemudian penelitian yang dilaksanakan Itsnaini dan Subardjo (2017) hasil penelitiannya menunjukkan jika solvabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilaksanakan Novari dan Lestari (2016) hasil penelitiannya menunjukkan jika solvabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Dan penelitian yang dilaksanakan Saputri dkk (2019) hasil penelitiannya menunjukkan jika likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Manurung dan Herijawati (2016) hasil penelitiannya menunjukkan jika likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Peneliti sebelumnya memberikan hasil yang bertentangan. Bersumber pada temuan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai nilai perusahaan, dengan maksud serta tujuan buat mengenali serta menguraikan dampak profitabilitas, lalu solvabilitas serta likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian.

H₁ : Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

H₂ : Pengaruh Solvabilitas terhadap nilai perusahaan

H₃ : Pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Riset ini memiliki hubungan yang bersifat sebab akibat. Riset ini mengenakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan merupakan laporan keuangan tahunan industri *food and beverages* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019 sejumlah 30 industri. Teknik pengambilan sampel dilaksanakan memakai *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sejumlah 6 industri dengan 6 tahun periode penelitian, maka total keseluruhan sampel sebanyak 36 sampel. Teknik pengumpulan data mengenakan teknik dokumentasi.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel terikat yang dipakai ialah Nilai Perusahaan, yakni suatu kondisi yang dicapai oleh perusahaan dalam kondisi baik atau buruk yang kemudian dijadikan gambaran oleh masyarakat dalam menilai kinerja suatu industri. Nilai Perusahaan dihitung mengenakan Tobin's Q. Berikut adalah rumusnya :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Nilai Kapitalisasi Pasar} + \text{Total Hutang}}{\text{Total Asset}}$$

Variabel Independen

Profitabilitas (X_1)

Profitabilitas yakni suatu proporsi yang menunjukkan kapasitas suatu industri untuk menciptakan laba. Rasio yang dipakai untuk menghitung profitabilitas mengenakan ROA. Berikut adalah rumusnya :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Solvabilitas (X_2)

Solvabilitas yakni suatu proporsi yang mengukur sejauh mana aktivitas industri dibiayai oleh seluruh jumlah kewajiban. Rasio yang dipakai untuk menghitung solvabilitas mengenakan DER. Berikut adalah rumusnya :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Modal}}$$

Likuiditas (X_3)

Likuiditas yakni suatu proporsi yang memperlihatkan kemahiran industri dalam membayar hutang jangka pendeknya. Rasio yang dipakai untuk mengukur likuiditas mengenakan CR. Berikut adalah rumusnya :

$$\text{CR} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dipakai buat mencari tahu apakah informasi yang dihasilkan telah mencapai standar pengujian dan dapat digunakan untuk menganalisis memakai statistik parametrik serta model regresi. Pengujian yang dipakai terdiri dari 4 (empat) uji, yang bisa diamati pada tabel 2.

Tabel 2. Uji asumsi klasik

No	Uji	Tujuan
1	Normalitas	Untuk mencari tahu apakah sekurangnya data berdistribusi normal atau tidak
2	Multikolinearitas	Untuk mencari tahu apakah variabel independen terjadi korelasi atau tidak
3	Autokorelasi	Untuk mencari tahu apakah variabel yang diuji dapat mempengaruhi varian dalam persamaan
4	Heteroskedastisitas	Untuk mencari tahu apakah data yang diuji bisa mempengaruhi konstansi varian dalam kelompok

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengevaluasi variabel bebas atas variabel terikat digunakanlah regresi linier berganda. Kegunaan regresi ini buat mengenali apakah suatu variabel dependen akan membaik atau memburuk. (Afkar, 2016) merumuskan persamaan regresi linear menggunakan 3 prediktor yaitu : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Dimana (Y) merupakan nilai variabel dependen, (a) merupakan konstanta, (b) merupakan koefisien regresi, (X) merupakan nilai variabel independen serta (e) merupakan standar Error

Uji Hipotesis

Uji statistik t dipergunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh pada variabel terikat. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan antara t hitung dan t tabel, serta dengan tingkatan signifikansi kurang dari 0,05 dan derajat bebas n-k (Afkar, 2016).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dilakukannya suatu kegiatan penelitian tentu memiliki tujuan didalamnya yaitu memperoleh hasil. Hasil penelitian ini dimulai dengan pengujian mengenakan uji asumsi klasik dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^a	Mean	85.7
	Std. Deviation	25216236
	Skewness	.207
Most Extreme Differences	Positive	.209
	Negative	-.207
Kolmogorov-Smirnov Z		1.244
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090

Tabel 3. Menunjukkan kalau nilai (2-tailed) berjumlah 0,090 karena jumlahnya > 0,05 sehingga perihal ini menampilkan kalau semua variabel penelitian berdistribusi normal, sehingga penelitian ini bisa dilanjutkan untuk tahap analisis data berikutnya.

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1_ROA	,963	1,039
	X2_DER	,983	1,018
	X3_CR	,982	1,019

Tabel 4. menampilkan kalau nilai VIF pada ROA, DER dan CR < 10, sehingga semua variabel penelitian ini tidak terjalin multikolinieritas, maksudnya tidak terjalin korelasi diantara variabel bebas dalam suatu model regresi.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,834 ^a	,256	,219	,17064	2,223

Tabel 5. Menampilkan kalau nilai Durbin-Watsonnya 2,223 karena nilai Durbin-Watsonnya < 2,35 maka tidak terjalin autokorelasi, artinya variabel yang dipakai bisa menggambarkan varian dalam populasi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
X1_ROA	,148 ^a	2	83	,242
X2_DER	,004 ^a	2	83	,396
X3_CR	,268 ^a	2	83	,774

Tabel 6. menampilkan nilai *Levene* dengan tingkatan signifikansi > 0.05 sehingga data antar variabel yang dikumpulkan mempunyai kesamaan ataupun homogen, artinya tidak terjalin heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,397	,974		-1,403	,161
	X1_ROA	-,459	,287	-,243	-1,597	,120
	X2_DER	1,394	,414	,312	3,365	,002
	X3_CR	1,265	,570	,521	2,184	,036

Tabel 7. menunjukkan nilai konstanta (a) sebesar -1,397 dan nilai koefisien untuk variabel X_1 0,459, X_2 1,394, serta X_3 1,265 kemudian untuk standar errornya sebesar 0,974. Sehingga bisa dibuat persamaan berikut : $Y = -1,397 - 0,459X_1 + 1,394X_2 + 1,265X_3 + 0,974$. X_1 Profitabilitas yang diukur mengenakan ROA diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -1,597 dengan sig sebesar 0,120. Karena t hitung -1,045 < t tabel 2,034 dan signya > 0,05 maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya profitabilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian X_2 solvabilitas yang diukur mengenakan DER diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 3,365 dengan sig sebesar 0,002. Karena t hitung 3,365 > t tabel 2,034 dan signya < 0,05 maka H_a diterima sedangkan H_o ditolak, artinya solvabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya X_3 likuiditas yang diukur mengenakan CR diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 2,184 dengan sig sebesar 0,036. Karena t hitung 2,184 > t tabel 2,034 dan signya < 0,05 maka H_a diterima sedangkan H_o ditolak, artinya likuiditas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,534 ^a	,286	,219	,17004

Tabel 8. menunjukkan nilai R Squarenya adalah 0,286 atau 28,6%. Nilai 28,6% menunjukkan kalau presentase pengaruh variabel profitabilitas, lalu solvabilitas serta likuiditas pada nilai perusahaan sebesar 28,6%.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas yang dihitung mengenakan ROA tidak mempengaruhi serta tidak signifikan pada nilai perusahaan. Hasil ini serupa dengan penelitian Tarima dkk (2016) penelitiannya menunjukkan jika profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Sebab rasio profitabilitas pada industri tidak mempunyai keahlian yang baik dalam memperoleh keuntungan, walaupun suatu industri hadapi kenaikan keuntungan tetapi suatu industri memakai keuntungan itu buat laba ditahan serta tidak membagikannya pada pemegang saham. Hasil ini berbantahan dengan penelitian Dhani dan Utama

(2017) hasil penelitiannya menunjukkan jika Profitabilitas memiliki pengaruh atas nilai perusahaan. Artinya profit yang besar mengekalkan gejala prospek suatu industri yang membaik, hal ini bisa memicu investor buat tingkatan permintaan saham.

Hubungan antara profitabilitas dengan *Signalling theory* atau teori sinyal yakni prospek industri bisa diamati dari tingkatan profitabilitasnya, profitabilitas yang tinggi menggambarkan prospek industri yang baik serta demikian juga kebalikannya. Namun karena profitabilitas dalam penelitian ini tidak mempengaruhi nilai perusahaan, maka besar atau kecil profit yang didapatkan oleh suatu industri tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaannya. Akhirnya investor merespon hal ini dengan sinyal negatif. Namun perusahaan dapat memberikan informasi kepada investor bahwa nilai perusahaan dapat diukur dari jumlah sahamnya, dengan begitu investor hendak merespon sinyal positif lewat kenaikan permintaan saham yang setelah itu berakibat pada meningkatnya harga saham serta nilai industri.

Pengaruh Solvabilitas terhadap nilai perusahaan

Solvabilitas yang dihitung menggunakan DER mempengaruhi serta signifikan pada nilai perusahaan. Hasil ini serupa dengan penelitian Itsnaini dan Subardjo (2017) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa solvabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Disebabkan industri yang mempunyai tingkatan utang yang besar hendak menimbulkan beban bunga yang dibayarkan pula besar serta bisa kurangi keahlian industri dalam menciptakan laba. Hasil ini berlawanan dengan penelitian Novari dan Lestari (2016) hasil penelitiannya menampilkan jika solvabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Maksudnya, suatu industri dalam membiayai aktivitasnya cenderung memakai modal yang berdasar dari laba ditahan serta memakai modal saham sehingga tidak mengenakan jumlah hutangnya.

Hubungan antara solvabilitas dengan *Signalling theory* atau teori sinyal yakni apabila suatu perusahaan memiliki nilai solvabilitas yang besar hingga perihal ini menampilkan kalau industri yang mempunyai hutang dalam jumlah besar sehingga besar pula resiko yang ditanggung industri. Sepanjang kondisi perekonomian susah ataupun suku bunga besar, industri dengan solvabilitas yang besar bisa hadapi permasalahan keuangan. Tetapi sepanjang kondisi perekonomian normal serta suku bunga rendah kemungkinan besar ataupun kecil hutang yang dipunyai industri akan sanggup melunasinya.

Pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan

Likuiditas yang dihitung mengenai CR mempengaruhi serta signifikan pada nilai perusahaan. Hasil ini serupa dengan penelitian Saputri dkk (2019) hasil penelitiannya memberikan hasil kalau likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan. Industri yang dikatakan likuid ialah yang menutupi kewajibannya saat jatuh tempo serta industri yang tidak likuid ialah industri yang tidak lumayan menutupi kewajibannya yang sudah jatuh tempo. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Manurung dan Herijawati (2016) hasil penelitiannya menampilkan jika likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Keadaan ini dimaksudkan jika nilai aktiva dengan membandingkan hutang jangka pendek tidak membagikan pengaruh yang cukup baik dalam tingkatan nilai industri.

Hubungan antara likuiditas dengan *Signalling theory* atau teori sinyal yakni likuiditas yang besar bisa mengakibatkan dana pada suatu industri menganggur, sehingga investor hendak memandang itu selaku sinyal negatif sebab industri wajib menanggung resiko berbentuk bayaran modal. Tetapi industri yang bermutu baik hendaklah membagikan sinyal positif berbentuk data yang berkualitas dengan itu investor diharapkan bisa memilah industri yang sedang mengalami non-financial distress dengan industri financial distress.

SIMPULAN

1. Profitabilitas yang diukur menggunakan ROA tidak mempengaruhi dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebab banyaknya keuntungan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan digunakan untuk pembiayaan aset perusahaan sehingga besar atau kecil keuntungan yang didapatkan oleh suatu perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaannya.
2. Solvabilitas yang diukur menggunakan DER mempengaruhi dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selama keadaan perekonomian susah ataupun suku bunga besar, industri dengan solvabilitas yang besar bisa hadapi permasalahan keuangan. Namun selama keadaan perekonomian stabil atau suku bunga rendah maka besar atau kecil hutang yang dimiliki perusahaan akan mampu melunasinya.
3. Likuiditas yang diukur menggunakan CR mempengaruhi dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Apabila suatu perusahaan mampu membiayai dan melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan baik maka potensi industri mengalami *financial distress* semakin kecil. Perihal ini berarti semakin besar likuiditas maka semakin kecil kemungkinan industri mengalami *financial distress*, apabila nilai *current ratio* meningkat berarti industri mampu mengatasi kewajiban jangka pendeknya dengan cukup baik.

IMPLIKASI

1. Profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga perihal ini menimbulkan penyusutan harga saham yang setelah itu berakibat pada berkurangnya jumlah investor.
2. Solvabilitas mempengaruhi nilai perusahaan, suatu industri yang memiliki solvabilitas besar menampilkan kalau industri mempunyai hutang dalam jumlah besar, sehingga industri berisiko hadapi likuidasi.
3. Likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan, apabila sesuatu industri tidak sanggup membiayai hutang jangka pendek yang dimiliki dengan baik maka terdapat kemungkinan industri berisiko hadapi *financial distress*.

KETERBATASAN PENELITIAN

Riset ini memakai 3 variabel independen yakni, profitabilitas, solvabilitas dan likuiditas kemudian memakai 1 variabel dependen yakni nilai perusahaan. Industri yang diteliti cuma Industri *food and beverages* yang tercatat di BEI sepanjang 6 tahun dari 2014 - 2019 yang mempunyai kelengkapan informasi yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afkar, Taudlikhul. (2016). Efektivitas Pengendalian Preventif, Pengendalian Detektif dan Pengendalian Represif Terhadap Pencegahan Kecurangan Akuntansi. *Majalah Ekonomi*, 21 (2), 211-225.
- Dhani, Isabella Permata dan Gde Satia Utama. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 2 (1), 135-148.
- Hantono. (2018). *Konsep Analisa Laporan keuangan dengan Pendekatan Rasio & SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Itsnaini, Hafidah Mufliha dan Anang Subardjo. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6 (6), 1-16.
- Manurung, Monalisa Sriningsih dan Etty Herijawati. (2016). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Study Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi*, 8 (2), 1-6.
- Novari, Putu Mikhy dan Putu Vivi Lestari. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5 (9), 5671-5694.
- Oktafianti, Winda dkk. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas dan Struktur Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018. *Jurnal DINAMIKA*, 6 (1), 2460-3643.
- Saputri, Galuh Diajeng dkk. (2019). Pengaruh Kebijakan Deviden dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Publikasi Ilmiah Akuntansi*, 1 (1), 1173-1180.
- Syaifullah, Hamli. (2016). *Buku Praktis Akuntansi Biaya dan Keuangan*. Jakarta timur: Laskar Aksara.
- Tarima, Grandy dkk. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16 (4), 465-474.

ANALISIS KEBIJAKAN PENJUALAN KREDIT DAN PENGELOLAAN PIUTANGUNTUK MEMINIMALKAN PIUTANG TIDAK TERTAGIH PADA PT. SUBUR AGRO PRATAMA

Ericha Bella Fitria Damayanty¹, Untung Lasiyono²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas PGRI Adi Buana Surabaya¹²

belladama290899@gmail.com¹, untunglasiyono@gmail.com²

ABSTRAK

Tingginya tingkat penjualan kredit akan mempengaruhi besarnya resiko piutang. Semakin banyak piutang yang tidak dapat ditagihkan akan berdampak pada cashflow perusahaan yang mengalami gangguan dan biaya operasional yang bertambah. Mengingat PT. Subur Agro Pratama adalah perusahaan yang melakukan penjualan barang dagangan dengan cara kredit untuk mendapatkan laba yang lebih besar serta memperbesar volume penjualan. Dijelaskan penelitian ini bermaksud untuk menganalisa langkah untuk meminimalkan piutang tidak tertagih pada PT. Subur Agro Pratama. 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 Head of Finance, Staff Accounting dan Account receivable manager. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan kredit perusahaan telah menerapkan kebijakan 5C dengan baik dan menunjang langkah-langkah meminimalkan piutang tidak tertagih pada PT. Subur Agro Pratama. Hal ini dapat ditinjau dari adanya sumber daya manusia yang terlibat dalam proses pemberian kredit serta digunakan nya formulir dan dokumen serta alat yang mendukung dalam kegiatan pemberian kredit penjualan.

Kata Kunci : Penjualan Kredit , Pengelolaan Piutang , piutang tidak tertagih

ABSTRACT

The high level of credit sales will affect the amount of receivables risk. The more receivables that cannot be billed will have an impact on the company's cashflow experiencing disruptions and increasing operational costs. Considering PT. Subur Agro Pratama is a company that sells merchandise on credit to get bigger profits and increase sales volume. It is explained that this study intends to analyze steps to minimize bad debts at PT. Subur Agro Pratama. This research use descriptive qualitative approach. The data collection method used is through interviews, observation, and documentation. Subjects in this study were employees who served in the Head of Finance, Accounting Staff and Accounts Receivable Manager. The results of this study indicate that the company's credit policy has implemented the 5C policy well and supports the steps to minimize bad debts at PT. Subur Agro Pratama. This can be seen from the presence of human resources involved in the process of granting credit and the use of forms and documents as well as tools that support the activities of providing credit sales.

Keyword : Credit Sales, Accounts Receivable Management, bad debts

PENDAHULUAN

Sehubungan dengan pesatnya perkembangan berbagai macam bisnis . Telah banyak perusahaan yang menerapkan penjualan kredit maupun tunai . Penjualan kredit dapat meningkatkan penjualan perusahaan lebih besar dibandingkan penjualan tunai karena keuntungan laba penjualan kredit lebih besar namun juga dapat menjadi beban piutang perusahaan jika transaksi penjualan kredit tidak berjalan secara maksimal . Maka dari itu penting bagi perusahaan untuk mengontrol piutang perusahaan yang sedang berjalan. Persaingan industri dalam negeri saat ini sangatlah ketat . Supaya perusahaan dapat berkembang dan bertahan dalam persaingan ini tentunya diperlukan pengelolaan yang baik terhadap aspek-aspek yang menunjang dan berhubungan langsung dengan aktivitas perusahaan . Perusahaan melakukan banyak usaha supaya dapat mencapai tujuannya itu. Perusahaan harus tetap mengawasi pelaksanaan penjualan dengan baik agar keuntungan perusahaan bisa berjalan dengan maksimal dan di masa yang akan datang dapat mempertahankan kelangsungan usaha.

Maka dari itu, Manajemen piutang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Hal yang dapat membantu manajemen meliputi pemeriksaan operasional , mengevaluasi dan menilai kebijakan dan alur penjualan kredit , serta pengelolaan piutang supaya dapat mengurangi risiko piutang dalam perusahaan. Penelitian ini akan mengevaluasi sistem akuntansi penjualan kredit dengan membandingkan data hasil yang sesuai dengan realita lapangan dan teori yang ada .

Kebijakan penjualan kredit adalah rangkaian keputusan yang meliputi periode kredit, standar kredit, prosedur penagihan, dan diskon yang ditawarkan perusahaan. Soemarso (2009:160) yaitu “Penjualan kredit adalah transaksi antara perusahaan dengan pembeli untuk menyerahkan barang atau jasa yang berakibat timbulnya piutang, kas aktiva.” Jadi, dapat disimpulkan Istilah penjualan kredit mengacu pada transaksi antara perusahaan dan pembeli, setelah pembeli menerima barang yang sudah di order dan terjadi kesepakatan bersama perihal jatuh tempo tagihan pembayaran maupun tenor jangka waktu yang menimbulkan piutang dan aktiva. Kegagalan menagih sering terjadi karena kemungkinan konsumen tidak akan mampu membayar karena berbagai alasan mulai dari kebangkrutan pelanggan hingga ketidakmampuan membayar., tingginya persaingan dalam penjualan. Selain itu, konsumen menolak untuk membayarnya.. Akibatnya jumlah pendapatan yang diterima lebih kecil dari biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Risiko melakukan penjualan kredit dapat dimitigasi dengan sistem akuntansi penjualan kredit. Dari pemesanan hingga pengiriman barang ke pelanggan, penjualan memerlukan sejumlah operasi atau tahapan.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan uraian dan latar belakang sebelumnya dengan judul **“Analisis Kebijakan Penjualan Kredit dan Pengelolaan Piutang Untuk Meminimalkan Piutang Tidak Tertagih Pada PT.Subur Agro Pratama “**.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana pengelolaan piutang yang dijalankan oleh PT.Subur Agro Pratama ?
2. Bagaimana kebijakan penjualan kredit di PT.Subur Agro Pratama?
3. Apakah langkah meminimalkan piutang tidak tertagih di PT.Subur Agro Pratama?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan piutang yang dijalankan oleh PT.SuburAgro Pratama
2. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan penulana kredit di PT.Subur Agro Pratama
3. Untuk mengetahui Apakah langkah meminimalkan piutang tidak tertagih di PT.Subur Agro Pratama.

PENELITIAN TERDAHULU

MAYA HUSIN (2013) Dalam penelitiannya yang berjudul “Evaluasi prosedur pengelolaan piutang usaha dalam meminimalisir piutang tidak tertagih pada PT. Bukit Ringgit Sejahtera Palembang”. Mempunyai persamaan pada penelitian saat ini adalah pada objek yang diteliti yaitu menganalisis pengelolaan piutang dan meminimalisir piutang tidak tertagih..

METODE

Peneltian 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 apa 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) Menurutnya, triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang mengintegrasikan beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Triangulasi metode penelitian ini adalah triangulasi metode, sumber, dan waktu.

Instrumen penelitian diperlukan sebagai alat bantu dalam pengumpulan data. pada peneltian ini instrumen yang digunakan adalah dokumen untuk alat 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 sebagai berikut :

a.Observasi

Observasi dilaksanakan dengan mengadakan data pengamatan pada divisi finance dan accounting yaitu divisi yang bertugas dalam menangani pemberian kredit serta pengelolaan piutang . Observasi yang dilakukan meliputi fokus objek yang diteliti.

b.Wawancara

Wawancara dilaksanakan peneliti secara langsung kepada beberapa narasumber, khususnya pada karyawan bagian head off finance , staff accounting dan account receivable manager yang merupakan divisi yang berwenang dalam proses pemberian penjualan kredit serta meminimalisir piutang PT. Subur Agro Pratama .

c.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

Deskripsi Alur Penjualan Kredit

Alur sistem penjualan kredit yang diterapkan oleh PT.Subur Agro Pratama cabang Sidoarjo dimulai dari sales membuat customer order yang berisi nama pelanggan, nama barang, ukuran atau kuantitas, harga barang serta potongan harga bila ada dan mengisi customer credit evaluation form. Customer order (CO) lalu diberikan kepada bagian customer service customer (CS). Credit evaluation form (CCEF) diserahkan kepada bagian kredit untuk diotorisasi dan ditanda tangani lalu diserahkan kepada bagian CS. Berdasarkan CO&CCEF bagian CS membuat delivery order (DO) dan invoice rangkap

5. Selanjutnya DO dan invoice rangkap 5 diserahkan kepada branch manager untuk disetujui dan dibubuhkan tanda tangan dan diberikan kembali kepada CS dan diperiksa. Invoice rangkap ke-2 disimpan pelanggan sebagai bukti pemesanan barang yang ke-1 diarsipkan oleh bagian CS sesuai tanggal. Selanjutnya bagian CS memberikan kepada bagian gudang untuk mempersiapkan barang dan menyerahkan kepada bagian pengiriman, Selanjutnya bagian pengiriman mengirimkan barang kepada pelanggan. bagian CS lalu menyerahkan invoice rangkap ke-3 kepada bagian penagihan dan invoice rangkap ke-4 kepada bagian akuntansi. Bagian penagihan lalu membuat *list* penagihan dan menghubungi pelanggan pada saat jatuh tempo. Selanjutnya bagian penagihan mengirimkan catatan kepada bagian piutang bagian piutang mencatat piutang yang diterima dan mencocokkan dengan jumlah uang yang diterima serta membuat catatan untuk diserahkan kepada bagian akuntansi. Bagian akuntansi selanjutnya melakukan pencatatan akuntansi secara komputer berdasarkan catatan yang diberikan oleh bagian piutang dan berdasarkan invoice rangkap ke-4 yang diterima dari bagian CS serta kartu piutang dan kartu piutang disimpan di database.

Pengelolaan piutang dan prosedur pemberian piutang kepada customer yang dilakukan PT. Subur Agro Pratama.

Prosedur yang dilakukan oleh PT, Subur Agro Pratama dalam memberikan fasilitas kredit kepada pelanggan dilakukan sebagai upaya untuk mengetahui data identitas dan latar belakang calon debitur, apakah debitur layak untuk diberi pinjaman. Hal-hal yang berkaitan untuk prosedur pemberian fasilitas kredit PT. Subur Agro Pratama meliputi dokumen-dokumen yang digunakan dalam prosedur pemberian kredit pembelian produk pada PT. Subur Agro Pratama.

Tujuan dari teknik pencatatan adalah untuk melacak perubahan perusahaan untuk setiap debitur. Transaksi penjualan kredit, penerimaan kas dari debitur, retur penjualan, dan penghapusan piutang semuanya menciptakan pergerakan piutang..

Dokumen meliputi faktur penjualan, penerimaan kas, memo kredit, dan bukti memorial adalah beberapa dokumen yang digunakan. Jurnal penjualan, jurnal retur penjualan, jurnal umum, jurnal penerimaan kas, dan kartu kredit adalah beberapa catatan akuntansi yang digunakan.

Akibat sumber piutang perusahaan adalah lemahnya faktor internal perusahaan seperti, pengawasan kredit, sistem informasi kredit, dan sistem administrasi yang tidak efektif pada saat melakukan pemberian fasilitas kredit. Namun, secara perlahan perusahaan telah mencari cara untuk mengurangi hambatan faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan dalam pemberian fasilitas kredit maupun pengelolaan piutang nya.

Sistem penagihan dan kebijakan kredit PT. Subur Agro Pratama.

Menurut Kasmir (2003) Piutang dapat dikumpulkan dalam berbagai metode, termasuk yaitu :

1. Melalui Surat

Jika jatuh tempo pembayaran hutang pelanggan telah lewat tetapi dia belum melakukan pembayaran, korporasi dapat mengirimkan surat untuk mengingatkan atau menghukum pelanggan. Jika utang tidak dibayar dalam beberapa hari, surat itu dapat dikirim kembali dengan peringatan yang lebih serius.

2. Melalui Telepon

Jika tagihan tidak dibayar setelah invoice dikirim, bagian kredit dapat menghubungi konsumen dan memintanya untuk melakukan pembayaran secara langsung. Jika pelanggan memiliki alasan yang dapat diterima, perusahaan mungkin dapat memperpanjang jangka waktu tertentu berdasarkan hasil diskusi.

3. Kunjungan Personal

Melakukan kunjungan pribadi ke tempat pelanggan sering digunakan dalam upaya pengumpulan piutang karena dianggap sangat penting.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai sistem penagihan piutang dan kebijakan kredit yang dilakukan perusahaan, PT.Subur Agro Pratama juga sudah sesuai menerapkan kebijakan 5C Sudana (2011:218) yang meliputi :

a.Character

Menggambarkan karakteristik calon pembeli agar dapat memenuhi komitmennya sesuai dengan harapan penjual.

b.Capacity

Menggambarkan kapasitas pelanggan potensial untuk mengelola bisnis mereka.

c.Capital
Menjelaskan evaluasi modal nasabah yang selanjutnya dapat digunakan untuk menawarkan kredit dan penentuan limit kredit yang akan diberikan kepada nasabah.

d.Collateral

Jaminan pelanggan digunakan untuk cadangan dana dalam hal mereka tidak dapat memenuhi kewajiban mereka, memungkinkan jaminan untuk dihormati. Ini digunakan sebagai cadangan jika pelanggan tidak dapat membayar. Kewajiban sehingga jaminan ini dapat digunakan pada saat terjadi kerugian piutang perusahaan.

e.Conditions

Menggambarkan kondisi bisnis pelanggan, yang diperhitungkan sebelum kredit diberikan.

Informan PT.Subur Agro Pratama mengatakan untuk sistem penagihan yang dilakukan pada perusahaan adalah penagihan lewat telepon terlebih dahulu untuk melakukan pembayaran secara transfer ke rekening PT.Subur Agro Pratama, jika melalui telepon masih belum ada pembayaran biasanya dikunjungi oleh sales maupun kolektor untuk penagihan langsung/ bayar cash ditempat, dan jika dikunjungi masih belum ada progress akan ada surat konfirmasi atau surat pernyataan piutang.

Langkah PT.Subur Agro Pratama untuk meminimalisir piutang tak tertagih

Pada saat proses pemberian kredit kepada pelanggan dapat menyebabkan timbulnya piutang. Kemungkinan klien bangkrut atau hilang menyebabkan piutang tak tertagih. Piutang tidak tertagih adalah kerugian pendapatan yang memerlukan entri akun yang tepat, pengurangan piutang, dan laba turun. Beberapa hal yang dilakukan PT. Subur Agro Pratama untuk meminimalisir risiko piutang tidak tertagih dari tahun ke tahun sudah efektif mengurangi piutang tak tertagih pada perusahaan.

Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maya Husin (2013) dengan judul *Evaluasi prosedur pengelolaan piutang usaha dalam meminimalisir piutang tidak tertagih pada PT. Bukit Ringgit Sejahtera Palembang*. Menunjukkan hasil penelitian bahwa pengelolaan piutang yang baik serta kebijakan kredit yang sesuai dengan prosedur dapat mengurangi risiko piutang tidak tertagih yang sudah ditetapkan dan diterapkan oleh perusahaan.

Dari teori dan hasil penelitian terdahulu sejalan dengan analisis kebijakan penjualan kredit dan pengelolaan piutang untuk meminimalkan piutang tidak tertagih pada PT.Subur Agro Pratama yang telah menyesuaikan dengan unsur-unsur.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan terkait kebijakan penjualan dan pengelolaan piutang untuk meminimalisir piutang tak tertagih pada PT. Subur Agro Pratama sebagai berikut :

1. Dalam pemberian kredit PT.Subur Agro Pratama telah menetapkan prosedur- prosedur yang harus di laksanakan oleh calon debitur.
2. Pemberian dan pengelolaan piutang sudah diterapkan dengan baik dan telah menunjang meminimalkan resiko piutang yang tidak dapat ditagihkan pada PT.Subur Agro Pratama. Hal ini dapat dilihat dari adanya sistem administrasi , pengawasan kredit dan , sistem informasi kredit. Secara perlahan perusahaan sudah bisa mengurangi hambatan faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan dalam pemberian fasilitas kredit maupun piutangnya.
3. Penerapan sistem penagihan dan kebijakan kredit PT.Subur Agro Pratama sudah efektif, Perusahaan juga sudah menerapkan kebijakan 5C. Adapun beberapa langkah yang dilakukan PT.Subur Agro Pratama dalam upaya penagihan adalah :
 - a. Melalui surat
 - b. Melalui telepon
 - c. Kunjungan pribadi
4. PT. Subur Agro Pratama sudah menerapkan upaya untuk meminimalisir piutang tidak tertagih pada perusahaan. Beberapa hal yang sudah diterapkan oleh perusahaan antara lain :
 - a. Selektif dan memperketat dalam memilih pelanggan
 - b. Meminta Down Payment (DP)
 - c. Meminta Pembayaran Dimuka
 - d. Buat ketentuan Penalty
 - e. Menjalin Hubungan Yang Baik Dengan Pelanggan
 - f. Melakukan Pemisahan Wewenang Internal Perusahaan Memisahkan Bagian Piutang dan Pencatatan Untuk Mengurangi Terjadinya Penyimpangan Berbentuk Kecurangan atau Penggelapan Uang Perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini bergantung sesuai dengan interpretasi peneliti terkait informasi yang dilakukan saat wawancara, Subjektivitas peneliti juga menjadi masalah dalam penelitian ini. 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

Agoes Sukrisno. (2014). *Auditing Petunjuk Praktis*

Pemeriksaan Akuntan oleh Akuntan Publik. Jakarta : Salemba Empat.

Akmal 2009, *Pemeriksaan Manajemen Internal Audit*, Indeks, Jakarta.

Auryna, Olla 2009, *Peranan Pengendalian Intern Piutang dalam Meminimalkan Kerugian Pada PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Medan*, Skripsi S1, Universitas Sumatera Utara, Medan.

Halim, Abdul 2008, *Dasar-dasar Audit Laporan Keuangan*, UUP STIM YKPN, Yogyakarta.

Ikatan Akuntan Indonesia 2007, *Standar Akuntansi Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta.

Sugiyono 2012, *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Wahyuni. 2012. *Analisis Akuntansi Piutang Tak Tertagih Pada PT.*

Baintan Anugerah Bersama, Fakultas Ekonomi. Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Pengaruh Suasana Toko, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan SRC (Sampoerna Ritel Community) Marji di Kecamatan Waru

Moch. Fahrul Novaldi¹, Moch. Munir Rachman²
Fahrulnovaldi25@gmail.com¹, hnn_munir@yahoo.com²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Email : Fahrulnovaldi25@gmail.com

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin berkembang pesat khususnya pada usaha ritel yang mulai banyak berkembang di berbagai kota – kota besar. Tujuan dari penelitian ini dilakukan pada pelanggan toko SRC (Sampoerna Ritel Community) Marji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko, kelengkapan produk dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa kuesioner terhadap 95 responden dengan teknik *insidental sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis (uji-t dan uji-F). Hasil penelitian ini menunjukkan suasana toko, kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial suasana toko, kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Suasana Toko, Kelengkapan Produk, Lokasi, dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

In the last few years, the development of the business world in Indonesia has grown rapidly, especially in the retail business which has begun to develop in many big cities. The purpose of this research was carried out on the customer of the SRC (Sampoerna Ritel Community) Marji store. This study aims to determine the effect of shop atmosphere, product completeness and location on customer satisfaction. In this study, data were collected using a questionnaire to 95 respondents using incidentalsampling technique. The analysis used in this study includes instrument testing (validity and reliability tests), multiple linear regression analysis, classical assumption tests and hypothesis testing (t-test and F-test). The results of this study indicate that the shop atmosphere, product completeness and location have a simultaneous effect on customer satisfaction. Partially, shop atmosphere, product completeness and location have a positive effect on customer satisfaction.

Keywords: Shop Condition, Product Completeness, Location, and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan dunia bisnis di Indonesia semakin berkembang pesat khususnya pada usaha ritel yang mulai banyak berkembang di berbagai kota – kota besar seperti Surabaya, Sidoarjo, Jakarta dan lainnya. Kebutuhan masyarakat semakin hari meningkat dan tingginya minat konsumen dalam berbelanja membuat para pelaku usaha ritel menelaah peluang untuk memperoleh keuntungan. Dalam proses pemenuhan kebutuhan masyarakat semakin hari meningkat membuat pelaku usaha ritel menemukan peluang untuk memperoleh keuntungan.

Para pelaku usaha ritel tradisional harus bekerja secara ekstra demi dapat bersaing dengan pelaku usaha modern. Dengan saat ini konsumen sangat menginginkan proses pembelian barang yang mudah dan harga yang terjangkau serta fasilitas yang memadai. Maka para pelaku usaha ritel tradisional harus mementingkan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan. Dalam hal ini para pelaku usaha ritel harus mempertimbangkan dahulu suasana toko.

Kelengkapan produk adalah kelengkapan yang Berkaitan dengan kedalaman, luas, dan kualitas produk yang diberikan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko. kelengkapan produk menjadi hal yang penting bagi konsumen yang berkaitan dengan kualitas produk. Dengan adanya lokasi yang strategis merupakan aspek penting bagi para pelaku usaha khususnya ritel tradisional. Dengan lokasi yang sangat strategis maka dapat menarik konsumen untuk berbelanja di toko tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA **SUASANA TOKO**

Suasana toko adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respons emosional dan persepsi pelanggan serta untuk mempengaruhi pelanggan dalam berbelanja.

Menurut Barry dan Evans dalam (Sulfianti, Mubaraq, & Thahir, 2015) suasana toko dapat diukur dengan indikator antara lain :

- 1) *Exterior* (bagian luar)
- 2) *Interior* (bagian dalam)
- 3) Store Layout (tata letak ruangan)
- 4) Interior display (pajangan)

KELENGKAPAN PRODUK

Menurut Utami dalam (Arianto & Patilaya, 2018) kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang Berhubungan dengan kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko.

Indikator Kelengkapan Produk

Menurut Utami dalam (Sumolang, Tumbel, & Mandagie, 2019) indikator kelengkapan produk adalah :

1. Kelengkapan variasi bentuk barang yang ditawarkan.
2. Kelengkapan variasi ukuran barang yang ditawarkan
3. Ketersediaan produk yang dijual.

4. Macam merk yang tersedia.

LOKASI

Menurut Lupiyoadi dalam (Fahrudin & Yulianti, 2015) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus menetap dan melakukan kegiatan operasional.

MenurutTjiptono dalam(Suhendra & Asworowati, 2020) Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi :

1. Akses
2. Visibilitas
3. Tempat parkir

KEPUASAN PELANGGAN

Menurut (Tjiptono & Diana, 2019:123) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau tidak senang yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.

Indikator Kepuasan Pelanggan Menurut kotler dan keller dalam (Wulandari, 2019) indikator kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan

HIPOTESIS

1. Variabel suasana toko terpengaruh kepada kepuasan pelanggan.
2. Variabel kelengkapan produk berpengaruh kepada kepuasan pelanggan.
3. Variabel lokasi terpengaruh kepadakepuasan pelanggan.
4. Variabel suasana toko, kelengkapan produk dan lokasi terpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penjelasan (eskplanatory). Sampel dalam penelitian adalah pelanggan SRC (Sampoerna Retail Community) sebanyak 95 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi uji multikolinieritas, uji normalitas, uji heteros, uji autokorelasi dan menggunakan uji-t dan Uji-F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atautidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner bisa dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengutarakan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, sebagai mana ditampilkan pada tabel 1

Tabel 1
Uji Validitas

Indikator	Corrected item- total correlation	Nilai Kritis	Hasil
Exterior (bagian luar)			
Item1	,635	0,3	Valid
Item2	,518	0,3	Valid
Item3	,373	0,3	Valid

Interior (bagian dalam)			
Item1	,553	0,3	Valid
Item2	,663	0,3	Valid
Item3	,566	0,3	Valid
Store lay out (tata letak toko)			
Item1	,501	0,3	Valid
Item2	,595	0,3	Valid
Item3	,386	0,3	Valid
Interior display (pemajangan)			
Item1	,508	0,3	Valid
Item2	,610	0,3	Valid
Item3	,560	0,3	Valid
Kelengkapan bentuk barang yang ditawarkan			
Item1	,589	0,3	Valid
Item2	,559	0,3	Valid
Item3	,513	0,3	Valid
Kelengkapan variasi barang yang ditawarkan			
Item1	,634	0,3	Valid
Item2	,702	0,3	Valid
Item3	,668	0,3	Valid
Kesediaan produk yang dijual			
Item1	,705	0,3	Valid
Item2	,617	0,3	Valid
Item3	,622	0,3	Valid
Macam merk yang tersedia			
Item1	,581	0,3	Valid
Item2	,549	0,3	Valid
Item3	,373	0,3	Valid
Akses			
Item1	,576	0,3	Valid
Item2	,601	0,3	Valid
Item3	,607	0,3	Valid
Visibilitas			
Item1	,579	0,3	Valid
Item2	,676	0,3	Valid
Item3	,471	0,3	Valid
Tempat parkir			
Item1	,781	0,3	Valid
Item2	,870	0,3	Valid
Item3	,823	0,3	Valid
Kesesuaian harapan			
Item1	,537	0,3	Valid
Item2	,553	0,3	Valid
Item3	,624	0,3	Valid
Minat berkunjung kembali			
Item1	,513	0,3	Valid
Item2	,724	0,3	Valid

Item3	,585	0,3	Valid
Kesediaan merekomendasikan			
Item1	,757	0,3	Valid
Item2	,841	0,3	Valid
Item3	,760	0,3	Valid

Hasildari uji validitas pada tabel dapat diketahui nilai seluruh item mempunyai nilai corrected item-total variabel > 0,3 maka diperoleh kesimpulan seluruh item telah dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, sebagai mana ditampilkan pada tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Hasil	Nilai Kritis	Hasil
SuasanaToko			
Exterior (bagian luar toko)	,675	0,6	Reliabel
Interior (bagian dalam toko)	,761	0,6	Reliabel
Store lay out (tata letak)	,674	0,6	Reliabel
Lnterior display (pemajangan)	,730	0,6	Reliabel
Kelengkapan Produk			
Kelengkapan bentuk barang yang ditawarkan	,727	0,6	Reliabel
Kelengkapan variasi barang yang ditawarkan	,812	0,6	Reliabel
Kesediaan produk yang dijual	,796	0,6	Reliabel
Macam merk yang tersedia	,678	0,6	Reliabel
Lokasi			
Akses	,758	0,6	Reliabel
Visibilitas	,744	0,6	Reliabel
Tempat parkir	,912	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan			
Kesesuaian harapan	,742	0,6	Reliabel
Minat berkunjung kembali	,767	0,6	Reliabel
Kesediaan merekomendasikan	,890	0,6	Reliabel

Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai alpha cronbach pada masing-masing indikator telah memenuhi syarat, karena nilai alpha cronbach (>60). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang dipakaidinyatakan reliabel.

Uji Multikolinieritas

uji multikiloneritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan antara variabel bebas, sebagai mana ditampilkan pada tabel 3

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Variabel	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Suasana Toko (X1)	,910	1,099
	Kelengkapan Produk (X2)	,905	1,105
	Lokasi (X3)	,977	1,023

Berdasarkan dari tabel diatas diketahui nilai tolerance variabel (X1) sejumlah 0,910, variabel (X2) sejumlah 0,905 dan variabel (X3) sejumlah 0,977, masing-masing variabel mempunyai nilai tolerance kurang dari 1, dapat disimpulkan bahwa terbebas dari multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1., sebagai mana ditampilkan pada tabel 4

Tabel 4
Hasil uji autokorelasi

Model	Durbin Watson
1	1,971

Berdasarkan tabel diatas nilai DW (*Durbin-watson*) sejumlah 1,971 dimana nilai DW (*Durbin-Watson*) lebih besar daripada tabel DW (*Durbin-Watson*) maka dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi.

Uji Heteros

Uji heteros bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain, sebagai mana ditampilkan pada tabel 5

Tabel 5
Uji Heteros
Coefficients^a

Model	Sig.
1	
(Constant)	.769
Suasana Toko	.334
Kelengkapan Produk	.242
Lokasi	.123

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan dari tabel 4.29 diperoleh nilai signifikansi Variabel Suasana Toko sejumlah 0,334, nilai signifikansi variabel Kelengkapan Produk sejumlah 0,242 dan nilai signifikansi variabel Lokasi sejumlah 0,123. Karena nilai signifikansi dari ketiga variabel > 0,05 maka

dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteros. hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteros.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	95
Test Statistic	.073
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai sig. ($0.200 > 0,05$) maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Hipotesis

Uji-t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sebagai mana ditampilkan pada tabel 6

Tabel 6
Uji-t H1

Model		T	Sig.
1	Constant	1,390	0,168
	SuasanaToko	2,722	0,008

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t-hitung variabel suasana toko sejumlah 2,722 dengan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya suasana tokoterpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

Tabel 7
Uji-t H2

Model		T	Sig.
1	Constant	1,390	0,168
	KelengkapanProduk	4,417	0,000

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t-hitung variabel suasana toko sejumlah 4,417 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya kelengkapan tokoterpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

Tabel 8
Uji-t H3

Model		T	Sig.
1	Constant	1,390	0,168

Lokasi	2,449	0,016
--------	-------	-------

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t-hitung variabel lokasi jumlah 2,449 dengannilai signifikansi $0,016 < 0,05$, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Artinya lokasi terpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

Uji-F dipakai untuk menguji signifikan secara keseiuruhan kepada garis regresi yang di observasi maupun di prediksi, apakah Y terpengaruh linier kepada variabel X1, X2, X3, sebagai mana ditampilkan pada tabel 9

Tabel 9
Hasil uji-F

Model		Sum of squars	F	Sig.
1	Regresion	513,333	14,888	0,000
	Residual	1045,888		
	Total	1559,221		

Berdasarkan tabel diperoleh nilai F-hitung untuk variabel Suasana Toko, Kelengkapan Produk dan Lokasi sejumlah 14,888 dengan nilai sig sejumlah $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis diterima. Artinya Suasana Toko, Kelengkapan Produk dan Lokasi terpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

H1

Hasil analisis variabel Suasana Toko (X1) terpengaruh kepada variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sulfianti, mubaraq, dan thahir (2015).

H2

Hasil analisis variabel Kelengkapan Produk (X2) terpengaruh kepada variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pratiwi dan gadeng (2019).

H3

Hasil analisis variabel Lokasi (X3) terpengaruh kepada variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Putranto (2019), Putra dan faudati (2017), Sakdiyah dan budiyanto (2016).

H4

Suasana Toko (X1), Kelengkapan Produk (X2) dan Lokasi (X3) terpengaruh kepada Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian mubaraq, dan thahir(2015), Pratiwi dan gadeng (2019), Putranto (2019), Putra dan faudati (2017), Sakdiyah dan budiyanto (2016).

SIMPULAN

Simpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Suasana Toko terpengaruh secara parsial kepada Kepuasan Pelanggan .
2. Kelengkapan Produk secara parsial kepada Kepuasan Pelanggan.
3. Lokasi terpengaruh secara parsial kepada Kepuasan Pelanggan.
4. Suasana Toko, Kelengkapan Produk dan Lokasi terpengaruh secara simultan kepada Kepuasan Pelanggan.

IMPLIKASI

Dari hasil penelitian ini telah menemukan temuan baru bagi pemilik toko, temuan ini diharapkan bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil suatu kebijakan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dari penelitian ini, penulis telah melakukan pengujian variabel, penelitian ini dilakukan dengan waktu yang terbatas. Responden dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian di SRC (Sampoerna Retail Community) Marji. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman dan dijadikan pembandingan untuk penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Arianto dan Patilaya. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Salt n Pepper* pada PT. Mitra Buana Sentosa Bintaro.
- Fahrudin dan Yulianti. (2015). Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya.
- Suhendra dan Asworowati. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Dons's Warnet).
- Sumolang, Tumbel dan Mandagie. (2019). Analisis Pengaruh Pelayanan Prima dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Matahari Manado Town Square.
- Sulfianti, Mubaraq dan Thahir. (2015). Pengaruh Citra dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Tjiptono dan Diana. (2019). Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Utami, Christina Widya. (2008). Manajemen Barang Dagang Dalam Bisnis Ritel. Malang : Bayumedia Publishing.

Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada CV. Putra Mandiri Teknik Di Gresik

Putri Dwi Susanti¹, I Ketut Surabagiarta², Suharyanto³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : putrisanti909@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada CV. Putra Mandiri Teknik Gresik. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan sebanyak 57 karyawan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sama seperti populasi yaitu seluruh karyawan yang berjumlah 57 karyawan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, kuesioner, observasi, serta dokumentasi. Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan ialah analisis regresi linear berganda. Pengujian asumsi klasik yang digunakan mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Hasil dari penelitian ini menerangkan bahwa motivasi kerja, lingkungan kerja dan kompensasi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada CV. Putra Mandiri Teknik Gresik. Hasil penelitian ini menerangkan bahwa secara simultan motivasi kerja, lingkungan kerja dan kompensasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada CV. Putra Mandiri Teknik Gresik.

Kata kunci : Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Kompensasi, Kepuasan Kerja

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of work motivation, work environment and compensation on employee job satisfaction at CV. Putra Mandiri Teknik Gresik. The population used in this study were all 57 employees. The sample used in this research is the same as the population, namely all employees, totaling 57 employees. The sampling technique used is a saturated sample. Data collection techniques used in this study were interviews, questionnaires, observation, and documentation. The instrument testing in this study used validity and reliability tests. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis. The classical assumption test used includes normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test. The results of this study indicate that work motivation, work environment and compensation partially have a significant effect on employee job satisfaction at CV. Putra Mandiri Teknik Gresik. The results of this study indicate that simultaneously work motivation, work environment and compensation have a significant effect on employee job satisfaction at CV. Putra Mandiri Teknik Gresik.

Keywords: Work Motivation, Work Environment, Compensation, Job Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini perusahaan akan mengalami tuntutan demi perubahan, perusahaan akan dituntut membuat beberapa strategi perubahan agar tetap bertahan dan dapat bersaing dengan perusahaan yang lain dengan sukses. Meningkatnya persaingan dalam dunia bisnis ini mengharuskan perseroan untuk mempunyai sumber daya manusia yang bermutu dan konsisten atas beban yang telah diberikan. Jika perseroan memiliki sumber daya manusia yang bermutu dan konsisten, maka perseroan berjalan lebih efektif. Pada dasarnya perusahaan tidak akan mampu

untuk bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis jika perusahaan memiliki kualitas sumber daya manusia dan produk yang rendah.

Kemajuan suatu perseroan dalam mengelola sumber daya manusia yang dimiliki akan menentukan kemajuan suatu perusahaan dalam mencapai target perseroan. Dalam setiap perseroan terus-menerus berupaya memperoleh kepuasan kerja karyawan, dengan keinginan mencapai target perseroan. Bagi perseroan sumber daya manusia (SDM) adalah kekayaan yang dimiliki, sebab sumber daya manusia (SDM) mempunyai tenaga, bakat, kreativitas dan usaha meraka yang diberikan untuk perusahaan. Salah satu aspek yang paling penting juga ialah teknologi, namun tanpa dukungan tenaga kerja yang terampil, teknologi tidak akan bergerak dengan efektif.

Sumber daya manusia (SDM) yang pada perseroan perlu kemajuan, sebab manusia akan terus-menerus mengalami kemajuan serta perubahan-perubahan yang mengakibatkan tantangan tertentu yang perlu dihadapi secara baik. Selain itu juga, sumber daya manusia memiliki macam-macam keperluan yang harus terpenuhi. Kepentingan untuk mencukupi kebutuhan akan mendorong manusia untuk menjalankan sesuatu termasuk melakukan pekerjaan.

Dimana, didalam perseroan setiap karyawan mempunyai kebutuhan, target, harapan, dan kepuasan kerja yang berbeda. Untuk memperoleh karyawan yang memiliki kepuasan kerja yang baik, maka perseroan perlu memahami dan mengatasi motivasi kerja, menciptakan lingkungan kerja yang baik serta kompensasi yang memuaskan. Jika motivasi baik, lingkungan baik, dan kompensasi memuaskan maka kepuasan kerja karyawan yang dihasilkan juga akan tinggi dan target perseroan akan berhasil secara optimal jika sumber daya manusia (SDM) mempunyai kepuasan kerja yang tinggi.

Motivasi adalah cara menyemangati seseorang agar seseorang tersebut ingin bekerja dengan memberikan secara optimal keterampilan dan keahlian yang dimiliki untuk mencapai target perseroan (Sunyoto dalam Imam, Mukzam, Mayowan 2016). Pada dasarnya motivasi muncul karena adanya keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Apabila perusahaan ingin meningkatkan kepuasan kerja yang optimal untuk mencapai target yang telah ditentukan maka perusahaan harus memahami dan menyampaikan motivasi pada karyawan, sebab melalui dorongan motivasi yang telah diberikan perusahaan, maka karyawan akan ingin dan rela memberikan kekuatan, kemampuan, keahlian serta ide yang dimiliki untuk pekerjaan dalam perusahaan. Menyemangati karyawan dalam perusahaan itu tidak mudah sebab dalam diri karyawan pasti mempunyai keperluan, kebutuhan dan harapan yang berbeda. Sehingga, jika perseroan dapat mengetahui dan mengatasi persoalan motivasi maka perusahaan akan menghasilkan kepuasan kerja yang optimal.

Lingkungan kerja adalah lingkungan para pekerja dalam melaksanakan tugas dengan keseluruhan perlengkapan dan infrastruktur kerja yang diperlukan dalam melaksanakan tugas tersebut (Widodo dalam Hutagalung & Triastuti 2019). Lingkungan kerja dapat mempengaruhi emosional kerja karyawan. Perusahaan harus menciptakan lingkungan kerja yang baik serta kondusif supaya karyawan merasa nyaman berada di ruangan dan karyawan akan bersemangat dalam melaksanakan tugas-tugasnya sehingga menghasilkan kepuasan kerja. Perseroan juga harus menciptakan kondisi kerja yang menyenangkan seperti adanya hubungan baik antar karyawan, antar karyawan dengan pimpinan, ketenangan di ruang kerja maka akan mengakibatkan produktivitas kerja karyawan. Selain itu penglihatan, pendengaran, kelelahan, suhu dan kelembaban sangat perlu diperhatikan untuk kenyamanan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya.

Kompensasi adalah suatu pemberian yang telah diberikan pada pegawai sebagai bentuk imbalan berdasarkan partisipasi pegawai terhadap perseroan (Mutia S. Penggabean dalam Paramita, Khoiriyah dan Handaru 2018). Kompensasi diberikan untuk mendorong semangat kerja karyawan untuk memiliki prestasi yang tinggi, mempertahankan karyawan yang berkualitas dan agar karyawan mempunyai loyalitas kerja yang tinggi. Setiap perusahaan dalam memberikan kompensasi memiliki cara yang berbeda-beda, besar kecilnya kompensasi yang diberikan sesuai dengan jabatan karyawan yang diduduki. Jadi apabila semakin tinggi jabatan maka semakin besar pula kompensasi yang akan diperoleh. Dalam perusahaan karyawan bekerja bertujuan untuk memperoleh uang, karena uang salah satu dari keperluan lain yang harus dipenuhi dan uang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Kepuasan kerja adalah kondisi emosional senang atau tidak senang karyawan dalam menganggap pekerjaan (Sunyoto dalam Pratiwi & Apriandi 2019). Kepuasan kerja bisa menjadi salah satu aspek untuk meningkatkan kerja karyawan. Perusahaan akan mendapatkan laba jika kerja karyawan berkembang karena ada kepuasan kerja. Kepuasan kerja dapat mengakibatkan kondisi emosional yang senang ataupun tidak senang dalam bertugas sehingga berpengaruh pada kinerja karyawan. Jadi apabila karyawan merasakan kepuasan dalam bertugas maka akan tercipta kondisi yang rukun, mempunyai kewajiban sama, memiliki komunikasi baik serta keinginan kerja yang tinggi, sehingga target perusahaan berhasil secara optimal. Setiap karyawan punya tingkat kepuasan berbeda sesuai nilai-nilai yang berlaku pada masing-masing pegawai. pegawai yang punya tingkat kepuasan tinggi dapat terlihat dari kehadiran serta hasil kerja yang memuaskan begitupun sebaliknya pegawai tidak mempunyai tingkat kepuasan kerja yang tinggi. Kepuasan kerja timbul apabila aspek-aspek dalam pekerjaan dan dalam diri karyawan mendukung maka pegawai akan menimbulkan rasa kepuasan dan sebaliknya jika faktor tertentu tidak membantu karyawan maka karyawan tersebut tidak ada rasa puas.

CV. Putra Mandiri Teknik adalah perusahaan yang bergerak dibidang teknik yang memproduksi Parut Kelapa dan Rak Minimarket yang berdiri pada tahun 2015, letaknya di Desa Pelemwatu, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik. Dalam mengelola bisnisnya perusahaan berharap tingkat kepuasan karyawan yang optimal supaya dapat bekerja secara maksimal. aspek yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan diantara lain merupakan aspek motivasi, lingkungan, dan kompensasi. Karyawan yang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dapat terlihat dari tingkah laku dan karakter karyawan dalam melakukan pekerjaannya.

LANDASAN TEORI

Menurut Wibowo dalam Rasyid & Tanjung (2020) Motivasi yaitu dukungan yang berperan dalam proses tingkah laku seorang yang memperhitungkan aspek, kekuatan dan kegigihan dalam mencapai target. Terdapat komponen dalam motivasi mencakup elemen membangun, membimbing, memperhatikan, memperlihatkan kekuatan, bersifat tetap serta ada target. Indikator motivasi kerja menurut McClelland dalam Ridho (2020) yaitu (1) Kemampuan, (2) Kreativitas, (3) Aktualisasi Diri, (4) Kekuasaan, (5) Gairah kerja, (6) Interaksi dengan orang lain.

Lingkungan Kerja adalah seluruh perlengkapan yang ditemui pada lingkungan sekitar, dimana orang tersebut melaksanakan pekerjaan baik secara individu atau berkelompok (Sedarmayanti dalam Wuwung, Taroreh, Uhing 2017). Indikator menurut Sunyoto dalam Saripuddin (2017) ialah (1) Penerangan, (2) Pewarnaan, (3) Ruang Gerak Yang Diperlukan, (4) Perputaran Udara (Suhu Udara), (5) Keamanan, (6) Kebisingan.

Menurut Danang dalam Rosmaini & Tanjung (2019:6) kepuasan kerja adalah karakter individu seseorang yang dapat mempunyai tahap kepuasan berbeda sesuai dengan bentuk nilai-nilai yang berlaku pada masing-masing individu. Indikator kepuasan kerja menurut Hasibuan dalam Pratiwi & Apriandi (2019) sebagai berikut: (1) Kedisiplinan (2) Moral Kerja (3) *Turnover* (Perputaran Karyawan).

Pada riset ini metode yang digunakan merupakan metode penelitian non eksperimen dengan bentuk studi pengaruh ialah Motivasi Kerja (X1), Lingkungan Kerja (X2), Kompensasi (X3) terhadap variabel Kepuasan Kerja (Y). Populasi dalam riset ini merupakan seluruh karyawan CV. Putra Mandiri Teknik. Sampel yang digunakan adalah seluruh karyawan sejumlah 57 karyawan. Metode pengutipan sampel dengan menggunakan metode sampling jenuh. Pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Skala Pengukuran kuesioner menggunakan skala Likert. Teknik analisis yang digunakan dalam riset ini mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis.

Uji Validitas

[illegible]

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis – Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Varabel	Nilai Alpha Cronbach	Nilai KMO	Kesimpulan
Motivasi Kerja (M)	0,854	0,9	Reliabel
Lingkungan Kerja (L)	0,900	0,9	Reliabel
Kompensasi (K)	0,909	0,9	Reliabel
Kepuasan Kerja (P)	0,891	0,9	Reliabel

Sumber: Hasil pengujian dengan SPSS 25.0 dan diolah 2022

Uji Reliabilitas

Dari tabel diatas dapat diperoleh nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha pada variabel Motivasi Kerja sebesar 0,854, variabel Lingkungan Kerja sebesar 0,900, variabel Kompensasi sebesar 0,909 dan variabel Kepuasan Kerja sebesar 0,871. Dari hasil tertulis, maka ditarik

Tabel 3 Uji Normalitas

Univariate: Descriptive Statistics		
N	Mean	98
	Std. Deviation	16000000
Normal Q-Q Plot*	Std. Deviation	2,57399243
	Skewness	0,007
Kolmogorov-Smirnov	Positive	0,007
	Negative	-0,007
Test Statistic		0,003
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,787

Sumber: Hasil pengujian dengan SPSS 25.0 dan diolah 2022

kesimpulan bahwa kuesioner yang digunakan sangat reliabel.

Uji Asumsi Klasik

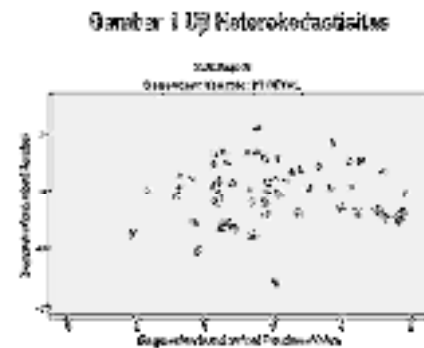
Uji Normalitas

Dari hasil pengujian diperoleh nilai Asymp.Sig sebesar 0,787, artinya data yang digunakan dalam penelitian ini bersitribusi normal sehingga dapat memenuhi syarat untuk dianalisis.

Uji Multikolineritas

Data pada tabel diatas diketahui nilai VIF untuk variabel Motivasi Kerja 1,190 ($1,190 < 0,10$), variabel lingkungan kerja 1,271 ($1,271 < 0,10$), variabel kompensasi 1,075 ($1,075 < 0,10$) sehongga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tdak terjadi bebas dari multikolineritas variabel bebas.

Uji Heterokedasitas



Sumber : Lembaran Output SPSS Data diolah, 2021

regresi linier berganda multikolineritas atau antara masing-masing

Tabel 5 Uji Autokorelasi

Durbin-Watson	
2,043	

Sumber : Lembaran Output SPSS Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari sacatterplot pada gambar diatas terlihat bahwa tidak memiliki bentuk pola yang jelas dan pola titik menyebsr secara random baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. SeHINGA dapat dinyatakan tidak ada terjadi heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Dari tabel diatas diketahui hasil pengujian yang diperoleh nilai DW (Durbin-Watson) sebesar

Tabel 4 Uji Multikolineritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Motivasi Kerja (X1)	.846	1.190
Lingkungan Kerja (X2)	.787	1.271
Kompensasi (X3)	.930	1.075

Sumber : Lembaran Output SPSS Data diolah, 2021

2,043. Dalam menentukan nilai dl dan du dapat dilihat dari hasil berikut :

$$\begin{aligned} du &< d < 4 - du \\ 1,6830 &< 2,043 < 4 - 1,6830 \end{aligned}$$

Nilai Durbin Watson 2,043 lebih besar dari nilai du yaitu 1,6830 dan kurang dari nilai 4 – du yaitu 2,317, maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan pada tabel 6 diatas maka diperoleh model persamaan regresi yaitu

$$Y = -23,781 + 0,441X_1 + 0,260 X_2 + 0,153X_3$$

Koefisien determinasi dan Koefisien Korelasi

Tabel 7 Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi

	R	R Square
Model	.918 ^a	.842

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Sekolah, 2021

Koefisien korelasi (R) sebesar 0,918 menyatakan hubungan yang sangat kuat antara Motivasi Kerja (X₁), Lingkungan Kerja (X₂), dan Kompensasi (X₃) terhadap Kepuasan Kerja (Y).

Uji t

Tabel 8 Uji t Parsial

Standarisasi Koefisien (Coefficients)	T	Sig.
(Constant)	-4,393	.000
Motivasi Kerja (X ₁)	10,107	.000
Lingkungan Kerja (X ₂)	4,187	.000
Kompensasi (X ₃)	2,861	.0045

Sumber : Lampiran Hasil Output SPSS Data Sekolah, 2021

Berdasarkan hasil pada tabel diatas apabila tingkat signifikan <0,05 , maka sudah dapat dinyatakan memiliki pengaruh signifikan secara parsil terhadap kepuasan kerja.

Uji F

Tabel 9 Uji F Simultan

	F	Sig.
Regression	92,572	.000 ^a

Sumber : Lampiran Hasil Output SPSS Data Sekolah, 2021

Variable	Partial Correlation Coefficients	
	ts	Sig.
(Constant)	25,747	.000
Motivasi Kerja (X ₁)	4,01	.000
Lingkungan Kerja (X ₂)	1,60	.056
Kompensasi (X ₃)	1,58	.057

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Sekolah, 2021

Berdasarkan pada tabel hasil pengolahan data diatas diketahui bahwa nilai F hitung = 92,572 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05, sehingga diambil keputusan adalah H_a diterima. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel Motivasi Kerja (X_1), Lingkungan Kerja (X_2), dan Kompensasi (X_3) memiliki pengaruh simultan terhadap variabel Kepuasan Kerja (Y).

PEMBAHASAN

Berdasarkan pada hasil penguraian hipotesis dalam penelitian ini maka dapat dijelaskan bahwa variabel motivasi kerja, lingkungan kerja dan kompensasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan kerja.

Hasil riset ini sejalan dengan riset terdahulu menurut Parimita, Khoiriyah & Handaru (2018) penelitian berjudul “Pengaruh Motivasi Dan Kompesasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Karyawan PT. TRIDAYA ERAMINA BAHARI”. Dimana berdasarkan hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut yaitu Motivasi Dan Kompensasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja.

Adapun hasil riset diatas yang sejalan dengan riset terdahulu menurut Rasyid & Tanjung (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Kompensasi, lingkungan Krja dan Motivasi Terhdap Kepuasan Kerja Guru pada SMA Swasta Perkumpulan Amal Bakti 4 Sampali Medan”. Dimana berdasarkan hasil riset tersebut dapat disimpulkan bahwa kompensasi, lingkungan krja dan motivasi secara simultan memiliki pengaruh yang signifkan terhdap kepuasan kerja.

Selanjutnya hasil riset diatas sejalan dengan riset terdahulu menurut Pratiwi & Apriandi (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Kompensasi dan lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. TOR GANDA MEDAN”. Dimana berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan kompesasi dan lingkungan kerja berpengaruh signifkan trhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Tor Ganda Medan.

Hasil analisis menerangkan bahwa ketiga variabel independen yaitu motivasi krja, lingkungan kerja, dan kompensasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja. Pada variabel motivasi kerja, lingkungan kerja dan kompensasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karena dilihat pada hasil analisis uji t menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05 artinya uji t H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti menunjukkan bahwa motivasi krja, lingkungan kerja, dan kompensasi mempengaruhi kapuasan kerja pada karyaawn CV. Putra Mandiri Teknik.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil riset dan pengkajian yang telah dilakukan, sehinga dapat ditarik kesimpulan bahwa Motivasi kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan krja. Artinya jika semakin besar motivasi krja pada CV. Putra Mandiri Teknik maka semakin tinggi kepuasan kerja karyawan yang muncul, begitupun dengan sebaliknya semakin rendah motivsi kerja pada CV. Putra Mandiri Teknik maka semakin rendah kepuasan kerja karyawan yang timbul. Lingkungan krja memiliki pngaruh signifikan terhdap kepuasan kerja. Artinya jika semakin tinggi atau semakin baik kondisi lingkungan krja pada CV. Putra Mandiri Teknik sehingga semakin tinggi kepuasan kerja yang ditimbulkan. Kompensasi memiliki pengrauh signifikan terhadap kepuasan kerja. berarti semakin besar kompensasi pada CV. Putra Mandiri Teknik sehingga semakin tinggi kepuasan kerja yang akan terjadi. Dapat disimpulkan bahwa Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja dan Kompensasi pada CV. Putra Mandiri Teknik secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhdap kepuasan kerja. Artinya Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja dan Kompensasi yang terjadi dapat menimbulkan kepuasan kerja karyawan.

IMPLIKASI

Bagi pihak CV. Putra Mandiri Teknik penelitian yang telah dilakukan ini bisa digunakan menjadi bahan referensi perseroan dalam menambah kepuasan kerja seluruh karyawan dan dapat digunakan untuk menjadi referensi dalam memberikan motivasi kerja, memperbaiki lingkungan kerja dan pemberian kompensasi sehingga karyawan merasa nyaman dan memiliki rasa puas dengan pekerjaan yang dilakukan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan pada penelitian saat ini yang dilakukan pada CV. Putra Mandiri Teknik adalah peneliti menggunakan 3 variabel bebas mencakup motivasi kerja, lingkungan kerja, kompensasi dan 1 variabel terikat mencakup kepuasan kerja. Sampel yang digunakan sejumlah 57 responden yang dirasa peneliti masih kurang menggambarkan kondisi yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dessler, G. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hutagalung, M., & Triastuti, Y. (2019). Pengaruh Lingkungan, Motivasi, dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Anugerah Abadi Bersama. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(2), 123-134.
- Imam, M. H., Mukzam, M. D., & Mayowan, Y. (2016). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT PLN (Persero Pelayanan dan Jaringan Area Situbondo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(2), 123-129.
- Paramita, W., Khoiriyah, S., Handarau, A. W., (2018). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja pada Karyawan PT. Tridaya Eramuna Bahari. *JRMS-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(1), 125-144.
- Pratiwi, R., & Apriandi, A. (2019). PENGARUH KOMPENSASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT. TOR GANDA MEDAN. *Tijarah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(17).
- 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. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 60-74
- Ridho, M. (2020). Teori Motivasi McMCCLELLAND Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Islam. PALAPA: Jurna Studi Keislaman dan Ilmu Pendidikan, 8(1), 1-16.
- Rosmaini, R., & Tanjung, H. (2019). Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 1-15.
- Saripuddin, J. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Sarana Agro Nusantara Medan. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 3(2).
- Wuwungan, R. Y., Taroreh, R. N., & Uhing, Y. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Cinemaxx Lippo Plaza Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).

Pengaruh Disiplin Kerja, Efikasi Diri dan Kompetensi terhadap Kinerja Pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo

Dini Yunita Rachman¹, Siti Istikhoroh²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
Email : diniyunita6@gmail.com¹

ABSTRACT

The performance of KPP Pratama Surabaya Wonocolo employees is influenced by work discipline, self-efficacy, and competence is the aim of this research. The number of employees of KPP Pratama Surabaya Wonocolo is 120 as the population of this research, while the sample is 46 employees who are determined using the quota technique. Multiple regression method used in this study. The outcomes of the research show that the independent variables of work discipline, self-efficacy and competence take effect the dependent variable of official performance, as evidenced by the value of sig. amounting to 0.001 (work discipline), 0.011 (self-efficacy), and 0.019 (competence). and in the simultaneous check, the dependent variable has been influenced by all independent variables. evidenced by the Sig. the F-test of 0.000. That can be resumed that the Employee Performance of KPP Pratama Surabaya Wonocolo has been influenced by work discipline, self-efficacy, and competence.

Keywords: discipline, self-efficacy, competence, performance.

ABSTRAK

Kinerja pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo dipengaruhi disiplin kerja, efikasi diri, dan kompetensi merupakan maksud dari study ini. Pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo berjumlah 120 merupakan populasi pada penelitian ini sedangkan sampelnya berjumlah 46 pegawai yang ditentukan menggunakan teknik kuota. Regresi berganda metode yang digunakan dalam kajian ini. Pada hasil study bahwa variable independent Disiplin Kerja, Efikasi Diri, dan Kompetensi mempengaruhi variable dependent Kinerja Pegawai, dibuktikan dengan tingkat nilai sig. sebesar 0,001 (Disiplin Kerja), 0.011 (efikasi diri), dan 0.019 (kompetensi) dan dalam uji simultan, variable terikat telah dipengaruhi seluruh variable bebas. dibuktikan nilai Sig. uji-F sebesar 0,000. Dapat disimpulkan Kinerja Pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo, telah dipengaruhi Disiplin Kerja, Efikasi diri, dan Kompetensi.

Kata kunci: disiplin kerja, efikasi diri, kompetensi, kinerja.

PENDAHULUAN

Dalam persaingan global yang semakin ketat, organisasi di dorong untuk meningkatkan performa organisasinya di masa mendatang, termasuk organisasi pemerintahan. Sebagai organisasi pemerintahan, KPP Pratama Surabaya Wonocolo harus mendorong pegawainya untuk bekerja dengan baik agar organisasi dapat mencapai hasil kerja yang baik juga.

KPP Pratama Surabaya Wonocolo, sebagai salah satu bagian di Direktorat Jenderal Pajak, tugas dan fungsinya mengumpulkan penerimaan nasional dalam bentuk perpajakan. Salah satu indikator tolak ukur dalam menilai kinerja pegawai kantor pajak pada umumnya termasuk di KPP Pratama Surabaya Wonocolo adalah realisasi penerimaan pajak. Jika dibandingkan dengan rata-rata realisasi penerimaan pajak KPP Pratama di Surabaya selama tahun 2015-2019, KPP Pratama Surabaya Wonocolo memiliki rata-rata capaian 84,714%. Kegagalan pencapaian target penerimaan pajak selama periode 2015 hingga 2019 menjadikan tolak ukur untuk mempertanyakan kinerja dari pegawai di KPP Pratama Surabaya Wonocolo apakah sudah bekerja secara maksimal atau terdapat faktor-faktor lain yang membuat pegawai di

KPP Pratama Surabaya Wonocolo tidak mampu mencapai target penerimaan pajak yang dibebankan.

Kinerja organisasi dipengaruhi oleh kinerja pegawai. Oleh karena itu, kinerja menjadi tolak ukur bagi organisasi untuk menilai kinerja pegawai yang benar dalam melaksanakan tugasnya. Evaluasi kinerja dilakukan dari dua aspek yaitu prestasi kerja dan perilaku kerja. Prestasi kerja merupakan prestasi pegawai. Sedangkan perilaku kerja merupakan evaluasi atas perilaku pegawai dalam tercapainya tujuan kerja yang telah ditentukan. Disiplin kerja, efikasi diri dan kompetensi menjadi beberapa aspek untuk mengevaluasi perilaku kerja.

Pada organisasi pelayanan publik seperti KPP Pratama Surabaya Wonocolo, disiplin kerja merupakan penilaian yang sangat sensitif. Disiplin kerja ini mungkin termasuk hadir tepat waktu dan mematuhi peraturan kerja dan standar kerja. Keterlambatan atau inkonsistensi regulasi dapat menyebabkan pegawai disalahartikan oleh pihak luar yang berkepentingan, atasan, rekan kerja bahkan bawahan.

Efikasi diri mengacu pada sikap memiliki kepercayaan diri untuk menyelesaikan pekerjaan sebanyak mungkin untuk mendorong pegawai menyelesaikan pekerjaannya sepenuhnya. Keyakinan tentang kemanjuran diri dapat memengaruhi keputusan, motivasi, pola emosional, dan reaksi pribadi, yang dapat berdampak besar pada tujuan dan kesuksesan. Efikasi diri juga mempengaruhi cara tujuan dicapai melalui upaya untuk menyelesaikan hambatan.

Kompetensi mengacu pada kemampuan seseorang untuk melakukan/menyelesaikan suatu pekerjaan/tugas berdasarkan keterampilan, dan pengetahuan, serta didukung oleh cara kerja yang diperlukan untuk pekerjaan itu. Kompetensi dinilai tidak hanya dari tingkat pendidikan, tetapi juga dari nilai pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pegawai.

Telaah Pustaka

Disiplin Kerja

Fathoni dalam Fikratunil Khasifah dan Rini Nugraheni (2016) mengemukakan bahwa disiplin adalah rasa yang dimiliki seseorang secara sadar dan rela untuk mematuhi seluruh norma sosial dan peraturan organisasi yang ada. Berdasarkan penjelasan Rivai dalam Mardi Astutik (2016), beberapa komponen disiplin kerja yang menjadi indikator serta mempengaruhi kedisiplinan pegawai dalam organisasi, adalah:

1. Kehadiran
2. Ketaatan pada kewajiban dan peraturan kerja
3. Ketaatan pada standar kerja
4. Tingkat kewaspadaan yang tinggi
5. Bekerja etis

Efikasi Diri

Spears dan Jordon dalam Fauziah Rahmi (2020) mengacu pada Keyakinan pada diri sendiri adalah *sense of self-efficacy*, yaitu percaya pada diri sendiri, ia bisa melakukan perilaku yang diperlukan saat menjalankan tugasnya. Pinasti dalam Iwan Restu Ary dan Anak Agung Ayu Sriathi (2019) menyatakan bahwa dimensi yang mempengaruhi kinerja pribadi, sebagai berikut:

1. Level *magnitude* adalah seberapa sulit bagi seseorang untuk merasa mampu atau tidak mampu.
2. *Strength* adalah tingkat kekuatan yang diyakini atau diharapkan seseorang tentang kemampuannya.
3. *Generality* adalah keyakinan individu akan kemampuannya dalam melaksanakan tugas dalam berbagai kegiatan.

Kompetensi

Wibowo mengemukakan dalam Christilia O. Posuma (2013) bahwa kompetensi merupakan kemampuan melaksanakan atau menyelesaikan suatu pekerjaan berdasarkan berdasarkan pengetahuan dan keterampilan, serta memiliki cara kerja yang mendukung pekerjaan. Christilia O. Posuma (2013) mengemukakan bahwa variabel kompetensi dapat diukur menggunakan indikator :

1. Pengetahuan
2. Keterampilan
3. Sikap

Kinerja Pegawai

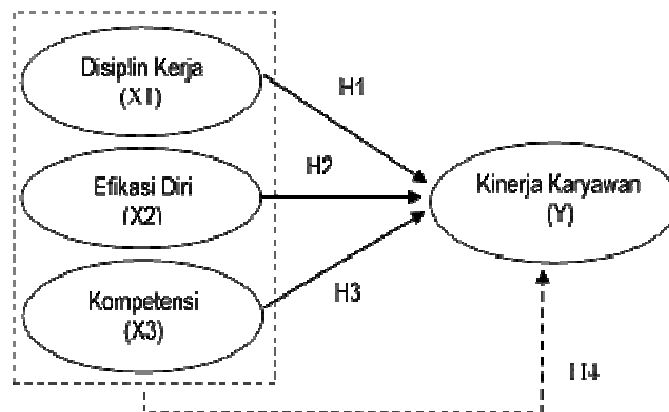
Mardi Astutik (2016) mengemukakan bahwa Kinerja adalah output pekerjaan yang dilakukan oleh pegawai dalam suatu kurun waktu dengan membandingkannya ke suatu tujuan, indikator, atau target yang ditetapkan. Hasibuan dalam Mardi Astutik (2016), Kinerja dari pegawai dinilai baik, atau dievaluasi dari berbagai aspek / indikator. Indikator tersebut yang dapat digunakan seperti berikut ini:

1. Kesetiaan
2. Prestasi Kerja
3. Kreativitas
4. Kerja Sama
5. Kecakapan
6. Tanggung Jawab

Hipotesis

Hipotesis yang dapat ditarik dari penelitian ini sebagaimana tersusun pada kerangka konseptual yaitu:

- H1 : Disiplin Kerja berpengaruh terhadap Kinerja Pegawai di KPP Pratama Surabaya Wonocolo.
- H2 : Efikasi Diri berpengaruh terhadap Kinerja Pegawai di KPP Pratama Surabaya Wonocolo.
- H3 : Kompetensi berpengaruh terhadap Kinerja Pegawai di KPP Pratama Surabaya Wonocolo.
- H4 : Disiplin Kerja, Efikasi diri, dan Kompetensi berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Pegawai di KPP Pratama Surabaya Wonocolo.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Populasi penelitian adalah seluruh pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo yang berjumlah 120 pegawai sedangkan sampelnya sejumlah 46 pegawai yang merupakan pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo dengan jabatan sebagai *Account Representative*. Penentuan sampel menggunakan teknik kuota yaitu jumlah terbanyak dari masing-masing jabatan di kantor tersebut.

Data yang digunakan merupakan study lapangan (Data primer), dan study kepustakaan (Data sekunder). Kuesioner merupakan instrumen yang dipakai mengumpulkan data. SPSS versi 24, metode regresi berganda merupakan alat dan teknik dalam pengolahan data pada pengkajian ini.

HASIL

Tabel 1. Uji Validitas

X ₁	Korelasi	X ₂	Korelasi	X ₃	Korelasi	Y	Korelasi
1	0,931	1	0,733	1	0,601	1	0,752
2	0,900	2	0,739	2	0,420	2	0,696
3	0,752	3	0,633	3	0,633	3	0,571
4	0,726	4	0,403	4	0,686	4	0,465
5	0,932	5	0,811	5	0,775	5	0,590
6	0,828	6	0,777	6	0,494	6	0,694
7	0,695					7	0,635
8	0,452					8	0,605
9	0,661					9	0,429
10	0,482					10	0,593
						11	0,481
						12	0,423

Dalam tabel tersebut menunjukkan nilai korelasi masing-masing pernyataan memiliki hasil > 0,3 sehingga semua pernyataan telah dianggap valid.

Tabel 2. Reability Test

Variabel	Nilai <i>alpha cronbach</i>
X ₁	0,908
X ₂	0,780
X ₃	0,645
Y	0,821

Hasil *alpha cronbach* dari pernyataan setiap variabel memiliki nilai > 0,6 sehingga pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Normality Test

	Hasil
N	46
Statistik Tes	0,068
Asymp, Sig(2-tailed)	0,200 ^{c,d}

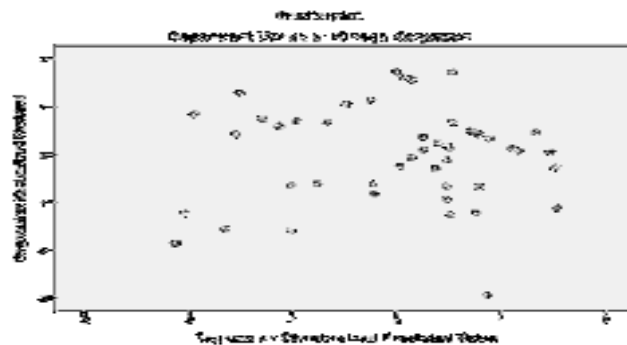
Hasil Asymp,Sig.(2-tailed) menghasilkan nilai 0,200 yang mana > 0,05 sehingga menunjukkan data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4. Multicollinerity Test

Variable	VIF	Tolerance
X ₁	1,075	0,930
X ₂	1,211	0,826
X ₃	1,131	0,884

Nilai VIF dari setiap variabel menunjukkan <10 sehingga terbebas dari multikolineritas dan telah memenuhi asumsi dasar penelitian.

Gambar 2. Uji Heterokedastisitas



Diketahui gambar scatterplot tersebut, bintang-bintang tidak terbentuk suatu pola, dan menyebar baik dibawah maupun diatas angka (0) dari sumbu vertikal (Y). Sehingga berarti dalam model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Durbin-Waston
2,192

Nilai Durbin-Waston (DW) yang diperoleh sebesar 2,192. Nilai tersebut berada ditengah-tengah antara dU s.d 4-dU ($1,668 < 2,192 < 2,332$) yang berarti penelitian ini tidak terkena autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Multiple Regression Linier Test

Variable	(B)	(t-hitung)	(Sig.)
Konstan	5,388	,754	,455
X ₁	,348	3,529	,001
X ₂	,532	2,643	,011
X ₃	,569	2,432	,019
R	,700		
R Square	,790		
Adjusted R Square	,753		

Berikut ini persamaan yang diperoleh dari analisa regresi berganda :

$$Y = 5,388 + 0,348X_1 + 0,532X_2 + 0,569X_3$$

Tabel 7. Uji F

	F hitung	Sig.
Regression	13,431	,000b

Hasil uji f memperlihatkan nilai f hitung yaitu 13,431 dan taraf signifikansi 0,000, sehingga dalam pengujian ini ketiga variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat karena taraf signifikansinya <0,05. Disiplin kerja, efikasi diri dan kemampuan memiliki pengaruh sebesar 0,753 atau 75,3% terhadap kinerja pegawai.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengujian hipotesis pertama adalah “Disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo”. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji t, dengan bantuan program SPSS 24 versi, diperoleh nilai thitung variabel disiplin kerja sebesar 3.529, dan nilai signifikansinya adalah 0.001. (0,001 <0,05). Pada hipotesis pertama ditemukan bahwa hipotesis diterima dan terbukti yang artinya kinerja pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo dipengaruhi oleh disiplin kerja.

Dari hasil hipotesis yang diperoleh, sesuai dengan Hasibuan (2011: 111) disiplin adalah kesadaran dan kemauan seseorang untuk mematuhi seluruh norma dan peraturan perusahaan yang ada. Sehingga, semua tugas akan dilaksanakan dan dikerjakan dengan benar oleh seseorang tanpa menggunakan kekerasan. Disiplin kerja harus selalu ada pada setiap pegawai dan harus dipertahankan atau bahkan ditingkatkan untuk meningkatkan kinerja. Disiplin kerja yang baik dapat mendorong pegawai melakukan pekerjaan yang terbaik. Dengan cara ini, pekerjaan dapat dilakukan dengan benar dan berdampak positif serta membawa kinerja yang baik bagi pegawai dan organisasi. Semakin tinggi kinerja pegawai didukung dengan disiplin kerja yang semakin tinggi pula.

Pengujian hipotesis yang kedua berbunyi “Efikasi Diri berpengaruh terhadap Kinerja Pegawai di KPP Pratama Surabaya Wonocolo” yang sebagaimana diperoleh hasil dari pengujian uji t. Nilai t variabel efikasi diri sebesar 2,643, dan tingkat signifikansinya 0,011 (kurang dari 0,05). Pada pengujian kedua, dapat disimpulkan bahwa hipotesis terbukti serta dapat diterima yang berarti efikasi diri memiliki pengaruh atas kinerja pegawai di KPP Pratama Surabaya Wonocolo.

Hasil hipotesis kedua sejalan dengan Bandura dalam Nurchasanah (2011: 50) yang mengungkapkan bahwa efikasi diri merupakan keyakinan seseorang bahwa ia dapat melaksanakan tugas pada tingkat tertentu, yang berimplikasi pada upaya individu untuk

mencapai tujuan yang harus dicapai. Oleh karena itu, rasa self-efficacy yang tinggi di tempat kerja dapat membuat orang percaya diri dalam pekerjaan yang dilakukan. Hal ini dapat mendorong pegawai untuk melakukan pekerjaan sebanyak mungkin dan merasa puas dengan pekerjaannya. Efikasi diri pegawai yang tinggi dapat meningkatkan kinerja pegawai.

Pengujian hipotesis yang ketiga, “Kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo”, diperoleh hasil uji t sebesar 2,432 dengan taraf signifikansi sebesar 0,019 (kurang dari 0,05). Pada pengujian ketiga didapatkan hasil dari hipotesis tersebut bahwa hipotesis diterima dan terbukti yang artinya bahwa Kompetensi berpengaruh terhadap Kinerja Pegawai di KPP Pratama Surabaya Wonocolo.

Hasil hipotesis ketiga ini sejalan dengan pandangan Wibowo dalam Christilia O. Posuma (2013) yang menyatakan Kompetensi mengacu pada kemampuan dalam pelaksanaan dan penyelesaian pekerjaan berdasarkan pengetahuan dan keterampilan, serta dukungan sikap kerja demi memenuhi tuntutan pekerjaan tersebut. Semakin sering pegawai melakukan suatu pekerjaan secara berulang-ulang, penyelesaian pekerjaan tersebut juga menunjukkan keterampilan dan kecepatan pegawai yang semakin tinggi dalam menyelesaikan pekerjaan itu. Semakin beragam jenis pekerjaan yang dilakukan seorang pegawai, pengalaman kerjanya akan semakin kaya dalam menyelesaikan berbagai pekerjaan. Dari segi pendidikan, kinerja pegawai juga dapat ditingkatkan melalui kompetensi sebab pegawai yang mahir dalam teori dan keterampilan dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan cepat dan tepat.

Pengujian hipotesis yang keempat berbunyi “Disiplin Kerja, Efikasi Diri, dan Kompetensi berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Pegawai di KPP Pratama Surabaya Wonocolo” yang sebagaimana diperoleh hasil dari pengujian uji f dengan nilai f hitung yaitu sebesar 13,431 dengan taraf signifikansinya 0,000 (kurang dari 0,05). Pada pengujian keempat dapat disimpulkan bahwa hipotesis terbukti dan dapat diterima yang artinya disiplin kerja, efikasi diri dan kompetensi bersama-sama mempengaruhi kinerja pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo. Pengaruh disiplin kerja, efikasi diri dan kemampuan terhadap kinerja pegawai berkontribusi sebesar 0,753 atau 75,3%.

SIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini bahwa hasil analisa yang telah dilakukan variabel Kinerja Pegawai KPP Pratama Surabaya Wonocolo dipengaruhi oleh variabel disiplin kerja, efikasi diri, dan kompetensi baik secara parsial maupun simultan. Dapat dijelaskan melalui nilai t-hitung dari variabel disiplin kerja 3,529 sig 0,001, nilai t-hitung efikasi diri 2,643 sig 0,011, nilai t-hitung kompetensi 2,432 sig 0,019, dan nilai f-hitung sebesar 13,431 sig 0,000.

IMPLIKASI

KPP Pratama Surabaya Wonocolo hendaknya memperhatikan kedisiplinan kerja pegawainya karena disiplin kerja memiliki pengaruh yang lebih tinggi dalam kinerja pegawai sehingga dapat berdampak pada meningkatkannya kinerja organisasi.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan diawali dengan observasi dan wawancara terhadap pihak kepegawaian sehingga muncul tiga variabel independen namun ketiga variabel independen tersebut berdasarkan hasil analisis berkontribusi terhadap variabel dependen hanya sebesar 75,3%. Artinya terdapat banyak variabel lainnya yang bisa mempengaruhi variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ary, I. R., & Sriathi, A. A. 2019. Pengaruh Self Efficacy Dan Locus Of Control. ISSN: 2302-8912. E-Jurnal Manajemen Volume 8, Nomor 1.
- Astutik, Mardi. 2016. Pengaruh Disiplin Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Jombang. ISSN 2338-4409 (Print) ISSN 2528-4649 (Online). Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan Volume 2, Nomor 2.
- Hasibuan, S. 2011. Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah. Jakarta: Bumi Aksara
- Khasifah, Fikratunil dan Nugraheni, Rini. 2016. Pengaruh Disiplin Kerja, Beban Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. ISSN (Online): 2337-3792. Diponegoro Journal of Management Volume 5, Nomor 1.
- Nurchasanah, 2011, Analisis Pengaruh Empowerment, Self, Efficacy dan Budaya organisasi Terhadap Kepuasan, kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai (Studi, Empiris Pada Pegawai PT.Mayora Tbk Regional Jateng dan DIY). Tesis. Tidak Dipublikasikan.
- Posuma, Christilia O. 2013. Kompetensi, Kompensasi, Dan Kepemimpinan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai Pada Rumah Sakit Ratumbusang Manado. ISSN 2303-1174. Jurnal EMBA Volume 1, Nomor 4.
- Rahmi, Fauziah. 2020. Pengaruh Efikasi Diri, Kepemimpinan, Motivasi Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pekanbaru Senapelan. p ISSN 0216-4930. Manajemen Bisnis Jurnal Magister Manajemen Volume 2, Nomor 1.

Pengaruh CR , PBV, EPS dan PER Terhadap Harga Saham Perusahaan Konstruksi Di BEI

Stefanus Yoris¹, Untung Lasiyono², Yuli Kurnia Firdausia³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : stefanusyoris@gmail.com, untunglasiyono@unipasby.ac.id, virdajulie9@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to provide evidence of the effect of the current ratio, price to book value, earnings per share, and price to earnings ratio on stock prices. This research is a quantitative study with a population construction companies listed on the IDX and the sample is construction companies on the 2014-2019 period. Data source is document was annual financial report data. The data analysis used is multiple linear regression. The results this study indicate that simultaneously the current ratio, price to book value, earnings per share and price to earnings ratio an effect on stock prices. While partially the current ratio an effect on stock prices, price to book value an effect on stock prices, earnings per share no effect on stock prices and price to earnings ratio an effects stock prices.

Keywords: CR, PBV, EPS, PER, and Stock Prices

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memberikan bukti pengaruh current ratio, price to book value, earning per share, dan price to earning ratio terhadap harga saham. Bentuk penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasinya yaitu perusahaan konstruksi yang terdaftar di BEI dan sampelnya adalah perusahaan konstruksi pada periode 2014-2019. Sumber datanya adalah data dokumen dari laporan keuangan tahunan. Analisis data yang dipakai adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan secara bersama-sama current ratio, price to book value, earning per share dan price to earning ratio berpengaruh terhadap harga saham. Sedangkan secara parsial current ratio berpengaruh pada harga saham, price to book value berpengaruh pada harga saham, earning per share tidak berpengaruh pada saham dan price to earning ratio berpengaruh pada harga saham.

Kata kunci: CR, PBV, EPS, PER, dan Harga Saham

PENDAHULUAN

Pembangunan infrastruktur saat ini dapat kita rasakan mulai dari pembangunan jalan raya, pembangunan irigasi, pembangunan gedung dan lain-lain. Pembangunan tersebut tidak terlepas dari peran perusahaan konstruksi. Hal ini sejalan dengan banyaknya perusahaan konstruksi yang sudah mengalami kemajuan dan juga ada yang masih dalam tahap pertumbuhan. Para pelaku usaha di sektor konstruksi terus meningkatkan performa dari perusahaannya masing-masing. Dengan performa yang baik, tentunya perusahaan tersebut akan tetap bertahan dari persaingan. Bidang konstruksi merupakan suatu bentuk usaha yang dapat menjajikan bagi pertumbuhan ekonomi khususnya untuk pemiliknya. Dalam menjalankannya pelaku bisnis menginginkan usahanya mengalami kemajuan. Untuk mencapai hal tersebut, investasi merupakan pilihan yang sangat cocok untuk menambah modal usaha. Sehingga para pelaku bisnis bidang konstruksi terus meningkatkan kinerja perusahaan.

Wabah Virus Covid-19 membuat proyek konstruksi berhenti untuk melakukan aktivitas proyek. Hal tersebut membuat para investor khawatir untuk berinvestasi, karena akibat dari Covid-19 yang berdampak pada kinerja keuangan perusahaan konstruksi, baik swasta maupun milik pemerintah atau BUMN. Menurut analis proyek mengalami kemacetan akibat adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar yang berdampak pada aliran kas, khususnya perusahaan konstruksi BUMN. Inilah yang menyebabkan saham-saham BUMN perusahaan konstruksi diserang aksi jual investor. Tetapi analis yakin perusahaan konstruksi BUMN tetap aman karena mendapat dukungan modal dari pemerintah (Dimas, 2020).

Pada bulan november kenaikan saham perusahaan konstruksi tidak lepas dari sentimen positif setelah dipangkasnya suku bunga acuan oleh Bank Indonesia. Hal tersebut yang sangat dirasakan adalah perusahaan konstruksi BUMN. Data perdagangan mencatat, setelah kemarin memimpin kenaikan saham properti setelah terbang 11,41%, PT Adhi Karya Tbk (ADHI) kembali memimpin kenaikan hari ini dengan apresiasi 4,88% ke level Rp 1.075/unit. Emiten konstruksi spesialisasi jalan tol, PT Jasa Marga Tbk (JSMR) juga sukses melesar 3,45% ke level Rp 4.500/unit. Selanjutnya emiten BUMN Karya lainnya yakni PT Waskita Karya Tbk (WIKA) juga berhasil menghijau 2,04% ke level Rp 1.500/unit. Terpantau hanya satu emiten konstruksi besar yang stagnan yakni PT Waskita Karya Tbk (WSKT) yang diam di level Rp 1.095/unit. Selain itu, penguatan saham-saham konstruksi dipengaruhi oleh pembangunan Tol Yogyakarta sampai Bawean yang nilai investasinya sebesar 14 triliun segera akan dibangun. ADHI, WSKT, dan PTPP ikut dalam proyek ini. Kemenangan atas lelang proyek ini 5 perusahaan BUMN melakukan pembiayaan bersama. Pembiayaan bersama ini meliputi PT Jasa Marga Tbk yang jumlah saham 60%, ADHI 12,5%, WSKT 12,5%, PTPP 12,5% dan PT Brantas Abipraya (Persero) 2,5% (Saleh, 2020). Dari pertumbuhan saham perusahaan konstruksi tersebut, akan berpengaruh juga pada keinginan untuk berinvestasi dari para investor. Perusahaan konstruksi BUMN juga akan memberikan semangat baru bagi perusahaan konstruksi swasta untuk terus meningkatkan kinerjanya dimasa pandemi Covid-19 ini.

Suatu wadah dimana orang memberikan modalnya untuk melakukan investasi dengan tujuan mencari keuntungan adalah pasar modal. Pasar modal ini menjadi tempat bagi semua kalangan untuk melakukan investasi dengan berbagai kegiatan seperti investasi saham, obligasi reksadana dan lain- lain. Menurut (Devi & Vijaya, 2018:15) pasar modal merupakan tempat dimana para pencari modal melakukan transaksi untuk mendapatkan modal dalam hal ini adalah penjualan dan pembeli. Para penjual di pasar modal adalah entitas yang membutuhkan modal guna untuk mempertahankan usahanya. Pihak yang mencari keuntungan adalah pihak pembeli (investor) yang membeli modal di perusahaan. Pasar modal ini sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan dan kemajuan suatu perusahaan. Karena akan membantu perusahaan yang tidak memiliki modal yang cukup untuk melakukan pengembangan usaha. Perdagangan di pasar modal memiliki rentang waktu yang khusus dengan waktunya lebih dari satu tahun.

Aktivitas yang paling sering dilakukan oleh penanam modal di pasar modal adalah perdagangan saham. Dimana saham merupakan suatu bentuk kepemilikan modal dalam suatu perusahaan. Para pemegang saham berhak mendapatkan keuntungan atau yang dibagi dalam bentuk dividen dari sebuah operasi perusahaan. Menurut Devi & Vijaya (2018:48) saham adalah bukti penyertaan modal baik perseorangan, badan usaha persekutuan ataupun perseroan terbatas. Bentuk dari sebuah saham adalah selembar kertas dan didalam saham tersebut akan diterangkan pemilik perusahaan dari penerbitan surat berharga tersebut. Darmadji & Fakhrudin (2012:102) menjelaskan bahwa harga saham merupakan suatu harga yang terbentuk di bursa atau pasar modal pada waktu tertentu. Sebuah saham bisa mengalami perubahan harga dengan cepat baik harganya turun maupun naik. Menurut (Hidayah, 2018) harga saham adalah harga yang tercipta di bursa saham. Perubahan dari setiap harga saham tergantung juga pada kondisi ekonomi, dalam hal ini adalah terjadinya inflasi. Investasi saham tentunya para investor harus mengetahui harga saham. Harga saham setiap perusahaan pasti berbeda dengan yang lainnya. Sehingga investor harus bisa melihat dan menilai harga saham yang beredar. Jadi perlu adanya penjelasan bagaimana cara menilai harga saham

Harga saham perusahaan ditentukan oleh rasio – rasio seperti rasio yang dapat dilihat dari likuiditas. Untuk mencari nilai rasio likuiditas ini cara yang dapat dipakai yaitu rasio lancar (*current ratio*). *Current ratio* adalah perbandingan yang menunjukkan perusahaan mampu dalam melunasi kewajiban kurang dari satu tahun dari aktiva lancarnya (Anwar, 2019:172). Sehingga perusahaan

harus mampu meningkatkan kinerja perusahaan melalui peningkatan kinerja keuangan. Peningkatan kinerja ini tentunya tidak terlepas dari aktivitas perusahaan untuk meningkatkan keuntungannya. Dalam mempertahankan keberadaannya dipasar modal bergantung pada pengelolaan keuangan. Maka dari itu, perusahaan harus mampu memberikan informasi keuangan yang berkembang pada saat itu. Dimana informasi tersebut sangat penting bagi investor dalam memutuskan untuk berinvestasi.

Harga saham sangat menentukan para investor untuk melakukan investasi. Jika harganya naik maka saham tersebut sangat sulit bagi investor untuk membelinya, sebaliknya jika harga sahamnya rendah akan menandakan kinerja suatu perusahaan kurang baik. Untuk itu para investor harus mampu menilai harga saham. Dimana penilaian tersebut dilihat dari nilai buku dan nilai pasar saham yang beredar. Fatihudin (2015:108) mengatakan *price to book value* (PBV) adalah rasio yang menunjukkan suatu perbandingan nilai buku (*book value*) yang sebenarnya dengan harga pada pasar dari satu lembar saham. Sedangkan menurut Tannia & Suharti (2020) semakin besar nilai *price to book value* maka para investor akan semakin tinggi menilai suatu perusahaan yang dijadikan tempat investasi. Keberhasilan sebuah perusahaan dalam menciptakan nilai untuk investor, hal ini dapat ditunjukkan melalui nilainya yang tinggi. Kepercayaan pasar terhadap suatu perusahaan dengan tingkat yang tinggi, maka investor memiliki keinginan untuk membeli saham tersebut. Rasio ini merupakan hal sangat perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

Setiap perusahaan pasti mendapatkan laba yang berbeda, tergantung bagaimana cara mempertahankan kelangsung usaha. Untuk investasi saham, laba perusahaan yang besar tergantung jumlah saham yang beredar. Perhitungan yang dapat digunakan sebagai penilaian saham yang beredar dalam sebuah perusahaan adalah *earning per share*. *Earning per share* (EPS) adalah setiap lembar saham yang dikeluarkan akan memberikan keuntungan bagi para pemegang saham tersebut Fahmi (2018:92). Dalam hal ini, jika *earning per share* dinilai dengan laba per lembar saham, maka tentunya jumlah saham yang beredar meningkat sehingga harga saham juga akan naik. Namun, ketika perusahaan mengalami kerugian maka para investor sangat sulit melakukan investasi di perusahaan tersebut.

Faktor lain yang digunakan untuk penilaian atau analisis saham adalah *price to earning ratio*. Rasio ini menunjukkan mahal tidaknya harga pasar saham atau kepercayaan investor terhadap suatu saham. *Price Earning Ratio* adalah perbandingan antara harga pasar per lembar saham (*market price share-MPS*) dan laba per lembar saham (Fahmi, 2018:94). Hal ini dinilai untuk mengetahui bagaimana nilainya terlalu tinggi atau rendah. Rasio ini memberikan informasi bahwa harga pasar yang harus dibayar per unit berdasarkan hasil yang didapatkan pada saat sekarang.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas penulis mengambil perusahaan konstruksi sebagai objek penelitian karena mempunyai prospek yang baik untuk para investor. Selain itu, perusahaan konstruksi memberikan kontribusi yang sangat besar bagi pembangunan infrastruktur dan pertumbuhan ekonomi. Ada empat variabel yang digunakan dimana dapat diprediksi berpengaruh terhadap harga saham. Dari variabel yang dipilih yaitu *Current Ratio*, *Price to Book Value*, *Earning Per Share*, *Price to Earning Ratio*, merupakan bagian terpenting penilaian saham dari investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

METODE

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dan perusahaan konstruksi yang terdaftar di BEI sebagai populasi dengan jumlah 19 perusahaan dan sampelnya adalah 6 perusahaan yang memenuhi kriteria dengan jumlah data 36 mulai periode tahun 2014-2019. Sumber data penelitian ini merupakan data tidak langsung yaitu data dokumen laporan keuangan tahunan serta

teknik pengambilan sampel adalah berdasarkan pertimbangan yang ditentukan. Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan uji asumsi klasik, uji t dan uji F.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Bebas

1. *Current ratio* adalah perbandingan yang menunjukkan perusahaan mampu dalam melunasi kewajiban kurang dari satu tahun dari aktiva lancarnya (Anwar, 2019:172). Makin tinggi angka rasio ini, perusahaan semakin likuid begitupun sebaliknya, makin rendah angka rasio ini, perusahaan semakin tidak likuid.
2. *Price to book value* adalah rasio yang menunjukkan suatu perbandingan nilai buku (*book value*) yang sebenarnya dengan harga pada pasar dari satu lembar saham (Fatihudin 2015:108).
3. *Earning per share* adalah satu atau lebih lembar saham yang dikeluarkan akan memberikan keuntungan bagi para pemegang saham tersebut (Fahmi, 2018:92). Jika investor memiliki jumlah lembar saham yang banyak makanya keuntungannya lebih besar. Namun jika lembar saham nya sedikit maka keuntungannya juga sangat kecil.
4. *Price to earning ratio* merupakan suatu perbandingan antara laba satu lembar saham (*earning per share*) dan harga satu lembar saham (Fahmi, 2018:94).
5. Harga saham merupakan harga yang tercipta di pasar modal atau bursa pada waktu tertentu. Harga saham bisa berubah turun atau naik dengan sangat cepat dalam hitungan waktu tertentu (Darmadji & Fakhrudin, 2012:102). Sedangkan menurut Hidayah (2018) harga saham adalah harga yang tercipta di bursa saham. Secara umum diperoleh untuk meningkatkan nilai saham.

HASIL PENELITIAN

Hasil analisis pada tabel 1 menunjukkan nilai Asymp. Sig. (-tailed) > 0.05 dengan nilainya adalah 0.625. Maka dapat diterangkan bahwa nilai tersebut menunjukkan distribusi normal, sehingga analisis bisa dilanjutkan.

Tabel 1 One – Sample Kolmogorov – Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	.70680934882
	Absolute	.125
Most Extreme Differences	Positive	.125
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.751
Asymp. Sig. (2-tailed)		.625

Sumber : Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Hasil uji data pada tabel 2 yang menunjukkan variabel bebas dengan nilai Tolerance lebih besar dari 0.10. Ketentuan yang sama juga terhadap nilai VIF yang menunjukkan bahwa nilainya lebihnya kecil dari 10. Maka dari uji data nilai Tolerance dan VIF tidak terjadi multikolonieritas.

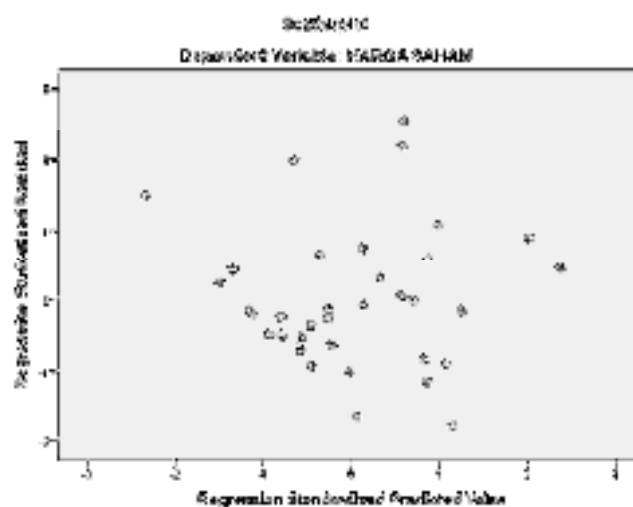
Tabel 2 Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Current Ratio	.884	1.462
Price To Book Value	.129	7.777
Earning Per Share	.594	1.683
Price To Earning Ratio	.132	7.588

Sumber : Coefficients (data diolah)

Hasil analisis yang ditunjukkan gambar 1 menerangkan bahwa titik tersebut menyebar secara tidak teratur, tidak ada bentuk pola apapun. Untuk dapat diterangkan tidak terjadi heteroskedosis.

Gambar 1. Scatterplot



Hasil analisis pada tabel 3 dengan nilai sebesar 1.137. Berdasarkan ketentuan nilai tersebut terletak antara $-2 < dw < +2$ dengan nilai $-2 < 1.137 < +2$, maka dapat dikatakan tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 3 Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.137

Sumber : Model Summary (data diolah)

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4 Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients B	t	Sig.
(Constant)	4808.125	4.895	.000
Current Ratio	-2277.660	-4.317	.000
Price To Book Value	.649	2.821	.017
Earning Per Share	2.550	1.432	.162
Price To Earning Ratio	-.083	-2.662	.010

Dependent Variable: Harga Saham

Sumber : Coefficients (data diolah)

Nilai persamaan pada tabel 4 sebagai berikut:

$$Y = 4808.125 - 2277.660X_1 + 0.649X_2 + 2.550X_3 - 0.083X_4$$

Berikut ini penjelasan persamaan diatas:

1. Nilai konstan sebesar 4808.125 yang menerangkan bahwa jika nilai *current ratio*, *price to book value*, *earning per share* dan *price to earning ratio* nilainya nol, maka harga saham nilainya tetap 4808.125.
2. Nilai koefisien sebesar 2277.660 yang menunjukkan nilai pengujiannya tidak searah. Jika peningkatan nilai *current ratio* sebesar 1 satuan, maka harga saham akan turun sebesar 2277.660.
3. Nilai koefisien sebesar 0.649 menerangkan bahwa nilai searah. Jika nilai *price to book value* meningkat sebesar 1 satuan, maka harga saham naik sebesar 0.649.
4. Nilai koefisien sebesar 2.550 menerangkan bahwa hasil perhitungannya searah. Jika *earning per share* naik sebesar 1 satuan, maka harga saham naik sebesar 2.550.
5. Nilai koefisien sebesar 0.083 menerangkan bahwa hasil perhitungannya tidak searah. Jika *price to earning ratio* meningkat sebesar 1 satuan, maka harga saham turun sebesar 0.083.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

Model	Adjusted R Square
1	.539

Sumber: Model Summary

Hasil analisis pada tabel 5 dengan nilai sebesar 0.539 atau 53.9%. Nilai tersebut membuktikan bahwa 53.9% kemampuan X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 dalam menerangkan variabel Y . Untuk sisanya di pengaruhi oleh variabel lain.

Uji Hipotesis

Tabel 6 Hasil Uji t

Model	t	Sig.	Keterangan
(Constant)	4.985	.000	
Current Ratio	-4.317	.000	Berpengaruh
Price To Book Value	2.521	.017	Berpengaruh
Earning Per Share	1.402	.162	Tidak berpengaruh
Price To Earning Ratio	-2.507	.018	Berpengaruh

Sumber: Output SPSS (jasa statistik)

Hasil analisis dengan nilai Sig *current ratio*, serta taraf nilai signifikan $0.000 < 0.05$. *Price to book value* berdasarkan nilai Sig, dengan taraf nilai signifikan $0.017 < 0.05$. *earning per share* yang menunjukkan nilai Sig, dengan taraf nilai signifikan $0.162 > 0.05$. *price to earning ratio* berdasarkan nilai Sig, dengan tingkat nilai signifikan $0.018 < 0.05$.

Uji F

Tabel 7 Hasil Uji F

Model	F	Sig.	Keterangan
Regression	11.238	.000 ^a	Berpengaruh Signifikan

Sumber : Anova (data diolah)

Hasil analisis pada tabel 7 nilai F_{hitung} sebesar 11.238 dengan signifikan 0.000 dan nilai F_{tabel} sebesar 2.68. Maka nilai F_{hitung} $11.238 > 2.68 F_{tabel}$ yang berarti bahwa H_0 ditolak H_1 diterima dan taraf Sig. $0.000 < 0.05$. Sehingga secara serentak variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 menunjukan bukti ada pengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Pembahasan

1. Penelitian ini menunjukan hasil bahwa *current ratio* berpengaruh pada harga saham. Hasil ini, didukung penelitian terdahulu oleh Iriana Kusuma Dewi dan Dede Solihin (2020) yang menjelaskan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham. *Current ratio* adalah perbandingan yang menunjukan perusahaan bisa dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya dari aktiva lancarnya (Anwar, 2019:172). Oleh karena itu, makin tinggi angka rasio ini, perusahaan semakin likuid, begitupun sebaliknya, semakin rendah angka rasio ini, perusahaan semakin tidak likuid.
2. Hasil penelitian uji hipotesis menunjukan *price to book value* berpengaruh terhadap harga saham. Hal ini sangat relevan dengan penelitian Yunita Laras Sari (2017) menyatakan bahwa *price to book value* berpengaruh signifikan terhadap harga saham. *Price to book value* (PBV) adalah rasio yang menunjukkan suatu perbandingan nilai buku (*book value*) yang sebenarnya dengan harga pada pasar dari satu lembar saham (Fatihudin 2015:108). Semakin kecil hasilnya semakin baik. Hal ini akan memberikan pengaruh untuk menumbuh keinginan investor untuk berinvestasi perusahaan. Perusahaan yang mampu menciptakan nilai yang lebih tinggi yang dilihat melalui kinerja keuangannya, maka perusahaan akan memiliki daya tarik bagi investor untuk investasi di perusahaan tersebut.
3. Hasil penelitian uji hipotesis menunjukan *earning per share* tidak berpengaruh terhadap harga saham. *Earning per share* adalah setiap lembar saham yang dikeluarkan akan memberikan keuntungan bagi para pemilik saham tersebut (Fahmi, 2018:92). Sedangkan teori signal (Hartono, 2013) mengatakan bahwa ketika pada saat informasi diumumkan, pasar akan bereaksi dan diterima baik jika informasi tersebut bernilai positif.
Terjadinya tidak berpengaruh pada penelitian ini karena adanya penurunan laba setelah pajak atau laba yang dihasilkan tidak tetap pada perusahaan konstruksi, sehingga *earning per share* mengalami penurunan. Hal tersebut membuat investor tidak tertarik atau pasif untuk berinvestasi. Dalam kondisi pasif ini harga saham akan mengalami penurunan juga. Penelitian ini didukung oleh penelitian Rafida Khairani dkk (2020) menunjukan bahwa *earning per share* (EPS) tidak berpengaruh pada harga saham. Akan tetapi penelitian lain sebelumnya yang dilakukan oleh Yunita Laras Sari (2017) *earning per share* berpengaruh terhadap harga saham, penelitian Martina Rut Utami dan Arif Darmawan (2018) *earning per share* secara parsial berpengaruh positif terhadap harga saham.
4. Hasil penelitian uji hipotesis menunjukan bahwa *price to earning ratio* berpengaruh terhadap harga saham. Penelitian ini sangat relevan yang dilakukan oleh Abied Luthfi Safitri (2013) yang menunjukan *price to earning ratio* berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham. *Price to earning ratio* merupakan suatu perbandingan antara laba per lembar saham (*earning per share*) dan harga per lembar saham (Fahmi, 2018:94).

Nilai rasio ini menandakan bahwa harga pasar per lembar saham harus ditingkatkan untuk memperoleh kenaikan laba per lembar saham.

SIMPULAN

Hasil penelitian yang didapatkan melalui analisis dan uji data, membuktikan bahwa *current ratio* berpengaruh terhadap harga saham. Apabila perusahaan likuid, maka perusahaan tersebut sangat baik untuk dijadikan tempat investasi. *Price to book value* berpengaruh terhadap harga saham, *earning per share* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Terjadi tidak berpengaruh karena adanya penurunan laba setelah pajak atau laba yang dihasilkan tidak tetap pada perusahaan konstruksi, sehingga *earning per share* mengalami penurunan. Hal tersebut membuat investor tidak tertarik atau pasif untuk berinvestasi. *Price to earning ratio* berpengaruh terhadap harga saham.

IMPLIKASI

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *current ratio* berpengaruh terhadap harga saham, *price to book value* berpengaruh terhadap harga saham, *earning per share* tidak berpengaruh terhadap harga saham, *price to earning ratio* berpengaruh terhadap harga saham. Secara simultan *current ratio*, *price to book value*, *earning per share*, *price to earning ratio* berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Tidak berpengaruh karena adanya penurunan laba setelah pajak atau laba yang dihasilkan tidak tetap pada perusahaan konstruksi, sehingga *earning per share* mengalami penurunan. Hal tersebut membuat investor tidak tertarik atau pasif untuk berinvestasi. Maka dari perusahaan perlu meningkatkan laba dan para investor yang melakukan investasi harus memperhatikan rasio yang akan berpengaruh pada harga saham.

KETERBATASAN PENELITIAN

Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan kelebihan. Adapun kekurangannya adalah sampel yang digunakan hanya 6 perusahaan. Hal tersebut karena pemilihan kriteria sampelnya yang sangat terbatas

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta. Prenada Media Grup.
- Danang, S. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung. PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Darmadji, T., & Fakhruhin. (2012). *Pasar Modal Indonesia* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Devi, G. A. K. R. S., & Vijaya, D. P. (2018). *Investasi dan Pasar Modal Indonesia*. Depok. PT. Raja Grafindo Persada.
- Dewi, I. K., & Solihin, D. (2020). Pengaruh Current Ratio Dan Net Profit Margin Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 2(2), 183–191. <https://doi.org/10.32493/fb.v2i2.2020.183-191.6231>
- Dimas, C. (2020). Saham Konstruksi BUMN Dirundung Corona. *Kompas Bisnis*.
- Fahmi, I. (2018). *Manajemen Investasi* (2nd ed.). Jakarta. Salemba Empat.
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25* (9th ed.). Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hartono, J. (2013). *Teori Portofolio dan analisis investasi* (8th ed.). Yogyakarta. BPFE.
- Khairani, R., Haikal, M. F., Ramadhani, S., Gustia, N., & Sitompul, F. R. A. F. (2020). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Earning Per Share, Dan Net Profit Margin Terhadap Harga Saham Pada Industri Manufaktur Konsumsi Makanan Dan Minuman. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(1), 90–95.
- Priyanto, D. (2018). *SSPS Panduan Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta. Andi.
- Safitri, A. L. (2013). Pengaruh Earning Per Share, Price Earning Ratio, Return On Asset, Debt To Equity Ratio Dan Market Value Added Terhadap Harga Saham Dalam Kelompok Jakarta Islamic Index Tahun 2008-2011. (*Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Semarang*).
- Saleh, T. (2020). Luhut Bawa Oleh-oleh 28 Triliun, Bikin Saham Kontruksi Terbang. *Market CNBC*. 25 November 2020.
- Sari, Y. L. (2017). Analisis Pengaruh Return On Equity, Earning Per Share, Price To Book Value, Book Value Per Share, Price Earning Ratio Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Harga Saham Perusahaan [Universitas Islam Negeri (Uin) Syarif Hidayatullah]. In *Bachelor's thesis, Jakarta*. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Sugyono. (2017a). *Metodelogi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugyono. (2017b). *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Tannia, Y., & Suharti. (2020). Analisis Pengaruh Debt to Equity Ratio, Debt to Asset Ratio, Price Earning Ratio dan Price to Book Value Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Pertanian. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 13–26.
- Utami, M. R., & Darmawan, A. (2018). Pengaruh DER, ROA, ROE, EPS Dan MVA Terhadap Harga Saham Pada Indeks Saham Syariah Indonesia. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 206–218. www.idx.co.id

Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Layanan di KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah Surabaya

Nanda Oktaviani Wachjudin¹, I Ketut Surabagiarta²

Universitas PGRI Adi Buana^{1,2}

Email : nandaow2@gmail.com¹, i.ketut.surabagiarta51@gmail.com²

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine and analyze the cooperative's image and service quality at the KSPPS Amanah Ummah Branch Karah in Surabaya. The number of participant was 100 respondent, non probability sampling method was applied, and the sample type is saturated sampling which included all clients of the KSPPS Amanah Ummah Branch Karah in Surabaya a total of 100 clients. The method of research by quatitative techniques using multiple linear regression analysis techniques. The results of data analysis testing using SPSS, it shows that the cooperative's image has a positive and significant effect on customer loyalty, obtaining t_{count} of 6,000 with a significant value of 0,0001. Furthermore, the service quality variable has positive and significant effect on customer loyalty obtaining t_{count} 3,453 with a significant value of 0,001. Then, the F test results suggest that the cooperative's image and service quality variable have a simultaneosly a significant and positive effect on customer loyalty, although the t-test results suggest that the cooperative's image and service quality have a partial effect on customer loyalty.

Keywords : *The cooperative's image, Service Quality, and Customer Loyalty.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Citra Koperasi dan Kualitas Layanan di KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah Surabaya. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan non probalitiy sampling dan jenis sampel yang digunakan yaitu sampling jenuh dengan pengambilan seluruh nasabah KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah Surabaya berjumlah 100 nasabah. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Pada pengujian analisis data menggunakan SPSS menunjukkan bahwa pada variabel Citra Koperasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,000 dengan nilai signifikan terhadap 0,000. Selanjutnya pada variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,453 dengan nilai signifikan 0,001. Setelah itu, pada hasil pengujian uji F dapat diketahui variabel Citra Koperasi dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Customer Loyalty dan pada hasil uji-t variabel Citra Koperasi dan Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Customer Loyalty.

Kata Kunci : *Citra Koperasi, Kualitas Layanan, dan Customer Loyalty*

Pendahuluan

Koperasi merupakan suatu badan usaha yang dibentuk berdasarkan asas kekeluargaan yang bertujuan untuk mensejahterakan anggotanya. Hal ini mengacu pada faktor dunia usaha termasuk usaha kecil menengah karena koperasi berperan dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat. Salah satu yang diupayakan di Indonesia dengan adanya pembangunan ekonomi nasional yaitu adanya Koperasi sebagai salah satu bagian dari pembangunan nasional.

Koperasi merupakan fungsi demokrasi dan sosial, serta mempunyai perananan yang penting dalam perekonomian nasional, karena tujuan dari koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan para anggota koperasi selalu melakukan kerjasama, kegotongroyongan, berdasarkan persamaan hak, kewajiban, dan derajat. Jadi koperasi merupakan tumpuan ekonomi

Indonesia dan oleh sebab itu, koperasi perlu dibina secara profesional agar dapat maju dan terus berkembang.

Menurut UU 17 Tahun 2012 tentang Pengkoperasian yang memuat pembaharuan hukum, Koperasi sebagai organisasi ekonomi yang sehat, kuat, mandiri dan tangguh serta terpercaya sebagai entitas bisnis, yang kegiatannya mendasarkan dalam nilai dan prinsip koperasi. Selain itu, UU 17 Tahun 2012 menegaskan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama atas asas kekeluargaan, dimana ketentuan tersebut sesuai dengan prinsip koperasi.

Agar dapat menciptakan koperasi yang maju dan berkembang, koperasi tersebut harus membuktikan bahwa koperasi itu dapat dipercaya. Citra merupakan suatu yang sangat penting dalam sebuah badan usaha. Saat ini banyak sekali organisasi yang memahami perlunya memberi perhatian yang cukup agar terbentuknya suatu citra yang menguntungkan bagi perusahaan tidak hanya melepaskan diri dari terbentuknya kesan publik yang negatif. Citra merupakan salah satu aset terpenting dari sebuah perusahaan atau organisasi mempunyai citra yang baik di mata masyarakat akan menjadi konsekuensi dari pembentukan citra. Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu koperasi dengan begitu koperasi mampu bersaing dan semangat kerja pengurus koperasi akan meningkat sehingga dapat menciptakan *customer loyalty*. Sebaliknya jika citra koperasi buruk maka akan berdampak negatif terhadap *customer loyalty*. Dengan melakukan penelitian terhadap citra koperasi, maka koperasi dapat mengetahui secara pasti sikap nasabah terhadap organisasi maupun terhadap produk barang maupun jasa yang dihasilkan oleh koperasi tersebut.

Untuk mengetahui Koperasi Syariah Amanah Ummah kantor cabang karah surabaya telah memberikan kualitas layanan yang baik dan sesuai yang diharapkan, maka perlu dilakukan evaluasi. Oleh sebab itu, mengingat pentingnya citra koperasi dan kualitas layanan dalam mempengaruhi *customer loyalty* perlu di kaji bagaimana agar kedua unsur tersebut dapat meningkatkan nilai unggul dalam bersaing karena dengan adanya *customer loyalty* maka akan memberikan dampak yang baik pada perkembangan koperasi tersebut. Dan oleh sebab itu, peneliti memilih judul “ Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Layanan terhadap *Customer Loyalty* di Koperasi Syariah Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya”

HIPOTESIS

Menurut Rachman (2018:205) hipotesis merupakan jawaban sementara, berupa pertanyaan terhadap masalah yang telah dirumuskan dengan jelas, dan jawaban itu akan diuji kebenarannya melalui data observasi yang dikumpulkan. Berdasarkan hasil teori penelitian yang pernah dilakuka, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

- H₁ : Citra Koperasi berpengaruh terhadap Customer Loyalty di Koperasi Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya
- H₂ : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Customer Loyalty di Koperasi Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya
- H₃ : Citra Koperasi dan Kualitas Layanan terhadap Customer Loyalty di Koperasi Amanah Ummah Kantor Cabang Karah Surabaya

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian kuantitatif ini untuk menguji teori, membangun fakta dan menunjukkan hubungan variabel. Adapun populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu seluruh nasabah di KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah yang berjumlah 100 orang dan sampel yang akan diambil berjumlah 100 orang.

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dan jenis yang digunakan yaitu *sampling* jenuh. Kriteria pengambilan sampel berdasarkan lama bergabung dan dari populasi yang telah ditentukan maka pengambilan sampel dilakukan secara keseluruhan. Teknik pengambilan data dalam pengambilan ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden untuk dijawabnya dan pengumpulan data dengan dokumentasi. Adapun pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu :

1. Melakukan permohonan izin secara tertulis kepada pimpinan KSPPS Amanah Ummah dengan dilampiri surat izin penelitian yang telah disetujui oleh pihak universitas untuk melakukan penelitian di KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah Surabaya.
2. Menjadwalkan pelaksanaan kegiatan pengambilan data-data penelitian.
3. Pembagian kuisioner kepada 100 responden
4. Setelah data terkumpul, maka data tersebut diolah
5. Hasil penelitian akan dituangkan dalam laporan hasil penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tabel 1, data menunjukkan bahwa item pernyataan citra koperasi (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Customer Loyalty dinyatakan valid, sebab nilai r hitung $> 0,3$.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
Citra Koperasi (X1)	Tanggung Jawab Sosial			
	X1.1_1	0,684	0,3	Valid
	X1.1_2	0,580	0,3	Valid
	X1.1_3	0,343	0,3	Valid
	Inovasi			
	X1.2_1	0,633	0,3	Valid
	X1.2_2	0,633	0,3	Valid
	X1.2_3	0,633	0,3	Valid
	Kualitas Manajemen			
	X1.3_1	0,564	0,3	Valid
	X1.3_2	0,796	0,3	Valid
	X1.3_3	0,503	0,3	Valid
	Kepercayaan Masyarakat			
	X1.4_1	0,564	0,3	Valid
	X1.4_2	0,796	0,3	Valid
	X1.4_3	0,503	0,3	Valid
Kualitas Layanan (X2)	Berwujud			
	X2.1_1	0,812	0,3	Valid
	X2.1_2	0,496	0,3	Valid
	X2.1_3	0,675	0,3	Valid
	Empati			
	X2.2_1	0,633	0,3	Valid
	X2.2_2	0,633	0,3	Valid
	Keandalan			
	X2.3_1	0,955	0,3	Valid
	X2.3_2	0,943	0,3	Valid

	X2.3_3	0,933	0,3	Valid
Daya Tanggap	X2.4_1	0,938	0,3	Valid
	X2.4_2	0,938	0,3	Valid
Keyakinan	X2.5_1	0,533	0,3	Valid
	X2.5_2	0,578	0,3	Valid
	X2.5_3	0,701	0,3	Valid
	Repeat Purchase			
Retention	Y.1_1	0,835	0,3	Valid
	Y.1_2	0,835	0,3	Valid
Customer Loyalty (Y)	Y.2_1	0,969	0,3	Valid
	Y.2_2	0,935	0,3	Valid
	Y.2_3	0,952	0,3	Valid
	Referrals			
	Y.3_1	0,964	0,3	Valid
	Y.3_2	0,964	0,3	Valid

Sumber : Output SPSS (data diolah peneliti)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji reliabilitas data yang diperoleh dari nilai penelitian *cronbach's alpha* variabel citra koperasi (X1), kualitas layanan (X2) dan customer loyalty (Y) karena nilai koefisien *cronbach's alpha* > 0,60.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Citra Koperasi (X1)	Tanggung Jawab Sosial	0,682	0,6	Reliabel
	Inovasi	0,774	0,6	Reliabel
	Kualitas Manajemen	0,766	0,6	Reliabel
	Kepercayaan Masyarakat	0,859	0,6	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	Berwujud	0,793	0,6	Reliabel
	Empati	0,774	0,6	Reliabel
	Keandalan	0,957	0,6	Reliabel
	Daya tangaap	0,957	0,6	Reliabel
Customer Loyalty (Y)	Keyakinan	0,967	0,6	Reliabel
	Repeat Repurchase	0,910	0,6	Reliabel
	Rentention	0,973	0,6	Reliabel
	Referrals	0,982	0,6	Reliabel

Sumber : Output SPSS (data yang diolah peneliti)

Tabel 3. Hasil Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unrestricted Asymptotic Significance
N		700
	Information Variable ^{a,b}	
Statistic	Mean	.000
	Std. Deviation	.217461034
	Skewness	.00000
	Kurtosis	.00000
Asymptotic Significance	2-tailed	.944
	Exact	.944

a. Test of Normality for Information Variable.
b. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS (data yang diolah peneliti)

Pada tabel 3 hasil uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov*, diperoleh nilai sig. Sebesar 0,944 > 0,05 artinya data berdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Multikolonieritas

Collinearity^a

Model	Collinearity Statistics	Tolerance		VIF	
		1	2	1	2
1	Constant	.999	.999	1.001	1.001
2	Information Variable	.999	.999	1.001	1.001
3	Information Variable	.999	.999	1.001	1.001

a. Dependent Variable: Information Variable

Sumber : Output SPSS (data yang diolah peneliti)

Pada tabel 4 hasil uji multikolonieritas diperoleh nilai *Variant Inflation Factor (VIF)* tiap variabel < 10 artinya penelitian ini bebas dari multikolonieritas.

Tabel 5. Uji autokolerasi

Model Summary^a

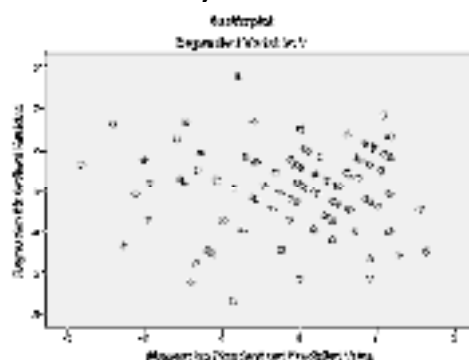
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.999 ^a	.999	.999	.000	2.227

a. Predictors: (Constant), Information Variable
b. Dependent Variable: Information Variable

Sumber : Output SPSS (data yang diolah peneliti)

Pada tabel 5 hasil uji autokolerasi diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,227 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1,744 dan kurang dari 2,256 (4-du) artinya tidak terdapat autokorelasi

Gambar 6. Uji heterokedastisitas



Sumber : Output SPSS

Pada gambar 6 grafik scatter di atas, titik-titik tidak membentuk pola dan tidak hanya terdapat di daerah 0, artinya tidak ada gejala heterokedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji regresi linear berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	5,690	,000		,000			
	X1	,130	,000	,319	,000			
	X2	,286	,000	,319	,000			

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS

Pada tabel 7 diatas untuk nilai regresi linier berganda adalah $Y = 5,690 + 0,130X_1 + 0,286X_2 + e$

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	5,690	,000		,000			
	X1	,130	,000	,319	,000			
	X2	,286	,000	,319	,000			

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 8 diperoleh t tabel pada 100 responden sebesar 2,818 Berdasarkan tabel 4.35 hasil output pada tabel diatas dapat diketahui bahwa :

- Pada Citra Koperasi (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty, dengan ditunjukkan dari besarnya nilai t hitung = 6,000 > t table = 1,66 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 yang artinya variabel Citra Koperasi (X1) mendukung terhadap Customer Loyalty (Y), dan hasil pengujiannya menyatakan Ho ditolak dan Ha diterima.
- Pada variabel Kualitas Layanan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty (Y), dengan ditunjukkan dari besarnya nilai t hitung = 8,273 > t table = 1,66 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05 yang artinya variabel Kualitas Layanan (X2) mendukung terhadap Customer Loyalty (Y), dan hasil pengujiannya menyatakan Ho ditolak dan Ha diterima.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	451,586	2	225,793	46,784	,000 ^b
	Residual	595,154	97	6,136		
	Total	1046,740	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1, X2

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 9 hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 46,784 sedangkan Ftabel sebesar 3,09 sehingga nilai Fhitung > Ftabel dan nilai (df=99). Nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 sehingga nilai signifikansi < 0,05. Karena Fhitung > Ftabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Citra Koperasi (X1) dan Kualitas Layanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty (Y) di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Amanah Ummah.

SIMPULAN

- 1) Citra koperasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty di KSPPS Amanah Ummah cabang Karah Surabaya

- 2) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty di KSPPS Amanah Ummah cabang Karah Surabaya
- 3) Citra koperasi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer loyalty di KSPPS Amanah Ummah Cabang Karah Surabaya

IMPLEMENTASI

Penelitian ini berguna untuk KSPPS Amanah Ummah cabang Karah Surabaya agar memperhatikan Citra Koperasi dan Kualitas Layanan supaya meningkatkannya customer loyalty. Jika citra koperasi baik dan kualitas layanan baik maka akan banyak nasabah yang di KSPPS Amanah Ummah cabang Karah Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, S. R. K. (2011). *Pengaruh Citra Koperasi, Pelayanan dan Motivasi Anggota Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Segarbo Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Amilin, M. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota di Koperasi Syari'ah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Ekawati, R. D. (2014). Pengaruh Citra, Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Wanita Persada Mandiri Salatiga. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1).
- Kusdayanti, N. (2016). Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Setia Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 5(2), 124-131.
- Karuniati, N. M. W., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2021). Pengaruh Citra Koperasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Amertha Dana Lestari di Badung. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Parwisata*, 1(1), 394-411.

ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL UNTUK OPTIMALISASI LABA SEPATU SANDAL HILMI FASHION

Nanda Tri Hardina¹, Siti Istikhoroh²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
nandatri723@gmail.com¹, istiistic@gmail.com²

ABSTRACT

This research uses descriptive qualitative research with case study method. Using primary data sources and secondary data and data collection methods are carried out by conducting interviews and documentation. To test the validity of the data in this study using triangulation. Purposive sampling was used in this study to select informants based on the criteria, namely the extent to which the informants understand and know the problems that will be studied in the study. In this study, there were results that Hilmi Fashion in calculating the cost of the product was not maximized due to product costs that should be taken into account but not included in the cost group. Thus, the selling price of the product set by Hilmi Fashion is too low compared to the calculation that should result in a decrease in profits. Therefore, improvement of the theory of calculating the selling price at Hilmi Fashion is very necessary so that the expected profit planning can be optimal.

Keywords: Selling Price, Cost of Product, Profit Optimization, Pricing Strategy.

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Menggunakan sumber data primer dan data sekunder dan metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Purposive Sampling di gunakan dalam penelitian ini untuk memilih informan berdasarkan kriteria yakni sejauh mana informan memahami dan mengetahui masalah yang akan dikaji dalam penelitian. Pada penelitian ini terdapat hasil bahwa Hilmi Fashion dalam menghitung biaya pokok produk belum maksimal disebabkan ada nya biaya produk yang harusnya diperhitungkan tetapi tidak dimasukkan ke dalam golongan biaya tersebut. Sehingga, harga jual produk yang ditetapkan oleh Hilmi Fashion terlalu rendah dibandingkan dengan perhitungan yang seharusnya dapat berakibat penurunan laba yang didapatkan. Oleh sebabnya, perbaikan teori perhitungan penetapan harga jual di Hilmi Fashion sangat diperlukan agar perencanaan laba yang diharapkan dapat optimal.

Kata Kunci : Harga Jual, Harga Pokok Produk, Optimalisasi Laba, Strategi Penetapan Harga.

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) turut serta mempengaruhi per kembangan ekonomi di Indonesia karena sebagian besar penduduk Indonesia hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional mau pun modern dan berakibat ada nya saingan antar UKM yang satu dengan lainnya terutama pada produk yang sejenis. Permasalahan ter sebut bagi UKM adalah ancaman dan segera di tindak lanjuti sebab secara langsung ber pengaruh pada kelangsungan kehidupan usaha, serta penjualan dari produk yang di hasilkan merupakan sumber pendapatan utama bagi UMKM tersebut. Solusi untuk mengatasi hal tersebut adalah UKM di tuntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan. Salah satunya yaitu dengan mengetahui harga yang tepat. Harga merupakan sebuah komponen penting atas suatu produk yang akan ber pengaruh terhadap pemasukan atau pendapatan bagi pemilik usaha UKM. Harga atau nilai suatu produk dan fungsi produk perusahaan adalah hal yang ber kaitan dengan perusahaan yaitu kelangsungan hidup usaha. Harga di kenakan sesuai dengan harga produk sejenis yang terdapat pada pasar sehingga masyarakat dapat menerima nya serta akhir nya akan memberi dukungan untuk upaya meningkatkan pendapatan laba bersih usaha. Dalam kehidupan, terjadi nya harga jual di tentukan oleh penjual atau pemilik usaha dan

pembeli. Semakin tinggi daya beli konsumen, maka semakin besar kemungkinan bagi pemilik usaha untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian, pemilik usaha memiliki harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada, melalui penetapan harga.

Penetapan harga jual merupakan keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu (Buchari Alma, 2011). Keputusan penetapan harga jual merupakan keputusan yang tidak mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhi, baik faktor ekstern maupun intern. Tinggi rendahnya harga jual selalu menjadi perhatian pertama bagi para konsumen saat mereka mencari sebuah produk. Jika harga yang ditetapkan terlalu besar dengan harapan ingin mendapatkan laba yang optimal belum tentu produk akan laku terjual dan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan karena konsumen akan lari ke pesaing produk yang sejenis apabila dapat menawarkan kualitas yang relative sama dan harga jual yang cenderung lebih rendah. Begitu juga sebaliknya, jika harga jual yang ditetapkan terlalu rendah agar produk dapat terjual laris akan menghasilkan laba yang rendah. Kesalahan dalam menetapkan harga jual akan mengakibatkan harga jual berada dibawah atau diatas biaya penuh dan biaya produksi serta harga jual dinilai terlalu tinggi atau terlalu rendah di banding dengan harga jual dari pesaing yang memproduksi produk yang sejenis. Apabila terjadi hal demikian, akan berdampak mengurangi kemampuan perusahaan untuk ber saing di pasaran. Oleh karena itu, perusahaan pun harus melakukan per timbangan yang relevan dalam menetapkan harga produk dengan tepat dan cermat.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi harga adalah kondisi ekonomi, per mintaan serta penawaran, elastisitas per mintaan, per saingan, biaya, tujuan manager dan pengawasan pemerintah (Rudianto, 2013). Dalam penetapan harga harus memerlukan per timbangan yang mendalam dan ketelitian agar mendapatkan harga yang benar, sesuai dengan harapan serta tujuan pemilik usaha. Pada umum nya setiap perusahaan mempunyai tujuan yang ingin dicapai, salah satu nya yaitu mendapat laba yang optimal. Untuk dapat mencapai laba yang optimal pada dasar nya setiap pemilik usaha selalu berupaya untuk menekankan biaya produk serendah mungkin tanpa mengesampingkan kualitas produk yang di hasilkan. Perencanaan laba merupakan tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan (Danang Sunyoto, 2013). Agar mendapatkan laba yang optimal, maka pelik usaha harus bisa mengoperasikan semua aktivitas perusahaan dengan maksimal.

Kesalahan dalam penetapan harga jual seringkali dilakukan oleh perusahaan engan skala kecil atau menengah (UMKM) sebab dalam mempertimbangkan keputusan dalam penetapan harga jual produk belum tepat karena tidak berdasarkan prinsip akuntansi yang benar, pemilik usaha hanya menggunakan perkiraan saja. Dalam perhitungan biaya produksi, perhitungan biaya non produksi dan laba merupakan hasil dari perkiraan pemilik usaha sehingga tidak heran apabila banyak perusahaan yang gulung tikar akibat penghasulan dari penjualan produk tidak dapat menghasilkan laba yang diharapkan serta tidak dapat menutup seluruh biaya produksi.

Hasil penelitian terdahulu terkait dengan penetapan harga jual untuk optimalisasi labadiperoleh temuan yang berbeda-beda. I Ketut Patra dan Agus Salim (2014) menyatakan bahwa basarnya laba yang diperoleh perusahaan, dapat dihitung dengan menyelisihkan antara hasil penjualan dengan harga pokok produksi, sedangkan Yulinda (2019) menyatakan bahwa perhitungan harga jual produk perusahaan dengan menentukan *mark up* yang tinggi ternyata tidak memberikan keuntunga yang besar bagi pemilik usaha. Rini Beutari dan Laelisneni (2017), Agus Athori (2015) menyatakan harga jual yang berdasarkan perkiraan pemilik usaha dapat menghasilkan laba optimal dibandingkan dengan metode akuntansi yang ada. Wina Wiranata Khosasih (2018) menyatakan bahwa perhitungan penetapan harga jual berdasarkan metode akuntansi dapat menghasilkan laba dalam jumlah yang berbeda, sedangkan Dedi Mulyadi dan Santi Pertiwi Hari Sandi (2015) menyatakan perhitungan penetapan harga jual berdasarkan pesanan pada perusahaan tidak berbeda jauh dengan perhitungan menurut metode akuntansi. R Bambang Dwi Waryanto dan Nasrulloh (2014) menyatakan bahwa harga pokok produksi

berpengaruh terhadap harga jual. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut, diperlukan pengamatan lebih lanjut untuk mengetahui kesesuaian hasil temuan apabila dilakukan penerapan pada kondisi yang berlainan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui penetapan harga jual produk yang ditentukan oleh pemilik usaha dalam pembuatan produk.

METODE

Metode penelitian yang di lakukan yaitu dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini, data di kumpulkan dari sumber primer yaitu di dapatkan langsung dari narasumber, serta sumber skunder yaitu di peroleh dari dokumen yang ada pada perusahaan. Supaya data terjamin keabsahan nya di gunakan teknik secara triangulasi. Narasumber pada penelitian ini di pilih secara *Purposive Sampling*, mereka yang di pilih berdasarkan kriteria, yakni sejauh apa informan memahami serta mgetahui permasalahan yang akan diteliti sebagaimana yang di rumuskan dalam pertanyaan wawancara. Pengumpulan data dalam penelitian ini di lakukan melalui teknik wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Data di olah dengan mempergunakan teknik analisis data, yaitu : reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*verifikasi*) ber dasarkan teori yang telah ditentukan.

HASIL

Tabel 1. Perbandingan Hitungan Biaya Pokok Produk

Perbandingan Biaya Pokok Produk Pada Hilmi Fashion dan Metode Akuntansi Januari – Desember 2018			
	Seharusnya	Hilmi Fashion	Selisih
HPP	Rp. 36.651.000	Rp. 27.551.000	Rp. 9.100.000
HPP Per Unit	Rp. 31.870	Rp. 23.957	Rp. 7.913

Sumber : Data Diolah, 2019

Tabel di atas dapat di lihat bahwa adanya selisih Rp. 9.100.000,00 untuk biaya pokok produk yang nanti nya dapat mempengaruhi penetapan harga. Selama ini Hilmi Fashion tidak menghitung keseluruhan biaya over head, yang seharusnya di bebaskan ke dalam biaya pokok produk. Sehingga terdapat selisih pada perbandingan harga pokok produk Hilmi Fashion dengan metode perhitungan akuntansi.

Tabel 2. Perbandingan Penetapan Harga Jual

Perbandingan Harga Pada Hilmi Fashion dan Teori Markup	
	Harga Jual
Teori Markup	Rp. 44.618
Hilmi Fashion	Rp. 33.540
Selisih	Rp. 11.078

Sumber : Data Diolah, 2019

Dapat dilihat terdapat perbedaan antara harga jual setelah dilakukan hitungan yang sesuai dengan teori akuntansi yang ada sejumlah Rp. 11.078 apabila dibanding dengan hitungan yang dilakukan Hilmi Fashion. Adanya perbedaan hitungan tersebut dapat mempengaruhi laporan laba rugi Hilmi Fashion.

Tabel 3. Laba Rugi Menurut Perhitungan Akuntansi

HILMI FASHION LABA RUGI
31 Desember 2018

PENJUALAN BERSIH	
Penjualan	Rp. 51.310.700,00
Retur Penjualan dan Diskon	
Laba Bersih	Rp. 51.310.700,00
HARGA POKOK PRODUKSI	
Harga Pokok Produksi Persediaan Barang Jadi Akhir	
Harga Pokok Produksi	(Rp. 36.651.000,00)
Laba Kotor	Rp. 14.659.700,00
BIAYA OPERASIONAL	
Biaya Penjualan	
Biaya Gaji Bagian Pemasaran	Rp.1.600.000,00
Biaya Pemasaran	Rp.600.000,00
Total Biaya Penjualan	Rp.2.200.000,00
Biaya Administrasi dan Umum	
Biaya Perlengkapan Kantor	Rp.300.000,00
Biaya Gaji Admum	Rp.2.000.000,00
Biaya Peny Peralatan	Rp.2.500.000,00
Jumlah Biaya Admum	Rp.4.800.000,00
Jumlah Biaya Oprasional	(Rp.7.000.000,00)
Laba Bersih Usaha	Rp.7.659.700,00

Sumber : Data Diolah, 2019

Pada tabel laba rugi tersebut, didapatkan perbandingan hitungan dari teori Hilmi Fashion dengan hitungan akuntansi. Pada perhitungan tersebut, pemasukan yang diperoleh Hilmi Fashion lebih kecil dibanding dengan hitungan yang tepat menggunakan metode akuntansi yang ada. Disebabkan biaya penyusutan, biaya kesejahteraan karyawan, biaya PBB, biaya perawatan peralatan dan biaya telepon yang merupakan biaya-biaya produksi yang seharusnya diperhitungkan ke dalam biaya pokok produk. Tentunya ini dapat mempengaruhi biaya produk sepatu sandal tentunya lebih kecil. Apabila biaya lebih kecil dapat mempengaruhi penetapan harga yang lebih murah dari harga seharusnya yang sudah diperhitungkan dengan teori *Markup*. Yang menunjukkan laba didapatkan oleh Hilmi Fashion selama ini adalah kurang tepat, sebab meskipun Hilmi Fashion sudah mentargetkan laba diatas harga jual, tetapi di hitungan biaya pokok produk terdapat banyak biaya yang tidak dihitung. Setelah itu labarugi yang di buat oleh peneliti berdasar pada hitungan yang telah ada pada perusahaan, Hilmi Fashion hanya memperoleh laba pada tahun 2018 sejumlah Rp. 5.310.000.

Setelah itu, memasukkan penjualan sesuai harga seharusnya dengan hitungan teori *Markup* yang telah di hitung di bagian sebelum ini. Dari hasil hitungan di dapatkan laba bersih sebesar Rp. 7.659.700 yang lebih besar dan optimal yang sangat menguntungkan bagi Hilmi Fashion.

SIMPULAN

Simpulan pada penelitian “Analisis Penetapan Harga Jual Untuk Optimalisasi Laba Sepatu Sandal Hilmi Fashion” ber dasarkan hasil penelitian yang di lakukan adalah sebagai berikut ini :

1. Hasil penelitian menunjukkan perhitungan bianya pokok produk pada Hilmi Fashion untuk penjualan pada tahun 2018 menggunakan hitungan yang sederhana yaitu merupakan data pada sebelumnya tidak pernah diolah untuk dijadikan laporan keuangan.
2. Hasil penelitian pada biaya pokok produk menunjukkan hitungan biaya pokok produk pada Hilmi Fashion lebih rendah dari hitungan biaya pokok produk menggunakan teori akuntansi yang ada.
3. Harga yang di terapkan oleh Hilmi Fashion lebih murah dari harga yang di hitung menggunakan

teori Markup.

4. Tidak ada nya pengelompokkan biaya berdasarkan sifat nya, sehingga tidak di ketahui biaya apa saja yang termasuk dalam biaya tetap mau pun biaya variabel.
5. Hilmi Fashion tidak membeban kan biaya over head dengan benar.
6. Terdapat perbedaan antara biaya pokok produk dan harga dapat ber pengaruh pada perhitungan laba yang merupakan target Hilmi Fashion dan mengakibatkan laba yang dihasilkan pada produk tidak optimal.

IMPLIKASI

Hilmi Fashion dapat menghitung dan memperhatikan dengan benar seluruh komponen pada biaya pokok produk sesuai dengan teori akuntansi secara tepat serta akurat, hingga sampai pada tahap laporan laba rugi supaya pencapaian usahanya bisa dianalisis serta dapat di gunakan sebagai bahan evaluasi serta pengambilan keputusan supaya kesalahan dalam perhitungan penetapan harga jual tidak terjadi sehingga mendapatkan laba yang optimal. Hilmi Fashion dengan melakukan pengelompokkan biaya dapat diketahui biaya-biaya untuk mempermudah dalam melakukan hitungan biaya pokok produk.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini sebatas pada perhitungan penetapan harga jual produk, perhitungan perencanaan laba yang ditentukan oleh perusahaan dan perhitungan biaya yang di keluarkan oleh perusahaan selama proses produksi hingga produk dijual. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan pengamatan pada variabel lain, permasalahan yang dihadapi perusahaan, obyek dan metode penelitian yang berbeda. Atau informasi perusahaan yang berhubungan dengan penetapan harga jual dan perencanaan laba yang optimal. Selain itu, keterbatasan waktu yang diberikan dalam melakukan kegiatan penelitian. Dan periode pengamatan yang hanya satu tahun memberi keterbatasan pada pengamatan dalam penelitian. penambahan periode pengamatan yang lebih besar diharapkan mampu memberikan hasil penelitian yang lebih relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bachri, Bachtiar S. *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*. Vol.10 No. 1.
- Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Beutari, Dian, Rini dan Laelisneni. 2017. Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Perencanaan Laba Pada Home Industri Tempe Setia Budi Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*. Volume 06;52-60).
- Iman, Firmansyah . 2013 . *Akuntansi Biaya Itu Gampang*, Dunia Cerdas, Bandung. Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya Edisi 5*. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.
- Nurhayati, Yuli. Masela, Asti. 2016. Analisis Penentuan Harga Jual Perkemasan Produk Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Menentukan Laba yang Dihasilkan Pada Usaha Susu Kedelai Eggy Fajri. *Jurnal Akuntanika*. Vol 1; no.2.
- Patra, Ketut, i dan Salim, Agus. 2014. Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Laba Pada Rumah Makan Ulu Bete Laut Di Masamba Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* Volume 01;17-27).
- Rudianto (2013), *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*, Grasindo, Jakarta.
- Sujarweni V. Wiratna, (2015), *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*. Jakarta: *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis – Universitas PGRI Adi Buana Surabaya*

Center of Akademic Publishing Service.

- Toar, Oktavia.Karamoy, Herman dan Wokas, Heince.2017.Analisis Perbandingan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing dan Mark Up Pricing Pada Dolphin Donuts Bakery.*Jurnal EMBA*.Volume 5;2040-2050).
- Waryanto, Dwi, Bambang dan Nasrulloh.2014.Pengaruh Penentuan Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual Pada Industri Krupuk (study kasus di UD. Inin Jaya Samabang). *Majalah Ekonomi*.Volume XVIII; No 2.
- Yulinda (2019). *ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN PEROLEHAN LABA BERSIH PADA PT. MESTIKA MANDIRI MEDAN.*

PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT DAN PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL PADA PT. PANCADAYA MANUNGGAL SENTOSA DI SIDOARJO

Nirma Veronica¹, Untung Lasiyono², Yuli Kurnia Firdausia³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : nirmaveronica11@gmail.com , untunglasiyono@unipasby.ac.id , virdajulie9@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine the effect of Total Quality Management and Budget Participation on Managerial Performance at PT Pancadaya Manunggal Sentosa Sidoarjo. This type of assessment is a survey with quantitative design. Evident collection method with a questionnaire. The sampling method probability sampling, so the sample used in this study is employees who are given a questionnaire where many samples are calculated using Slovin formula. And the samples taken were 35 employees of PT Pancadaya Manunggal Sentosa. Evidence analysis using the pathway result of the evidence analysis study can be described as follows: (1) Total Quality Management has a positive effect on managerial performance, (2) Budget participation has an effect on managerial performance. This research uses a questionnaire that only accelerates the informants' assessment of managerial performance so that the reviewer cannot monitor the informants' answer that do not show the true status from the question asked.

Keywords: Total Quality Management, Budgetary participation, and managerial performance.

ABSTRAK

Pengkajian ini memiliki tujuan guna melakukan pengujian perihal pengaruh Total Quality Management, Partisipasi Anggaran terhadap Kinerja manajerial Pada PT Pancadaya Manunggal Sentosa Sidoarjo. Ragam pengkajian ini adalah survey dengan desain kuantitatif. Metode pengumpulan evidensi dengan kuesioner. Metode Pengambilan sampel yaitu sampling jenuh, maka pemakaian sampel pada pengkajian ini adalah pegawai yang diberikan kuesioner. Dan sampel yang diambil adalah karyawan PT Pancadaya Manunggal Sentosa sebanyak 35 karyawan. Analisa evidensi memakai penguraian jalur hasil hasil pengkajian analisis evidensi mampu diuraikan demikian: (1) Total Quality Management memiliki pengaruh positif terhadap performa manajerial, (2) Partisipasi Anggaran memiliki pengaruh positif terhadap performa manajerial. Penggunaan kuesioner dalam pengkajian ini hanyalah mengeksplanasikan penilaian informan atas performa manajerial, yang bermuara pada tidak adanya kapabilitas pengkaji dalam memonitoring respon informan yang tidak memperlihatkan realitas kondisinya. Kuesioner mampu pula memaparkan evidensi yang diperoleh memiliki perbedaan peluang sebab adanya ketidaksamaan pandangan diantara pengkaji dengan informan atas sejumlah pertanyaan yang diutarakan.

Kata kunci: Total quality management, Partisipasi anggaran dan Kinerja manajerial.

PENDAHULUAN

Baiknya manifestasi keuangan lazimnya tak permisif atas keberlangsungan kinerja manajerial di perusahaan. Hal ini sehaluan terhadap konsep (Djuitaningsih dan Rahman: 2011) bahwasanya, kinerja manajerial hendaknya berotoratif positif atas manifestasi keuangan perusahaan, yang bermuara pada keharusan bagi manifestasi manajerial untuk memperoleh penilaian baik guna mendukung eskalasi manifestasi keuangan perusahaan. Lazimnya, penerjemahan atas manifestasi manajerial dimaknai menjadi keberhasilan serta efisiennya pengelolaan telah melakukan kegiatan tat kala mendapatkan animo institusi. Manifestasi manajerial dalam perusahaan sangat prinsipil karena manifestasi manajerial yang belum maksimal mampu memicu tidak adanya kapabilitas dalam berkompetisi bersama kompetitornya. Melalui baiknya manifestasi manajerial maka didambakan perusahaan memiliki kapabilitas bersiteguh pada kompetisinya bersama kompetitor. Diperoleh sejumlah plastis yang diperkirakan mampu memberikan pengaruh pada manifestasi manajerial yang telah melalui pengkajian sejumlah peneliti tetapi dijumpai keberagaman temuan. Plastis ataupun variabel yang sudah melalui tahapan pengkajian sebelumnya tersusun atas: Partisipasi pencatatan anggaran (Setyarini dan Susty: 2014), teknologi warta, *job relevant*

information, sistem pengukuran manifestasi dan lainnya. Pengkajian ini nantinya memuat faktor Total Quality Management serta partisipasi anggaran sebagai faktor yang memimpin manifestasi manajerial.

Diantara variabel yang memimpin manifestasi manajerial ialah partisipasi anggaran. Anggaran lazimnya dipahami sebagai program tertulis tentang kepaduan aktivitas dinyatakan selaku kuantitatif pada periodisasi yang sudah ditentukan. Supaya tergapainya kelancaran konkretisasi, manajer wajib sungguh-sungguh mendalami kewajibannya perihal upaya mengikhtiarkan supaya tergapainya anggaran. Pengkajian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh total quality management serta partisipasi anggaran terhadap manifestasi manajerial. Berlandaskan eksplanasi yang ada, pengkaji hendak melaksanakan pengkajian studi yang bertajuk “Pengaruh *Total Quality Management* dan Kontribusi Anggaran terhadap manifestasi manajerial pada PT Pancadaya Manunggal Sentosa Sidoarjo”.

PT Pancadaya Manunggal Sentosa ialah perusahaan pada sektor layanan penyediaan onderdil forklift serta penjualan forklift untuk keperluan pabrik-pabrik besar diwilayah Indonesia khususnya Sidoarjo. Pancadaya Manunggal Sentosa telah berdiri lebih dari satu dasawarsa, senantiasa konsisten pada perkembangan forklift buatan Itali, keahlian, pengalaman dan profesionalitas yang dimilikinya telah mampu memberi solusi bagi setiap pelanggan atas kebutuhan forklift maupun masalah-masalah pada forklift. PT Pancadaya Manunggal Sentosa Sidoarjo dengan anugrah pada Tuhan Yang Maha Esa focus dalam pekerjaan serta berkeinginan untuk memberikan yang terbaik. Pancadaya Manunggal Sentosa forklift layak sebagai mitra yang dapat dipercaya dalam pengadaan serta perawatan forklift. Ketelitian dan pengalaan yang tinggi dari para mekanik, serta menggunakan *Genuine Part* dalam mrngganti bagian-bagian forklift yang rusak , sehingga *forklift recort* , sehingga forklift record PT Pancadaya Manunggal Sentosa mempunyai *Operating Performa* meskipun bukan *new brand*. Devisi rental PT Pancadaya Manunggal Sentosa memberikan informasi atas kebutuhan forklift dengan mengutamakan efisiensi dalam jumlah unit, kapasitas yang dibutuhkan serta periode sewa yang tepat sehingga tercaoi solusi terbaik dalam pengadaan forklift diperusahaan yang dibutuhkan. Dari tahun ketahun PT Pancadaya Manunggal Sentosa telah melakukan perbaikan-perbaikan kinerja baik sumber daya manusia maupun peralatan kerja hingga PT Pancadaya Manunggal Sentosa forklift telah dipercaya melakukan perawatan dan perbaikan forklift dengan pola kontrak tahunan dengan perusahaan-perusahaan besar nasional. Ketersediaan suku cadang yang baik dengan kualitas “*Genuine*” adalah filosofi PT Pancadaya Manunggal Sentosa dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan untuk mengatasi masalah-masalah forklift agar tercapai solusi terbaik bagi konsumen.

KAJIAN TEORI

Total Quality Management ialah rancangan pada keberlangsungan usaha berupaya guna memaksimalkan daya saing keutuhan menggunakan kontinuitas rekondisi pada komoditas, jasa, manusia prose serta lingkungannya. Berlandaskan Tjiptono (2014) Aplikasi TQM pada tiap aksi perusahaan ialah wujud trik operasional guna tergapainya keunggulan kompetitif dengan meningkatnya mutu serta jumlah keseluruhan manajemen.

Definisi dan unsur TQM

Menurut Nasution (2010) TQM ialah desain saat mengoperasikan usaha yang berupaya memajukan kapabilitas bersaing organisasi menggunakan kontinuitas rekondisi pada komoditas, jasa, tenaga kerja, sistem serta lingkungannya. Terdapat 9 elemen superior pada TQM yang tersusun atas: (1) focus pada deposan, (2) fiksasi terhadap keunggulan, (3) desain ilmiah, (4) keterikatan jangka panjang, (5) perhimpunan tim, (6) rekondisi sistem secara global, (7) pengetahuan dan penataran, (8) kebebasan yang terkendali, (9) kesamaan tujuan.

Manfaat Penerapan TQM

Crosby dalam Tjiptono dan Chandra, 2014 : 172 dan 173 berikrar bahwa “*Quality is free*”. Bea beban guna perwujudan bermutunya suatu barang jauh lebih kecil ketimbang timbulnya bea beban jikalau perusahaan tidak mampu melakukan pemenuhan atas standarisasi serta berkualitas barang menciptakan keunggulan kompetitif yang ditandai dengan naiknya keuntungan serta tumbuhnya bisnis. Mampu ditarik konklusi bahwasanya, utilitas kualitas superior tersusun atas lebih baiknya loyalitas pelanggan, lebih besarnya pangsa bursa, kecenderungan tingginya harga saham, serta lebih tingginya harga jual produksi ataupun jasa.

Pengertian Anggaran

Estimasi ialah perangkat ketika merencanakan serta menangani dengan keefektifan pada dan penanganan yang organisasi, dengan keterjangkauan yang lebih sempit, lazimnya memuat periodisasi selama 1 tahun (Nafarin, 2012:19). Adapun Adisaputra mengemukakan bahwasanya estimasi ialah aktivitas utama yang berlangsung secara terperinci dimuat dengan formal secara kuantitatif guna memperlihatkan upaya perolehan landasan serta pemakaiannya pada kurun waktu yang sudah ditentukan, lazimnya setahun. Aktivitas dalam menata estimasi tersebut dinamai penganggaran. Anggaran memiliki 2 peranan strategis pada organisasi yakni untuk menjadi perangkat perencanaan serta perangkat penanganan. Penanganan aktivitas organisasi ataupun bagian organisasi dengan cara menganalogikan realitas penggapaian hasil yang melalui kesepakatan rencana. Jikalau realitas hasilnya berlandaskan substansial atas perencanaan, aktivitas tertentu wajib dilaksanakan guna memperoleh perbaikan.

Partisipasi Anggaran

Prosedur penyusunan estimasi ialah aktivitas krusial serta memiliki kompleksitas tinggi, karena memungkinkan adanya pengaruh fungsional serta disfungsional sikap serta perilaku anggota organisasi yang dipicunya. Menurut Nafarin (2013:31) mengemukakan secara mendalam bahwasanya taraf partisipasi serta pengaruh bawahan berkenaan konstruksi keputusan pada prosedur penyusunan estimasi ialah pemicu krusial yang dijadikan pembeda diantara estimasi partisipasi serta non partisipasi. Estimasi memiliki kontribusi besar sehingga memerlukan kehati-hatian ketika merancangnya. Jikalau pengalokasian anggaran memiliki kecenderungan terlalu longgar maka peranan estimasi selaku perangkat impuls tak tergapai, serta berlaku pada kondisi yang berlawanan.

Kinerja Manajerial

Performa manajerial ialah salah satu variabel yang mampu dipakai guna mewujudkan peningkatan efektifitas organisasi. Yazid (2013) mengemukakan bahwasanya, Performa manajerial ialah kinerja manajer perihal kepentingan manajerial yang mencakup: penjadwalan, investigasi, sinkronisasi, analisis, pengaturan staf, negosiasi serta perwakilan. Adapun Mangunegaran (2011) menginterpretasikan kinerja manajerial sebagai mekanisme yang dijalani individu dalam menganalisa ataupun menakar pencapaian kerja pegawainya. Penilaian kinerja mampu dilaksanakan secara kuantitatif serta kualitatif. Penilaian secara legitimasi ialah penilaian guna mendorong manajemen memperoleh arah dalam jangka pendek, adapun penilaian secara kualitatif ialah penilaian guna mendorong manajemen menggapai arah jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Studi berjenis peninjauan memakai pendekatan kuantitatif, konvensi pengumpulan data padapengkajian ini memakai data sekunder melalui pengiriman kuesioner yang ditujukan bagi partisipan. Pengkajian memakai observasi kuantitatif, yang dipahami sebagai pengkajian melalui tindakan evaluasi sejumlah konsep yang sudah ditentukan melalui proses menelaah relasi diantara variabel. Pengumpulan data dilaksanakan menggunakan distribusi jajak pendapat yang ditujukan bagi partisipan (Sugiono, 2016:7). Strategi kuantitatif ini berujud guna pemberian kejelasan rekaan perihal pengkajian persoalan.

Pada pengkajian mampu diperoleh data melalui pemakaian kuesioner tertutup sudah diberikan bobot, lalu dilakukan pengolahan data secara statistik.

Populasi ialah wilayah generalisasi tersusun atas haluan ataupun inti dengan mutu serta ciri tertentu yang dikehendaki peneliti guna ditelaah lalu ikhtisar. (Sugiono,2011:115) Seluruh karyawan PT Pancadaya Manunggal Sentosa sebanyak 35 orang dijadikan populasi pada studi ini.

Teknik Pengumpulan Sampel

Mekanisme pengambilan sampel ialah bagian pada populasi yang tersusun atas sejumlah pihak terpilih pada populasi. Teknik akumulasi sampel pada pengkajian memakai teknik *probability sampling* yakni teknik guna menyajikan kesamaan peluang bagi tiap-tiap bagian populasi guna dijadikan sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Meneladani Sugiono (2016) Teknik pengumpulan data menggambarkan tahapan superior pada pengkajian ini, sebab wujud terpenting pada pengkajian ini ialah memperoleh evidensi. Metode penghimpunan evidensi dijabarkan demikian:

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Faktor ialah apapun yang mampu dijadikan pembeda ataupun menyajikan keragaman dalam pembobotan. Pada pengkajian ini memakai tiga ragam faktor pengkajian. Faktor independen yakni faktor yang memberikan perintah bagi variabel lain, Faktor independen ini ialah pemicu yang nantinya memberikan perintah bagi variabel lain. Variabel swatantra pada pengkajian ini memakai Total Quality Management serta Partisipasi anggaran terhadap Kinerja manajerial. TQM dialihbahasakan menjadi kombinasi keseluruhan kontribusi manajemen, keseluruhan bagian dari perusahaan serta seluruh pihak yang dipandang komprehensif serta dirancang berlandaskan persepsi kualitas, kerja tim, produktivitas serta kepuasan pelanggan (Nasution,2005: 22). Variabel partisipasi anggaran yang ditargetkan pada pengkajian ini ialah tingkatan partisipasi serta pengaruh perseorangan pada penyusunan anggaran. Besaran kontribusi para manajer pada perencanaan anggaran. Taraf logisnya alasan pimpinan guna membenahi usulan anggaran yang disetujui manajer. Besarnya pengaruh manajer perihal estimasi dan kontribusi krusial atas estimasi. Intensitas manajer mempersilakan berdiskusi perihal anggaran.

Variabel dependen pada pengkajian ini ialah kinerja manajerial. Mengacu pada pendapat (Sugiono,2016:32) adalah faktor yang mempengaruhi menjadi efek sebab adanya faktor independen. Berlandaskan pandangan (SEkaran 2012:34) Variabel terikat ialah faktor yang dijadikan pusat pemikiran peneliti. Performa manajerial berfungsi pada pengukuran kinerja yang menaungi 3 indikator berlandaskan pengembangan pengkajian Mahoney et al (1963) yang tersusun atas: Persiapan, pengkoordinasian, serta pemilihan staf.

Validitas ialah parameter yang mengungkap jarak instrument pengukur atau kesanggupan indikator melakukan pengukuran variabel (Ghozali,2016:78). Adapun reabilitas ialah taksiran yang menunjukkan konsistensinya perangkat pengukuran perihal melakukan pengukuran peristiwa sepadan. Guna melaksanakan tes eminensi dari data primer, dipakai uji validitas serta uji reabilitas.

HASIL

PT Pancadaya Manunggal Sentosa adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan penjualan forklift serta onderdilnya dengan brand terkenal yaitu Toyota. Penyediaan forklift secara utuh atau secara terpisah yang hanya onderdilnya saja dapat dicari diperusahaan ini. Selain menjual suku cadang dari forklift PT Pancadaya Manunggal Sentosa menyediakan jasa reparasi jika forklift mengalami kerusakan dan harus mengganti suku cadang.

Deskripsi Data

Pengkaji dilakukan di PT Pancadaya Manunggal Sentosa Sidoarjo. Responden dalam pengkajian ini adalah karyawan PT Pancadaya Manunggal Sentosa. Jumlah kuesioner yang diolah adalah 35 data.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Total Quality Management (X1)

Item	r hitung	Keterangan
1.	751	Valid
2.	807	Valid
3.	624	Valid
4.	011	Valid
5.	028	Valid
6.	713	Valid
7.	818	Valid
8.	824	Valid
9.	793	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Berlandaskan bagan 1 diatas nilai t hitung lebih besar dari t table dan nilai r positif, mengindikasikan subyek afirmasi dinyatakan valid. Maka dari hasil uji validitas variabel total *Total Quality Manajement*, Kevalidan tersebut dibuktikan dengan temuan bahwasanya t hitung > t tabel.

Tabel 2. Uji Reabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Total Quality Managemet	0,800	Reabilitas
Partisipasi Anggaran	0,825	Reabilitas
Kinerja Manajerial	0,801	Reabilitas

Sumber : Data diolah,2021

Berlandaskan bagan 2 diatas uji reabilitas pada bagan diatas mampu disaksikan bahwasanya nilai *Alpha Croanbach* ialah 0,80o. Temuan tersebut mengindikasiakn bahwasanya, faktor *Total Quality Managemet* pada pengkajian ini mengakui reliable. Uji reliabilitas pada variabel penyusun anggaran dapat dilihat pada bagan bahwa nilai *alpha cronbach* adalah 0,825. Hal tersebut berarti variabel partisipasi anggaran pada pengkajian ini dikatakan reliable . Uji realibilitas pada kinerja manajerial tampak bahwa nilai *alpha cronbach* adalah 0, 801 yang berarti kinerja manajerial reliable.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov Smirnov	Sig (2 taled)	P value	Keterangan
Unstandardized residual	0,667	0,841	P > 0,05	Normal

Sumber : Data primer Spss

Hasil uji normalitas pada tabel 3 diperoleh melalui keseluruhan faktor mempunyai nilai sig > 0,05. Evidensi berdistribusi normal jikalau nilai p>0,05. Terindikasi siktisar bahwasanya keseluruhan variabel tersebut (TQM, Partisipasi anggaran dan kinerja manajerial) mempunyai alokasi dara yang normal, bebab besaran sig lebih tinggi dari 0,05

Tabel 4. Uji F

Item	F hitung	F tabel x	P value	Keterangan
Pengaruh TQM, PA terhadap kinerja manajerial	8,524	2,83	0,000	H ₂ diterima

Sumber : data primer diolah oleh penulis 2021

SIMPULAN DAN SARAN

Berlandaskan temuanl pengkajian analisa data mampu ditarik konklusi sejumlah kondisi demikian: (1) *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap performa manajerial. (2) Partisipasi Anggaran memiliki pengaruh positif terhadap performa manajerial . Berlandaskan konsekuensi perhitungan diatas memiliki arti bahwasanya besaran pengaruh tidak langsung lebih besar ketimbang besaran pengaruh langsung.

Merujuk dari hasil pengkajian analisa data penulis mampu mengutarakan rekomendasi sarab sejumlah aspek demikian: (1) Upaya menyederhanakan pemakaian kata dalam kuesioner supaya lebih dipahaminya konteks bagi informan yang bermuara pada minimalisirnya miskalkulasi persepsi. (2) Pengkaji berikutnya diekspektasikan menelaah dibeberapa areas sampel, supaya persebaran data terdistribusi sebaik-baiknya serta temuannya dalam kondisi maksimal. (3) Pengkaji berikutnya diekspektasikan menggunakan variabel lain yang mampu memberikan pengaruh pada performa manajerial dengan jumlah yang lebih banyak.

DASTAR PUSTAKA

- Desmiyawati. 2010. Pengaruh Desentralisasi , Ketidakpastian Lingkungan dan Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial. *Pebkis Jurnal*. Vol.2 No.3 Hal 346-354.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi VI*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Bambang Supomo dan Nur Indriantoro. 1998. Pengaruh Struktur dan Kultur Organisasi terhadap Keefektifan Anggaran Partisipatif dalam Peningkatan Kinerja Manajerial: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Kelola* no.18/VII : 61-84.
- Dunk, Alan S. 1990. *Budgetary Participation, Agreement on Evaluation Criteria and Manajerial Performance: a Research Note, Accounting Organizational and Society* Vol.15
- Kurnianingsih, R. dan Indriantoro, Nur. 2001. *Pengaruh sistem Pengukuran Kinerja dan Sistem Penghargaan terhadap Efektifitas Total Quality Management (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia)*. *Jurnal Riset Akutansi Indonesia* hal 28.
- Mahoney, T.A., T.H. Jerdee. 1963. *Development of Managerial Performance: A Research Approach*. Cincinnati: South western Publishing
- Mulyadi dan Johny Setyawan. 2001. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen: Sistem Pelipat Ganda Kinerja Perusahaan. Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Narsa, I Made dan Rani Dwi Yuniawati. 2003. *Pengaruh Interaksi antara Total Quality Management dengan Sistem Pengukuran Kinerja dan Sistem Pengharapan terhadap Kinerja Manajerial: Studi Empiris pada PT Telkom Divre V Surabaya*. *Jurnal Akutansi dan Keuangan*. Vol.5, No.1 : 18-34.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Suhartini, Dwi. 2007. *Pengaruh Total Quality Management terhadap Kinerja Manajerial dengan Budaya Organisasi sebagai Variabel Moderating pada PT Pertamina (persero) UPMS V Surabaya*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* Volume 8 Nomer 2, Juni 2008.
- Supratinigrum, Rr dan Zulaikha, 2003. *Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kinerja Manajerial dengan Pengukuran Kinerja dengan Sistem Penghargaan (Reward) sebagai variabel Moderating*, *Jurnal SNA VI*
- Tjiptono, Fandy dan Diana. 2003. *Total Quality Management Edisi Revisi*. Yogyakarta Penerbit Andi.

PENGARUH PENDAPATAN PREMI DAN BEBAN KLAIM TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN ASURANSI

Angela Fitra¹, Dra. Yuni Sukandani, SE.,MM²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

angelafitra@gmail.com

ABSTRAK

Pengaruh dari Pendapatan Premi serta Beban Klaim terhadap Laba perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019 merupakan tujuan dari penelitian ini. Populasinya laporan keuangan seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI period 2017 – 2019 berjumlah 14 perusahaan serta sampelnya sebanyak 10 perusahaan. Sampel yang diambil menggunakan teknik *purpposive sampling*. Analisis regresi linear berganda adalah metode yang dipakai. Berdasarkan hasil uji statistik variabel Pendapatan Premii (X1) memiliki pengaruh terhadap Laba (Y) yang memperoleh sig. sejumlah 0,004 ($0,004 < 0,05$). Beban Klaim (X2) berpengaruh terhadap Laba (Y) karena nilai signifikansi atau probabilitas 0,003 ($0,003 < 0,05$). Pendapatan Premi (X1) dan BebanKlaim (X2) memiliki pengaruh simultan pada laba (Y) karena nilai signifikan 0,025 ($0,025 < 0,05$). Hasil dari penelitian ini bisa dipakai untuk bahan pertimbangan dalam penetapan kebijakan pada perusahaan asuransi.

Kata Kunci : Beban Klaim, Laba, Pendapatan Premi

ABSTRACT

The effect of premium income and claims expense on the profit of insurance companies listed on the Indonesian Stock Exchange in 2017-2019 is the purpose study. In study, the population is the financial statements of all insurance companies listed on the Indonesian Stock Exchange in 2017-2019 as many as 14 companies and the sample is 10 companies. Samples were taken using purposive sampling technique. Multiple linear regression analysis is the method used by the researcher. Based on the statistical test results, the Premium Income variable (X1) has a positive and significant effect on Profit (Y) because it has a significant value of 0.004 ($0.004 < 0.05$). Claim Expenses (X2) have a positive and significant effect on Profit (Y) because the significance or probability value is 0.003 ($0.003 < 0.05$). Premium Income (X1) and Claims Expenses (X2) simultaneously affect Profit (Y) because the significant value is 0.025 ($0.025 < 0.05$). The results of the study can be used as a consideration in determining various policies for insurance companies.

Keywords : Claim Expense, Profit Premium Income

PENDAHULUAN

Asuransi ialah perjanjian dari lebih dari satu pihak, serta menerimanya bagi penggantian bagi bertanggung akibat kerusakan, hilangnya profit yang diinginkan, kerugian, serta pihak ketiga yang menanggung jawab hukum yang bisa diterima bertanggung yang muncul dari kejadian yang tidak pasti. (Abdulkadir Muhammad, 2017:11).

Pendapatan premi ialah uang dibayar oleh pihak yang bertanggung dari imbalan jasa yang sejalan dengan perjanjian.

Beban klaim biasa disebut juga dengan “sebagai objek, pengeluaran yang berguna untuk melakukan pengeluaran saat bertanggung serta mengajukan ganti rugi”. (Kasmir, 2018:349).

Premi asuransi pada BEI mengalami penurunan pada periode 2017-2018. “Pada tahun 2017 tercatat jumlah pendapatan premi sebesar Rp. 254,22 triliun”. Jumlah ini mengalami penurunan sebesar 19,4% jika dibandingkan dengan jumlah pada tahun 2018 yang berada pada Rp. 204,89 triliun. “Total pendapatan di tahun 2017 adalah sebesar 195,7 triliun ikut menurun sebesar 5% dibanding tahun 2018 yang berjumlah 185,88 triliun”. Asuransi jiwa mengalami peningkatan laba pada tahun 2017 sebesar 541,23 miliar (Husnan 2019:22).

Permasalahan penelitian ini adalah “apakah pendapatan premi serta beban klaim berpengaruh pada laba, serta apakah beban klaim serta pendapatan premi memiliki pengaruh simultan pada laba di perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI”. Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan yang akan dicapai adalah “Untuk Mengetahui Pengaruh Parsial Dari Pendapatan Premi Serta Beban Klaim Terhadap Laba, Serta Apakah Pendapatan Premi Dan Beban Klaim Berpengaruh Simultan pada Laba”.

TELAAH PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Wanda Agustranada, Yuliani, dan Samadi W. Baker (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Risk based Capital, Premi, Pembayaran Klaim, pada Pertumbuhan Laba”. [di Perusahaan Asuransi pada BEI Thn 2012- 2016].
2. Meilani Yolanda S (2019) dengan judul penelitian “ Pengaruhnya Pembayaran Klaim Pada Pertumbuhan Laba serta Pendapatan Premi Pertumbuhan Laba terhadap Pertumbuhan di Perusahaan Asuransi pada BEI Thn 2012- 2016.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Asuransi

Asuransi ialah “perjanjian dari dua pihak atau lebih, dengan menerima premi bagi penggantian kepada , kerusakan atau hilangnya keuntungan bertanggung, karena kerugian yang diharapkan, atau pihak ketiga yang menanggung jawab hukum yang bisa diterima bertanggung yang muncul dari kejadian yang tidak pasti”. (Sunnyoto, 2017:112).

2. Jenis Asuransi

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai beberapa jenis yang terdapat di Indonesia menurut Silvanita, 2016 :

- a. Asuransi bagi jiwa
- b. Asuransi untuk kerugian
- c. Asuransi untuk varia

3. Manfaat Asuransi

Manfaat dari asuransi adalah sebagai berikut (Mutmainnah, 2015:213) :

- a. Manfaat bagi kenyamanan serta perlindungan.
- b. Manfaat yang memiliki fungsi tabungan serta sumber pendapatan.
- c. Manfaat bagi media penyebaran serta risiko.
- d. Manfaat untuk Membantu meningkatkan kegiatan usaha.

4. Prinsip Asuransi

Menurut Danarti (2017:18) prinsip asuransi adalah sebagai berikut :

- a. *Insurable Interest*
- b. *Itikad Baik (Utmmost Good Faiith)*

- c. *Indemnitty*
- d. *Proximate Cause*
- e. *Subrogation*
- f. Kontribusi

C. Pendapatan Premi

Menurut Hendro (2017:547) Premi ialah “uang dibayar oleh pihak yang bertanggung dari imbalan atau jasa perlindungan yang sejalan berdasarkan perjanjian yang disetujui. “Pedapatan Premi adalah kewajiban perusahaan di masa depan”.

$$\text{Rumus} = \frac{\text{Premi Bruto} - \text{Premi Resuransi}}{\text{Penurunan premi bukan pendapatan}}$$

D. Beban Klaim

Mutmainnah (2017:260) menjelaskan, Beban klaim biasa disebut juga dengan pengeluaran yang berguna untuk pengeluaran saat pengajuan ganti rugi yang digunakan sebagai objek.

$$\text{Rumus} = \frac{\text{Beban Klaim Bruto}}{\text{Beban Klaim Reasuransi}}$$

E. Laba

Menurut pura (2016:12) “Selisih Harga Penjualan serta Biaya Produksi Merupakan Pengertian Laba”.

$$\text{Rumus} = \text{Laba sebelum pajak} - \text{Pajak Penghasilan}$$

Laba adalah “hasil aktivitas perusahaan dalam suatu period”. “Perusahaan mempunyai laba yang berkembang akan ditunjukan oleh kemampuan operasional perusahaan yang bagus”.

METODE PENELITIAN

Data penelitian merupakan datta kuanitatif. Populasinya adalah datta keuangan yang berada pada BEI Thn 2017-2019. Sampelnya diambil hanya 10 perusahaan dengan program SPSS 23 (*Statisstic Program for Sociall Sciennce*) yang digunakan di penelitian ini. Adapun langkah yang dilakukan sebagai berikut:

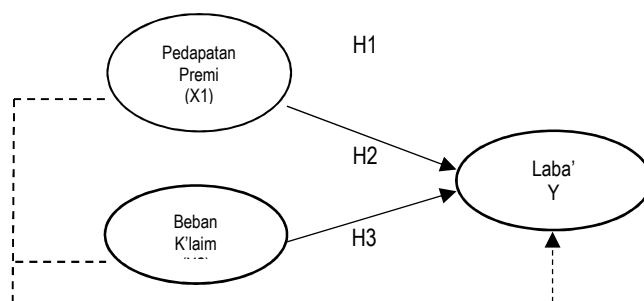
- a. Uji Asumssi Klassik Yang Terdiri Dari : Uji normallitas, Uji multikolonieritas, Uji Heteroskedastistas, serta Uji Autokoelasi.

Tahanapn analisis seperti berikut ini :

- a. Mencari sebuah persamaan regresi,
- b. Menentukan nilai keberartian persamaan regresi,
- c. Melakukan Uji hipotesis, yaitu:
 - 1) Hipotesis parsial (Uji t),
 - 2) Hipotesis simultan (Uji F), Uji R2

A. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptualnya seperti pada gambar dibawah ini :



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Keterangan :

- Pengaruh parsial
-----→ Pengaruh simultan

Kerangka konseptual memberikan gambaran bahwa penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variable bebas “Pedapatan Premi [X_1] dan Beban Klaim [X_2] terhadap variabel terikat Laba[Y] baik secara simultan dan parsial”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah peneliti memperoleh data dari hasil dokumentasi, selanjutnya peneliti melakukan analisis data yang sudah diperoleh. Langkah analisis seperti berikut:

A. Uji Asumsi Klassik

Pengujian Uji Asumssi Klassik dilakukan untuk “membuktikan penggunaan data sudah menggunakan data secara tepat berdasarkan konsep yang akan diukur. Dalam Uji Asumsi Klasik terbagi menjadi 4 pengujian yaitu sebagai berikut :

1. Uji Normallitas

Uji normallitas bertujuan “untuk menguji apakah menggunakan sampel yang berdistribusi normal atau tidak. Berikut hasil uji normallitas dengan metode *one-sample kolmogrov smirnov* dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23 :

Tabel 1
Hasil Uji One -Sample Kollmogrov-Smirnov
One-Sample Kollmogorov-Smirnov Test

		Untndardized Residuall
N		30
Normal Parmeters ^{a,b}	Mean_	,000000
	Std. Dev.	214,3964373
Most Extreme Differences	Absolute	,207
	Positive	,207
	Negative	-,170
Test Statistic		,207
Asymp. Sig. (2-tailed)		,301 ^c

a. Tes distributon is Normall.

b. Calcullated from datta.

c. Liliefors Significance Correction.

d. This a lower bound the true significance.

Sumber : Hasil Output SPSS versi 23 (*data diolah*)

Hasilnya Asym. Sig. (2-tailed) 0,301 ($0,301 \geq 0,05$). Dinyatakan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi dan model regresi berdistribusi normal.

2. Uji Multikollinearitas

Tujuan uji ini untuk ‘memastikan apakah terdapat korelasi variabel bebas atau independen pada model regresi’. Hasilnya seperti berikut ini :

Tabel 2
Hasil Uji Coefficientsa Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constantt)			
Pendapatan Premi	,979	1,021	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Beban Klaim	,979	1,021	Tidak Terjadi Multikolinearitas

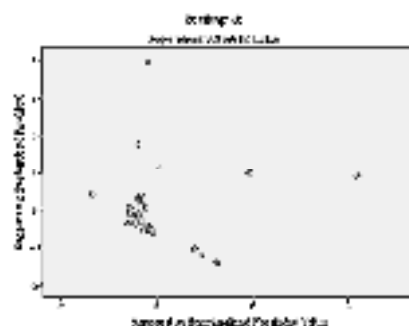
a. Dependen Variablle: Laba

Sumber : Hasil Output SPSS versi 23 (*data diolah*)

Hasilnya nilai *Tolerance* dari pendapatan premi (X1) ($0,979 > 0,10$), beban klaim (X2) ($0,979 > 0,10$) dan nilai VIF dari pendapatan premi (X1) ($1,021 < 10$), beban klaim (X2) sebesar ($1,021 < 10$). serta tidak ada gejala multikolineaitas.

3. Uji Heterokedastsitas

Apakah model regresi memiliki ketidaksamaan variance” merupakan tujuan uji ini. Hasilnya seperti berikut ini :



Gambar 2

Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil *Output* SPSS Versi 23 (*data diolah*)

Hasilnya dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena terlihat bahwa tidak ada titik yang membentuk karena pada sumbu Y pola serta penyebaran titik berada di atas serta pada bagian bawah 0.

4. Uji Autokorellasi

Pengujian ini digunakan “untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 sebelumnya”. Hasil pengujian seperti berikut ini.t

Tabel 3
Hasil Uji *Durbin- Watson*
Model Sumary^b

Model	R	R_Square	Adjusted R_Square	Std. Error of the Estimatte	Durbin- Watson
1	,490 ^a	,240	,183	222,195	2,225

a. Predictrs: (Constnt), Beban Klam, Pendapatn Premi

b. Depenent Variablle: Laba

Sumber : Hasil *Output* SPSS versi 23 (*data diolah*)

Nilai Durbin-Watson dalam uji autokorelasi melalui SPSS sebesar 2,225 Sedangkan nilai du sebesar 1,650 diperoleh dari tabel Dubin Watsson dengan level signifikan 0,05 pada k=3 dan n=30. Jadi bila dirumuskan tidak ada gejala autokorelasi karena DW ($2,225 > du$) ($1,650 < 4-du$) ($2,350$).

B. Analisis Regresi Linear

Peneliti menggunakan analisis datta dengan model statistik regresi linier berganda karena variabel independennya berjumlah 2 (dua) yaitu Pendapatan Premii (X1) serta Beban Klaiim (X2) serta Laba (Y).

Table 4
Hasill Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constantt)	143,465	136,572
	Pendapatan Premi	265,906	97,062
	Beban Klaim	223,130	33,390

Sumber : Hasil Output SPSS versi23 (*data diolah*)

Persamaannya seperti berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 143,465 + 265,906 + 223,130$$

Dimana :

- Y = Laba
a = Bilangan Berkonstanta
b₁, b₂ = Koefisien arah garis
X₁ = Pendapatan premi
X₂ = Beban Klaim

Hasil persamaan regresli ini Seperti berikut:

- Koefisiien regresi untuk Pendapatan premii sebesar 265,906 bertanda positif, artinya bahwa perubahan satuan pada pendapatan premi jika variebel lain tetap, laba akan berubah pada arah yang sama senilai 265,906.
- Koefisiien regresi Beban Klaim 223,130 tandanya positif, artinya perubahan satuan pada Beban Klaim maka "variebel lain tetap dan harga saham berubah di arah yng sama sejumlah 223,130.

C. Koefesien Determinasi

Kofiesien ini berguna untuk pengukuran kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependennya sudah sejauh mana Perhitungannya dapat dilihat di Tabel ini :

Tabel 5
Perhitungan Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R_Square	Adjusted R_Square	Std. Error of the Estimate
1	,790 ^a	,624	,383	222,195

a. Predictors: (Constant), Beban Klaim, Pendapatan Premi

b. Dependent Variable: Laba

Sumber : Hasil Output SPSS versi 23 (*data diolah*)

Nilainya adalah 0,624 dengan persentase 62,4%. Artinya "variebel Pendaptan Premi [X1] serta Beban Klaiim [X2] berpengaruh pada variabel Laba [Y] senilai 62,4%", sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian sejumlah 37,6%.

D. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji_t)

Pengujian dilakukan terhadap hipotesa yang berbunyi "Terdapat pengaruh Pendptan Premi serta Beban Klaim secara parsial pada Laba pada perusahaan Asuransi di (BEI) periode 2017 -2019". Hasilnya seperti berikut :

Tabel 6
Hasil Perhtungan Uji_t

Coefficients ^a			
	Model	t _{hitung}	Sig.
1	(Constant)	1,051	,303
	Pendapatan Premi	2,740	,011
	Beban Klaim	2,597	,020

a. Dependent Variable: Laba

Sumber: Hasil Output SPSS_23 (data diolah)

Hasilnya diperoleh serta dijelaskan seperti berikut :

a) Hipotesis Pertama [H₁]

Hipotesis pertama yang diajukan berbunyi “Pendapatan Premi Berpengaruh Positif Terhadap Laba perusahaan Yang Terdaftar di BEI 2017 – 2019”, diperoleh hasil t_{hitung} sejumlah 2,740 signifikansi 0,011, ($0,011 < 0,05$), berarti H₁ diterima. Artinya, bahwa “Pendapatan premi [X₁] berpengaruh terhadap Laba [Y]”, sehingga hipotesis yang pertama dapat diterima

b) Hipotesis Kedua [H₂]

Hipotesis kedua yang diajukan berbunyi “Beban Klaim berpeengaruh positif terhadap laba perusahaan yang terdaftar di BEI 2017 – 2019”, hasil t_{hitung} sejumlah 2,597 signifikansi 0,020, ($0,020 < 0,05$), berarti H₂ diterima. Artinya, “Beban Klaim [X₂] berpengaruh terhadap Laba [Y]”, sehingga hipotesis yang kedua dapat diterima.

2. Uji Simultan (Uji_F)

Pengujian simultan (Uji_F) digunakan untuk mengetahui besar pengaruh simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungannya seperti berikut :

Table 7
Hasil Perhitungan Uji.F
ANOVA^a

	Model	F _{hitung}	Sig.
1	Regresion	4,255	,025 ^b

a. Dependent Variable: Laba

b. Predictor(s): (Constant), Beban Klaim, Pendapatan Premi

Sumber: Hasil Output SPSS_23 (data diolah)

Hasilnya nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $4,255 > 3,34$, serta nilai signifikan 0,025 ($0,025 < 0,05$). Kesimpulan yang diambil adalah hipotesis ketiga (H₃) yang menyatakan bahwa “Pendapatan Premi [X₁] dan Beban klaim [X₂] secara simultan berpengaruh terhadap Laba [Y]”.

E. Pembahasan

Hasil pengujian statistik, diketahui bahwa :

1. **Pengaruh Pendapatan Premi [X₁] Terhadap Laba [Y]**

Hasil uji statistik, diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 2,740 dengan signifikansi 0,011. Karena $probabilitty < 0,05$, maka, “Pendapatan Premi [X₁] Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Laba [Y]” pada perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI 2017 – 2019”. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ida A. I. Permatasary, Edy Suyana, dan Kadek Sinawati (2017), yang menyatakan bahwa “Pendapatan Premi mempunyai pengaruh signifikan pada Laba pada perusahaan asuransi yang terdaftar di BEI 2011 – 2015”. Hasil uji statistik penelitian tersebut memperoleh signifikansi sebesar 0,004 ($0,004 < 0,05$).

2. **Pengaruh Beban Klaim [X₂] Terhadap Laba [Y]**

Hasil Uji Statistik, Diperoleh Hasil T_{hitung} Sebesar 2,597 Dengan Nilai Signifikansi 0,020. Karena Nilai Sig, Atau Probabilitasnya Jauh Lebih Kecil Dari 0,05, Maka, Ini Mrmbuktikan “Beban Klaim [X₂] Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Laba [Y]” Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di BEI 2011– 2015. Penelitian Ini Sejalan Dengan Penelitian Dewi Sri Wahyuni

Dan Aris Munandar (2020), Yang Mengatakan bahwa Klaim Secara Parsial Berpengaruh Signifikan pada Laba PT Jasa Raharja Bima". Hasil Uji Statistik Pada Penelitian Tersebut Diperoleh Nilai Signifikansi Atau Probabilitas 0,003 ($0,003 < 0,05$).

3. Pengaruh Pendapatan Premi [X_1] dan Beban Klaim [X_2] Terhadap Laba [Y]

Hasil uji statistik, diperoleh hasil F_{hitung} sebesar $4,255 > 3,34$, serta nilai signifikan 0,025 ($0,025 < 0,05$). Karena nilai signifikansi atau probabilitasnya kecil dari 0,05, maka, hal ini berarti "Pendapatan Premi [X_1] dan Beban Klaim [X_2] secara simultan mempengaruhi Laba [Y]" pada perusahaan asuransi pada BEI 2017 – 2019".

Penelitian Ini serupa dengan penelitian Sofiyon Marwansah Dan Ambar Utami (2017) Dan Ahmad Fauzi (2018) Yang Mengatakan Bahwa "Pendapatan Premi serta Beban Klaim Berpengaruh kepada Laba".

SIMPULAN

- 1) "Pendapatan Premi Berpengaruh Positif Terhadap Laba Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017– 2019". Hal Ini Diketahui Dari Hasil T_{hitung} Senilai 2,740 Sig, 0,011 < 0,05. Berarti H^1 Diterima.
- 2) "Beban Klaim Berpengaruh Positif Terhadap Laba Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017–2019". Hal Ini Diketahui Dari Hasil T_{hitung} Sebesar 2,597 Sig, 0,020 < 0,05. Berarti H^2 Diterima.
- 3) "Pendapatan Premi Dan Beban Klaim Berpengaruh simultan kepada Laba Perusahaan Asuransi Di BEI Tahun 2017-2019". Hal Ini Diketahui Dari Hasil F_{hitung} Sebesar $4,255 > 3,34$, Serta Nilai Signifikan 0,025 ($0,025 < 0,05$). Dengan Demikian Berarti H_3 Diterima.

IMPLIKASI

Sumber Pendapatan pokok Perusahaan Dari Kontribusi Peserta Asuransi biasa disebut dengan premi. Semakin Besar Pendapatan diterima, Dampak Bagi Perusahaan Adalah keuangan Yang Diperoleh Akan Meningkat. Dampaknya juga ialah Meningkatnya Laba pada Perusahaan Asuransi". implikasi yang diberikan dari hasil penelitian ialah: a) Bagi Investor, diharapkan untuk menginvestasikan sahamnya pada perusahaan yang baik dalam hal keuangan. b) Bagi Perusahaan diharapkan lebih memperhatikan pengeluaran biaya agar lebih efisien dengan cara memonitoring secara berkala pengeluaran setiap bulan agar tidak terjadi penurunan laba yang berdampak pada kerugian perusahaan itu sendiri.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Penelitian Ini Hanya digunakan sampel III tahun (Tiga Periode) Yaitu 2017- 2019", yang mengakibatkan Kesimpulan yang ditarik Tidak Dapat Digeneralisir di Tahun-tahun Yang Lain.
2. "Penelitian Ini Menggunakan 2 Variablel Bebas Yaitu Pendapatan Premi Dan Beban Klaim". Sedangkan Masih Banyak Factor-Factor Lain Yang Diperkirakan Mempengaruhi Laba Perusahaan Asuransi.
3. Untuk Penelitian yang akan datang
Menambahkan varibel seperti beban underwriting, risk based capital, serta beban operasional ataupun menambah sampel penelitian seperti seluruh perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Di BEI Untuk Mempertajam Serta hasil penelitian akan semakin akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir, M. 2017. *Hukum Asuransi Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Danarti. (2017). *Prinsip-Prinsip dan Praktik Asuransi*, Yayasan Pengembangan Ilmu Asuransi. Jakarta: Jakarta Insurance Institute
- Husnan. 2019. *Analisis Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Premi Pada PT Asuransi Jiwasraya Regional Officer Medan periode 2005-2009*. Skripsi dipublikasi. Medan. Fakultas Ekonomi . Universitas Sumatera Utara.
- Hendro. (2017). *Analisis Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Premi Pada PT Asuransi Jiwasraya Regional Officer Medan periode 2005-2010*
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Revisi Cetakan ke-sebelas*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Meilani Y. S. (2019) *Pengaruh Pendapatan Premi dan Pembayaran Klaim Terhadap Pertumbuhan Laba Perusahaan Asuransi (Studi Pada Perusahaan Asuransi Jiwa Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia) Periode 2016-2018*. Jurnal Akuntansi Universitas Medan Area. Medan
- Mutmainnah. (2015). *Hidup cerdas asuransi Jiwa*. Jakarta: Badan Penerbitan FE Universitas Indonesia.
- Pura. (2016). *Pengantar Akuntansi : Pendekatan Siklus Akuntansi*. Jakarta : Erlangga.
- Silvanita. K. (2016). *Asuransi Dan Manajemen Resiko*. Jakarta: Kencana.
- Sunyoto. (2017). *Asuransi Konvensional dan Asuransi Syariah: Perbedaan dalam Lingkup Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat
- Wanda A, Yuliani, Samadi W. B. (2019) *Pengaruh Pendapatan Premi, Pembayaran Klaim, Dan Risk based Capital Terhadap Pertumbuhan Laba*. Jurnal Ekonomi, Jakarta
- Website Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id

Analisis Kinerja Keuangan Ditinjau Rasio Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas Pada PT Siantar Top Tahun 2015-2019

Febby Andriani¹, Martha Suhardiyah Dra, SE²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email: Paparazi.mxit@gmail.com¹, martha@unipasby.ac.id²

Abstrak..

Riset ini bertujuan untuk mengetahui hasil analisis laporan keuangan perusahaan yang ditinjau dari rasio profitabilitas, solvabilitas dan likuiditas. Penelitian ini menggunakan sampel pada PT Siantar Top Tbk yang terdaftar di BEI mulai dari tahun 2015 -2019, dan penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian berdasarkan rasio profitabilitas kurang baik hal ini berdasarkan rata-rata ROE 16,23%, Net Profit Margin masih mencapai 8,86%, rata-rata ROA 10,55%. Sedangkan rasio likuiditas dinilai seimbang, hasil CR 1,88 dan QR 1,88. Sedangkan rasio solvabilitas cukup baik, rata-rata DER 70,31%.

Kata Kunci : Rasio profitabilitas, rasio likuiditas, rasio solvabilitas, PT Siantar Top Tbk, analisis deskriptif kuantitatif

Abstract

This research aims to find out the results of the analysis of the company's financial statements reviewed from the ratio of profitability, solvency and liquidity. This study uses samples at PT Siantar Top Tbk registered in IDX mulai from 2015-2019, and this study uses quantitative descriptive analysis method. The results of the study based on the ratio of profitability is not good based on the average ROE 16.23%, Net Profit Margin still reached 8.86%, average ROA 10.55%. While the liquidity ratio is considered balanced, the CR result is 1.88 and QR 1.88. While the solvency ratio is quite good, the DER average is 70.31%.

Keywords: Profitability ratio, liquidity ratio, solvency ratio, PT Siantar TopTbk, quantitative descriptive analysis

PENDAHULUAN

Selain untuk mendapatkan keuntungan bersih (laba), perusahaan juga harus fokus pada kepuasan pelanggan, karena dari kepuasan pelanggan tersebut bisa meningkatkan keuntungan dari barang atau jasa tersebut.

Laporan keuangan merupakan sebuah bentuk pertanggung jawaban sebuah perusahaan yang tidak boleh sembarangan dan harus sesuai dengan standar yang dimiliki. Laporan keuangan juga dapat memberi manfaat kepada investor, bermanfaat dapat melihat seberapa besar keuntungan, percepatan dan peningkatan profit dari tiap perusahaan, apabila perkembangan dirasa cukup baik maka investor dengan senang hati melakukan kerjasama dan dapat memberikan kepercayaannya.

Kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan (laba) dapat memicu para investor untuk dapat menanamkan modalnya di perusahaan guna untuk memperluas usahanya. Karena dengan profitabilitas yang merupakan diantar salah satu faktor rasio yang dapat untuk menilai baik atau buruknya sebuah perusahaan yang akan di nilai oleh investor sebelum menanamkan modalnya.

Banyak faktor yang akan membuat profitabilitas dapat mempengaruhi sebuah perusahaan yaitu dari faktor internal dan dari faktor eksternal/luar. Pada faktor internal dapat meliputi kinerja dalam perusahaan yaitu dari keuangan, besarnya perusahaan hingga struktur kepemilikan yang telah tercantum dalam laporan keuangan tiap perusahaan.

Sedangkan jika dari faktor luar dapat tercantum berbagai macam informasi yang bisa berasal dari luar perusahaan, seperti informasi mengenai kondisi perekonomian sebuah negara, politik hingga kondisi pasar.

Dari perpektif investor indikator penting untuk menilai prospek profitabilitas perusahaan, jika semakin besar nilai profitabilitas maka semakin baik penggunaan modal. Sedangkan untuk PT Siantar Top Tbk informasi beredar saham melonjak disaat bulan ke-2 lalu turun akibat tekanan pasar modal secara keseluruhan di bulan ke-3. Tetapi harga saham PT Siantar Top Tbk pada bulan ke-12 ini naik kembali hingga penutupan perdagangan. Serta informasi sempat mengalami penurunan karena kurang produktif dalam mengelola perusahaan.

Berdasarkan masalah hal yang telah diutarakan maka penulis perlu melakukan riset untuk mengetahui hasil kinerja keuangan perusahaan. Penulis bermaksud untuk menganalisa kinerja keuangan pada perusahaan PT Siantar Top Tbk yang terdaftar di BEI dengan jangka waktu 5 tahun mulai dari periode 2015-2019.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kinerja keuangan PT Siantar Top Tbk ditinjau dari rasio Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas periode 2015-2019

Metode

Riset yang telah dilakukan Dedi Suhendro.(2017) dengan judul “Analisis Profitabilitas dan Likuiditas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT Siantar Top Tbk”, rasio yang digunakan pada analisa penelitian ini adalah profitabilitas dan likuiditas. Rasio (ROA), (ROE), *Net Profit Margin*, *CR*, *QR*. Hasil Regresi yang telah menunjukkan bahwa *CR* sebesar 124,75% telah berada dibawah rata-rata standart industri, *QR* diketahui sebesar 73,78% dibawah rata-rata, (ROE) sebesar 14,31% dibawah rata-rata. Kemudian *Net Profit Margin* dan ROA hasil menunjukkan signifikan yang baik.

Menurut Kasmir (2013), “laporan keuangan adalah laporan yang isinya dapat menunjukkan kondisi Kesehatan atau kelemahan sebuah keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu”. Maksud dari laporan keuangan yang akan menunjukkan kondisi perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi fakta yang terkini,

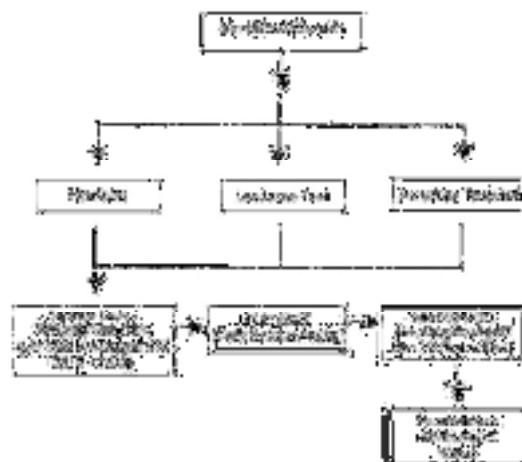
Kinerja keuangan dalam sebuah perusahaan dapat berkaitan erat dengan pengukuran dan penilaian kinerja. Pengukuran kinerja (*performing measurement*) sebagai kualifikasi dan efisiensi serta efektivitasnya sebuah perusahaan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi.

Adapun penilaian kinerja menurut Munawir (2012:31) menyatakan bahwa tujuan utama dari pengukuran sebuah kinerja keuangan mekanisme perusahaan adalah

1. Mengetahui tingkat Likuiditas
2. Mengetahui tingkat Solvabilitas.
3. Mengetahui tingkat Rentabilitas.
4. Mengetahui tingkat Stabilitas

Pada riset ini, penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Yaitu disebut sebagai sebuah ilmiah yang sistematis terhadap bagian serta fenomena dan hubungannya. Menurut Sugiyono (2018:15) "metode kuantitatif disebut sebagai metode yang berdasar filsafat positivism dan bertujuan dengan menggambarkan serta menguji sebuah hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti".

Riset dengan pendekatan kuantitatif ini dapat memuat banyak angka mulai dari pengumpulan, pengolahan data serta hasil eksperimen yang banyak didominasi oleh angka. Pendekatan Kuantitatif yang merupakan salah satu eksperimen yang awalnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif. pendekatan ini berasal dari beberapa karangteori serta gagasan dari para ahli, ataupun pemahaman dari peneliti yang berdasarkan dari pengalamannya. Kemudian dikembangkan dan menjadi permasalahan beserta pemecahan-pemecahannya yang telah diajukan untuk kemudian dapat memperoleh kebenaran (verifikasi dalam bentuk dukungan data empiris).



Gambar 1 : Rancangan penelitian kuantitatif

Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Riset ini menggunakan populasi dari perusahaan PT Siantar Top Tbk yang telah terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019. Pada periode 2015-2019 terdapat 5 pelaporan keuangan. PT Siantar Top Tbk yang terbuka di BEI. Pada eksperimen ini sampel yang terpilih di perusahaan PT Siantar Top Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 harus memiliki kriteria tertentu agar mendukung penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2012:81). Eksperimen ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling method* untuk pengambilan sampel dengan cara berikut :

1. Terdaftar di BEI selama lima tahun berturut-turut pada tahun 2015-2019.
2. Data spesifik
3. Laporan keuangan berakhir per 31 Desember periode 2015-2019.

Riset ini yang akan dijadikan perbandingan yaitu adalah rata-rata dari nilai laporan keuangan periode 2015 sampai 2019. Jika rasio profitabilitas dan likuiditas berada pada nilai diatas rata-rata maka dapat di katakan bahwa kondisi PT Siantar Top Tbk baik, jika sebaliknya nilai tersebut berada di bawah rata-rata maka dapat dikatakan PT Siantar Top Tbk berada di kondisi.buruk.

Untuk rasio solvabilitas, apabila nilai suatu perusahaan berada..diatas rata-rata standar indstri maka perusahaan tersebut dapat dikatakan.buruk. Sebaliknya apabila nilai rata-rata berada..dibawah standar industry maka dapat dikatakan kondisi perusahaan baik. tetapi jika rata-rata untuk total

hutang terhadap total ekuitas terhadap total assets maka mendapat nilai minus, karena perusahaan mengalami kerugian.

1. Analisis Rasio Profitabilitas

a. Return On Equity

Menilai PT Siantar Top Tbk dapat dilihat melalui kemampuan nilai perusahaan dalam menaikkan profit dengan modal perusahaan sendiri.

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas pemegang saham}} \times 100\%$$

b. Net Profit Margin

Menilai PT Siantar Top Tbk untuk mengukur margin laba atas penjualan.

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

c. Return On Asset

Menilai PT Siantar Top Tbk dengan melihat kemampuan dalam menaikkan nilai profit dengan semua aktiva yang dimiliki.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

2. Analisis Rasio likuiditas

a. Current Ratio

Untuk menilai sejauh mana kemampuan PT Siantar Top Tbk memenuhi seluruh kewajiban jangka pendeknya menggunakan harta lancar yang dimilikinya.

$$CR = \frac{\text{Aset lancarr}}{\text{Kewajiban lancar}} \times 100\%$$

b. Quick Ratio

Untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban hutang jangka pendek dengan aktiva lancer tanpa mempertimbangkan nilai persediaan.

$$QR = \frac{\text{Aset lancar – persediaan}}{\text{Kewajiban lancar}}$$

3. Analisis Rasio Solvabilitas

Rasio ini menunjukkan nilai yang relatif antara total hutang dengan total ekuitas

$$DER = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Dari rumus (DER) tersebut maka dapat diketahui bahwa rasio Solvabilitas dapat menunjukkan besarnya modal/pendanaan perusahaan yang telah dibiayai oleh kreditur dibandingkan dengan pendanaan yang telah dibiayai oleh pemegang saham atau investor

Tabel 1: Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Skala	Keterangan
Likuiditas (<i>Current Ratio, Quick Ratio</i>)	Untuk mengetahui seberapa besar kemampuan PT. Siantar Top Tbk tahun 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 dalam membayar kewajiban keuangan saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia.	100%	Baik jika diatas standar rasio
Rasio Profitabilitas (<i>ROE, ROA, Net Profit Margin</i>)	Untuk mengetahui seberapa besar kemampuan PT. Siantar.Top.tbk tahun.2015, 2016, 2017, 2018, 2019 dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal atau aktiva yang ada.	90%	Baik jika diatas standar rasio
Rasio Solvabilitas (<i>Debt Equity Ratio</i>)	Untuk mengetahui seberapa besar kemampuan PT. Siantar Top Tbk tahun 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 dalam memenuhi kewajiban apabila perusahaan di akuisisi.	90%	Baik jika dibawah standar rasio

Sumber : Kasmir (2012 :134)

Hasil Penelitian

Untuk mengetahui tingkat rasio profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas dapat dilakukan perhitungan laporan keuangan perusahaan yang berdasarkan data mulai dari periode 2015 sampai dengan 2019 sebagai berikut :

Tabel 2: Laporan Keuangan PT Siantar Top Tbk per 31 desember 2019, 2018, 2017, 2016, 2015

	31 Des 2019	31 Des 2018	31 Des 2017	31 Des 2016	31 Des 2015
Aset lancar					
Kas dan setara kas	100.727.141.756	64.106.808.475	69.954.867.440	24.759.150.419	9.815.172.239
Persediaan	663.841.924	6.101.469.155	2.709.606.207	2.577.574.706	2.472.707.081
Jumlah aset lancar	1.165.406.301.686	1.250.806.822.918	940.212.374.995	920.492.206.042	875.469.433.776
Aset tidak lancar					
Jumlah aset tidak lancar	1.716.156.782.268	1.380.382.987.112	1.402.220.068.201	1.416.712.989.013	1.044.098.603.394
Jumlah aset	2.881.563.083.954	2.631.189.810.030	2.342.432.443.196	2.337.207.195.055	1.919.568.037.170
Liabilitas					
Jumlah liabilitas	733.556.075.974	984.801.863.078	957.660.374.836	1.168.695.057.385	910.758.598.913
Ekuitas					
Jumlah ekuitas	2.148.007.007.980	1.646.387.946.952	1.384.772.068.360	1.168.512.137.670	1.008.809.438.257
Jumlah liabilitas dan ekuitas	2.881.563.083.954	2.631.189.810.030	2.342.432.443.196	2.337.207.195.055	1.919.568.037.170
Laba Rugi					
Penjualan Bersih	3.512.509.168.853	2.826.957.323.397	2.825.409.180.889	2.629.107.367.89	2.544.277.844.656
Laba Sebelum Taksiran Pajak	607.043.293.422	324.694.650.175	288.545.819.603	217.746.308.540	232.005.398.773
Taksiran Beban Pajak	(124.452.770.582)	(69.605.764.156)	(72.521.739.769)	(43.569.590.674)	(46.300.197.602)
Laba Tahun Berjalan	482.590.522.840	255.088.886.019	216.024.079.834	174.176.717.866	185.705.201.171

Sumber : Laporan Keuangan PT. Siantar Top Tbk

1. Analisis Rasio Profitabilitas

Analisis rasio profitabilitas adalah kemampuan PT Siantar Top tbk untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat diperoleh. Apabila semakin besar tingkat

keuntungan menunjukan maka semakin baik manajemen dalam mengelola perusahaan. Perhitungan dalam angka dan persen (%) periode tahun 2015-2019 pada PT. Siantar Top:

a. Return on Equity

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas pemegang saham}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2015} &= \frac{185.705.201.171}{1.008.568.037.170} \times 100\% = 18,41\% \\ \text{Tahun 2016} &= \frac{174.176.717.866}{1.168.512.137.670} \times 100\% = 14,90\% \\ \text{Tahun 2017} &= \frac{216.024.079.834}{1.384.772.068.360} \times 100\% = 15,59\% \\ \text{Tahun 2018} &= \frac{255.088.886.019}{1.646.387.946.952} \times 100\% = 15,49\% \\ \text{Tahun 2019} &= \frac{482.590.522.840}{2.881.563.083.954} \times 100\% = 16,74\% \end{aligned}$$

Tabel 3: Rata-rata ROE

TH	Laba bersih setelah pajak	Ekuitas pemegang saham	Retrun On Equity
1	2	3	4= 2/3 X 100%
2015	185.705.201.171	1.008.568.037.170	18,41%
2016	174.176.717.866	1.168.512.137.670	14,90%
2017	216.024.079.834	1.384.772.068.360	15,59%
2018	255.088.886.019	1.646.387.946.952	15,49%
2019	482.590.522.840	2.881.563.083.954	16,74%
	Rata-rata		16,23%

Sumber : Data diolah

Pada tahun 2015 ROE sebesar 18,41%. 2016 mengalami penurunan sebesar 3,51 sehingga menjadi 14,90%. 2017 kembali naik sebesar 0,69 menjadi 15,59%, 2018 sebesar 15,49% dan tahun 2019 sebesar 16,74% mengalami kenaikan sebesar 1,25.

b. Net Profit Margin

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2015} &= \frac{185.705.201.171}{2.554.277.844.656} \times 100\% = 7,27\% \\ \text{Tahun 2016} &= \frac{174.176.717.866}{2.629.107.367.890} \times 100\% = 6,62\% \\ \text{Tahun 2017} &= \frac{216.024.079.834}{2.825.409.180.889} \times 100\% = 7,64\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Tahun 2018} &= \frac{255.088.886.019}{2.826.957.323.397} \times 100\% = 9,02\% \\ \text{Tahun 2019} &= \frac{482.590.522.840}{3.512.509.168.853} \times 100\% = 13,73\%\end{aligned}$$

Tabel 4: Rata-rata *Net Profit Margin*

TH	Laba bersih setelah pajak	Penjualan	Net Profit Marginn
1	2	3	4= 2/3 X 100%
2015	185.705.201.171	2.554.277.844.656	7.27%
2016	174.176.717.866	2.629.107.367.890	6.62%
2017	216.024.079.834	2.825.409.180.889	7.64%
2018	255.088.886.019	2.826.957.323.397	9.02%
2019	482.590.522.840	3.512.509.168.853	13.73%
	Rata-rata		8.86%

Sumber : Data diolah

Tahun 2015 Net Profit Margin sebesar 7,29%, 2016..sebesar 6,62% tahun 2015-2016 mengalami penurunan sebesar 0,67. 2017 Net Profit Margin sebesar 7,64% dan mengalami kenaikan berturut-turut tahun 2018-2019.

c. Return On Asset

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned}\text{Tahun 2015} &= \frac{185.705.201.171}{1.919.568.037.170} \times 100\% = 9,67\% \\ \text{Tahun 2016} &= \frac{174.176.717.866}{2.337.207.195.055} \times 100\% = 7,45\% \\ \text{Tahun 2017} &= \frac{216.024.079.834}{2.342.432.443.196} \times 100\% = 9,22\% \\ \text{Tahun 2018} &= \frac{255.088.886.019}{2.631.189.810.030} \times 100\% = 9,69\% \\ \text{Tahun 2019} &= \frac{482.590.522.840}{2.881.563.083.954} \times 100\% = 16,74\%\end{aligned}$$

Tabel 5: Rata-rata *Return on Assets*

TH	Laba bersih	Total Asset	Return On Assets
1	2	3	4= 2/3 X 100%
2015	185.705.201.171	1.919.568.037.170	9.67%
2016	174.176.717.866	2.337.207.195.055	7.45%
2017	216.024.079.834	2.342.432.443.196	9.22%
2018	255.088.886.019	2.631.189.810.030	9.69%
2019	482.590.522.840	2.881.563.083.954	16.74%

Rata-rata

10.55%

Sumber : Data diolah

Tahun 2015 ROA sebesar 9,67%. 2016 ROA sebesar 7,45% tahun 2015-2016 mengalami penurunan 2,22, tahun 2017 Return On Assets sebesar 9,22% tahun 2016-2017 mengalami kenaikan sebesar 1,77 dan tahun 2018-2019 juga mengalami kenaikan berturut-turut.

2. Analisis Rasio likuiditas

a. Current Ratio

$$CR = \frac{\text{Aset lancar}}{\text{Kewajiban lancar}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned} \text{Tahun 2015} &= \frac{875.469.433.776}{910.758.568.037.170} = 0,8 \\ \text{Tahun 2016} &= \frac{920.492.206.042}{1.168.695.057.385} = 1,0 \\ \text{Tahun 2017} &= \frac{940.212.374.995}{957.660.374.836} = 1,0 \\ \text{Tahun 2018} &= \frac{1.250.806.822.918}{984.660.374.836} = 2,7 \\ \text{Tahun 2019} &= \frac{1.165.406.301.686}{733.556.075.974} = 3,9 \end{aligned}$$

Tabel 6 : Rata-rata *Current Ratio*

TH	Aset lancar	Kewajiban lancar	Current Ratio
1	2	3	4= 2/3 X 100%
2015	875.469.433.776	910.758.568.037.170	0.8
2016	920.492.206.042	1.168.695.057.385	1.0
2017	940.212.374.995	957.660.374.836	1.0
2018	1.250.806.822.918	984.660.374.836	2.7
2019	1.165.406.301.686	733.556.075.974	3.9
	Rata-rata		1.88

Sumber : Data diolah

Tahun 2015 Current Ratio PT Siantar Top Tbk sebesar 0,8, pada tahun 2016 sebesar 1,0. 2015-2016 mengalami kenaikan sebesar 0,2, pada tahun 2017 sebesar 1,0, tahun 2018 sebesar 2,7, tahun 2017-2018 mengalami kenaikan sebesar 1,7, dan tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 3,9.

b. Quick Ratio

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset lancar} - \text{persediaan}}{\text{Kewajiban lancar}}$$

$$\begin{aligned}\text{Tahun 2015} &= \frac{875.469.433.776 - 2.472.707.081}{910.758.568.037.170} = 1,0 \\ \text{Tahun 2016} &= \frac{920.492.206.042 - 2.577.574.706}{1.168.695.057.385} = 0,8 \\ \text{Tahun 2017} &= \frac{940.212.374.995 - 2.709.606.207}{957.660.374.836} = 1,0 \\ \text{Tahun 2018} &= \frac{1.250.806.822.918 - 6.101.469.155}{984.660.374.836} = 2,7 \\ \text{Tahun 2019} &= \frac{1.165.406.301.686 - 663.841.924}{733.556.075.974} = 3,9\end{aligned}$$

Tabel 7: Rata-rata *Quick Ratio*

TH 1	Aset lancar 2	Persediaan 3	Kewajiban lancar 4	QR 5 = (2-3) / 4
2015	875.469.433.776	2.472.707.081	910.758.568.037.170	1.0
2016	920.492.206.042	2.577.574.706	1.168.695.057.385	0.8
2017	940.212.374.995	2.709.606.207	957.660.374.836	1.0
2018	1.250.806.822.918	6.101.469.155	984.660.374.836	2.7
2019	1.165.406.301.686	663.841.924	733.556.075.974	3.9
Rata-rata				1.88

Sumber : Data diolah

tahun 2015 Quick Ratio sebesar 1,0, tahun 2016 sebesar ,08, tahun 2015-2016 mengalami penurunan sebesar 0,4, tahun 2017 Quick Ratio sebesar 1,0, tahun 2018 sebesar 2,7, tahun 2017-2018 mengalami kenaikan sebesar 1,7, tahun 2019 sebesar 3,9, tahun 2018-2019 mengalami kenaikan sebesar 1,2.

3. Analisis Rasio Solvabilitas

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

$$\begin{aligned}\text{Tahun 2015} &= \frac{910.758.598.913}{1.008.809.438.257} \times 100\% = 90,28\% \\ \text{Tahun 2016} &= \frac{1.168.695.057.385}{1.168.512.137.670} \times 100\% = 100,01\% \\ \text{Tahun 2017} &= \frac{957.660.374.836}{1.384.772.068.360} \times 100\% = 69,15\% \\ \text{Tahun 2018} &= \frac{984.660.374.836}{1.646.387.946.952} \times 100\% = 59,81\% \\ \text{Tahun 2019} &= \frac{736.556.075.974}{2.148.007.007.980} \times 100\% = 34,29\%\end{aligned}$$

Tabel 8 : Rata-rata *Debt to Equity Ratio*

TH 1	Total hutang 2	Total Ekuitas 3	DER 4= 2/3 X.100%
2015	910.758.598.913	1.008.809.438.257	90.28%
2016	1.168.695.057.385	1.168.512.137.670	100.1%
2017	957.660.374.836	1.384.772.068.360	69.15%
2018	984.660.374.836	1.646.387.946.952	59.81%
2019	736.556.075.974	2.148.007.007.980	34.29%
Rata-rata			70.31%

Sumber : Data diolah

tahun 2015 Debt to Equity Ratio sebesar 90,28%, tahun 2016 sebesar 100,01%, tahun 2015-2016 mengalami kenaikan sebesar 9,73, pada tahun 2017 sebesar 69,15%, tahun 2017 sebesar 59,81%, tahun 2017-2018 mengalami penurunan sebesar 9,34, tahun 2019 sebesar 32,29%.

SIMPULAN

1. Kinerja keuangan-yang telah dilakukan pada PT-Siantar Top Tbk dari hasil riset yang diperoleh rasio profitabilitas dinilai kurang-baik, hal ini berkaitan dengan hasil riset rata-rata yang menunjukkan *ROE* selama periode 5 tahun-yaitu 16,23% yang masih sangat jauh dibawah standar industry 40%. Sedangkan untuk *Net-Profit-Margin* selama 5 tahun yaitu 8,86% yang masih juga sama dengan *ROE* berada jauh dibawah standar industry yaitu sebesar 20%. *Return-On-Assets* selama 5 tahun yaitu 10,55% yang masih sangat jauh dibawah standar industry yaitu 30%.
2. Kinerja keuangan yang telah dilakukan.pada PT Siantar Top Tbk.dari hasil riset yang diperoleh rasio likuiditas dinilai seimbang, hal ini berkaitan dengan hasil rata-rata Current Ratio selama.5 tahun yaitu 1,88 yang masih dibawah standar industry yaitu 2 kali. Sedangkan untuk QR yaitu 1,88 telah berada diatas standar industry yaitu 1,5 kali.
3. Kinerja keuangan yang telah dilakukan.pada PT Siantar Top Tbk dari hasil riset yang diperoleh rasio solvabilitas dinilai cukup baik, hal itu berkaitan dengan hasil.nilai rata-rata DER yaitu 70,31% yang telah berada.dibawah standar.industry.yaitu 90%.

IMPLIKASI

PT Siantar Top Tbk sebaiknya lebih produktif dalam mengelola perusahaan agar dapat meningkatkan laba bersih setiap tahunnya. Dan penelitian ini sebagai persyaratan kelulusan yang masih banyak kesalahan dan kurangnya data penelitian.

KETERBATASAN PENELITIAN

Untuk.riset/eksperimen selanjutnya, diharapkan peneliti dapat menggunakan data yang lebih banyak dan lebih rinci, dengan menggunakan variable lain maupun menggunakan rasio lain untuk mengukur tingkat standar laporan keuangan perusahaan sehingga dapat memperoleh.hasil riset analisis yang lebih rinci dan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldila Septiana, M. (2019). *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN Konsep Dasar dan Deskripsi Laporan Keuangan*. Pamekasan: Duta Media Publishing, hlm 3.
- Dedi Suhendro. (2017). Analisis Profitabilitas dan Likuiditas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Pt Siantar Top Tbk. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Eko, Ardhariksa, Eriksa,. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis. Hal 103.
- Fakultas Ekonomi & Bisnis. (2020). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Surabaya: Edisi XIII, Universitas PGRI Adi Buana.
- Handayani, Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Kariyoto. (2017). *Analisa Laporan Keuangan*. Malang: University Brawijaya Press, hlm 21.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sandu Siyoto. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing,. hlm 9.
- Thorman Lumbanraja. (2020). Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Perusahaan Pada PT Holcim Indonesia Tbk. *Jurakunman Vol.13, No. 1,, STIE Surya Nusantara, Pematangsiantar*.
- Tirto. (2019). *ANALISIS RASIO KEUANGAN PT. SIANTAR TOP Tbk periode 2016-2018*. Skripsi: Universitas Sumatera Utara.
- Zainuddin, M. (2017). *Metodologi Penelitian Kefarmasian dan Kesehatan Edisi 2*. Surabaya: AIRLANGGA UNIVERSITY PRESS, hlm 47.

Pengaruh *Price Discount*, *Visual Merchandising*, dan *Shopping Lifestyle* Terhadap *Impulse Buying* Pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya

Nurul Silfiah Isnaini¹, Christina Menuk Sri Handayani², Noerchoidah³

Universitas PGRI AdiBuana Surabaya

Email : Silfiahnr12@gmail.com¹, menukch@unipasby.ac.id², noerchoidah@unipasby.ac.id³

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi modern keberadaan bisnis ritel memiliki strategi memiliki strategi masing – masing untuk dapat bersaing dengan bisnis ritel modern yang lain. Miniso sebagai salah satu bisnis ritel modern berupaya untuk meningkatkan penjualannya menggunakan beberapa strategi. Studi ini bertujuan hendak mengetahui pengaruh *price discount*, *visual merchandising*, dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya. Populasi dalam studi ini ialah pengunjung Miniso Royal Plaza Surabaya dan diambil sampel sejumlah 105 responden. Teknik pengambilan sampel mengenakan *accidental sampling*. Informasi diambil melalui kuesioner yang dirangkai terstruktur memuat beberapa pernyataan yang menepati syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menerapkan regresi linier berganda yang lebih dulu sudah dilakukan uji asumsi klasik dan memenuhi syarat. Perolehan uji secara parsial menunjukkan bahwa *price discount*, *visual merchandising*, dan *shopping lifestyle* berdampak positif dan signifikan atas *impulse buying* pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya dan hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa *price discount*, *visual merchandising*, dan *shopping lifestyle* berdampak positif dan signifikan pada *impulse buying* pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya.

Kata kunci: *Price Discount*, *Visual Merchandising*, *Shopping Lifestyle*, *Impulse Buying*

ABSTRACT

Along with the development of modern technology, the existence of the retail business has strategies to be able to compete with other modern retail businesses. Miniso as a modern retail business seeks to increase its sales using several strategies. This study aims to determine the effect of price discounts, visual merchandising, and shopping lifestyle on the impulse buying of Miniso visitors at Royal Plaza Surabaya. The population in this study were visitors to Miniso Royal Plaza Surabaya and a sample of 105 respondents was taken. The sampling technique uses accidental sampling. Information is collected through a structured questionnaire containing several statements that comply with the requirements of validity and reliability. The data analysis applies multiple linear regression, which has already been tested with classical assumptions and meets the requirements. The partial test results show that price discounts, visual merchandising, and shopping lifestyle have a positive and significant impact on the impulse buying of Miniso visitors at Royal Plaza Surabaya and the simultaneous test results show that price discounts, visual merchandising, and shopping lifestyle have a positive and significant impact on impulse buying visitors to Miniso at Royal Plaza Surabaya.

Keywords: *Price Discount*, *Visual Merchandising*, *Shopping Lifestyle*, *Impulse Buying*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi modern berdampak pada kehidupan sehingga kehidupan menjadi semakin realistis, sigap nan cermat. Lewat kemajuan teknologi tersebut, eksistensi ritel modern menjadi semakin relevan dan tentunya memiliki strategi masing - masing untuk dapat bersaing dengan industri ritel modern lainnya. Dengan strategi yang dikembangkan, konsumen tentu merasakan keinginan untuk berbelanja hingga akhirnya memutuskan dan membeli. Salah satu ritel modern asing yang membuka peluangnya di Indonesia ialah Miniso. Miniso merupakan sebuah perusahaan milik jepang yang bergerak dibidang ritel

perdagangan dengan menyediakan barang – barang unik yang tentunya banyak diminati masyarakat. Miniso pertama kali membuka gerai di Indonesia pada bulan desember 2016 di Jakarta. Pada penelitian ini Miniso Royal Plaza Surabaya menjadi objek utama karena Miniso Royal Plaza ini menjadi salah satu toko Miniso terbesar yang ada di Surabaya, penerapan harga dan *visual merchandising* juga terhitung baik. Selain itu, pengunjung yang datang juga terhitung banyak dan memiliki perilaku konsumen yang beragam.

Perilaku konsumen adalah perilaku konsumen yang merencanakan, membeli dan menentukan produk atau jasa atau komoditas yang dapat memuaskan hajat dan hasrat konsumen. Kusumandaru (2017) menjelaskan bahwa dalam pemasaran, pembelian dibagi menjadi dua kategori yaitu pembelian terancang dan pembelian tidak terancang. Pembelian terancang biasanya dilakukan sesuai permintaan yang maknanya konsumen sangat membutuhkan produk dan sudah masuk daftar belanjaan, sedang pembelian tak terancang (*impulse buying*) yakni mereka yang tiada merencanakan apapun saat berbelanja atau biasa disebut dengan pembelian mendadak.

Dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen, ritel modern telah menerapkan beberapa strategi, diantaranya adalah memberikan potongan harga pada produk tertentu. *Price discount* menggambarkan pencermatan yang disebarkan kepada konsumen dengan tarif normal produk yang tercetak pada cap atau sampul produk. Peter dan Olson (2014:256) menjelaskan bahwa *price discount* sama dengan skema *pricing* yang mengikutsertakan niat jangka panjang guna menjatuhkan harga secara terencana selepas meluncurkan produk memakai harga tinggi yang merupakan bentuk promosi yang disukai konsumen. Melalui potongan harga perusahaan sanggup menarik konsumen baru dan mempengaruhi konsumen demi mencoba produk baru.

Selain itu, perilaku konsumen terjadi karena rangsangan bauran ritel yang menarik yang diberlakukan oleh toko. Salah satunya adalah fasilitas fisik, yang mungkin menjadi alasan konsumen masuk ke dalam toko hingga akhirnya memutuskan untuk membeli barang, karena melihat pajangan dan barang yang menarik di luar toko, sehingga penting bagi peritel untuk menerapkan strategi yang tepat dan tepat. Konsumen mempertimbangkan untuk melakukan pembelian di toko dengan tampilan visual yang menarik. Sumeisey (2014) menyatakan bahwa *visual merchandising* menarik perhatian konsumen dengan membuat desain interior yang menarik, menciptakan suasana toko yang nyaman dan pencahayaan yang baik sehingga memberikan kesan berbeda bagi masyarakat. Lantaran itu, per toko kerap berusaha untuk menumbuhkan citra toko seraya menampilkan produk yang menarik sehingga mendorong perilaku pembelian.

Di era modern sekarang ini, konsumen tidak terus menerus melangsungkan pembelian sesuai dengan hajatnya sendiri, melainkan konsumen percaya bahwa berbelanja adalah cara untuk menunjukkan jati diri, martabat dan kegembiraan berbelanja produk terbaru sehingga tidak ketinggalan zaman. Hajat konsumen yang berbeda juga akan mempengaruhi transisi model hidup dimana seraya transisi tersebut konsumen akan berupaya untuk mencukupi hajatnya. Kosyu (2014) berpendapat shopping lifestyle membidik kepada kehidupan seseorang mengenai waktu dan uang yang mereka habiskan, aktivitas yang terlibat dalam pembelian, sikap serta cara hidup tentang dunia tempat seseorang hidup

Sebagian studi terdahulu sebagaimana studi yang dilakukan oleh Ulia, Susiwijani, dan Budiyanto (2019) menemukan perolehan bahwa *price discount* berdampak positif dan signifikan pada keputusan *impulse buying*, namun pada studi yang dijalankan oleh Waani dan Alfa Tumbuan (2015) menemukan hasil *price discount* secara parsial berdampak tidak signifikan pada *impulse buying*. Selanjutnya studi terdahulu yang dijalankan oleh Anggraini

dan Sulistyowati (2020) dengan perolehan hasil penelitian bahwa *visual merchandising* berdampak secara signifikan pada *impulse buying*, berbeda dengan studi yang dijalankan Saputri (2017) menunjukkan perolehan bahwa *visual merchandising* terbukti tidak berdampak signifikan pada pembelian impulsif. Begitu juga studi yang telah dijalankan oleh Imbayani dan Ari (2018) ditemukan bahwa *shopping lifestyle* berdampak positif pada *impulse buying behavior*, namun studi yang dijalankan oleh Darma dan Japariato (2014) memberikan hasil yang berbeda bahwa tidak ditemukan dampak yang signifikan dari *shopping lifestyle* pada *impulse buying*.

Dari beberapa penelitian terdahulu tersebut masih ditemukan ketidakkonsistenan terhadap hasil temuan. Lantas harus dilakukan studi kian berkepanjangan perihal perbedaan hasil penelitian terdahulu yaitu variabel *price discount*, *visual merchandising*, dan *shopping lifestyle* pada tempat yang berbeda serta periset hendak memahami apakah ketiga variabel yang tertera menjabarkan lebih mendalam tentang *impulse buying* pelanggan bagi toko ritel modern Miniso.

LANDASAN TEORI

1. *Price Discount*

Price discount merupakan penurunan harga yang diciptakan oleh perusahaan demi target untuk memikat ketertarikan pelanggan supaya melakukan pembelian baik itu secara sadar maupun secara tiba – tiba, juga untuk menumbuhkan nilai perdagangan perusahaan tersebut. Menurut Tjiptono (2016:311) *price discount* ialah penurunan harga yang dilepaskan oleh penjual pada pembeli bagaikan apresiasi terhadap aktivitas khusus penjual demi memuaskan pembeli. Pelanggan terpicat agar memperoleh harga sepadan. Harga yang sepadan merupakan poin yang diapresiasi cukup ketika melakukan transaksi. Rohaeni (2016) juga menyatakan bahwa *price discount* merupakan taktik publisitas berbasis harga, dimana pelanggan dapat memperoleh produk serupa namun harga yang didapatkan kian rendah. Promosi mutlak diperlukan dalam rangka meningkatkan penjualan, karena dapat dilihat dengan jelas bahwa promosi mempunyai pengaruh yang besar terhadap penjualan. Indikator *price discount* menurut Aprilliani (2017) adalah voucher, murah, menarik, dan hemat.

2. *Visual Merchandising*

Visual merchandising menggambarkan suatu perihal pokok yang patut diperhatikan oleh setiap toko. Dengan menampilkan tampilan toko yang menarik konsumen tidak ragu untuk memasuki toko tersebut bahkan dapat membangun hasrat konsumen untuk melakukan pembelian. Mehta dan Chugan (2013) berpendapat *visual merchandising* merupakan penataan produk yang baik dan menarik yang mempengaruhi perilaku konsumen. Ayu dan Sari (2008) mengemukakan bahwa *visual merchandising* diartikan sebagai tampilan *merchandise* yang memiliki tampilan bagus dan menarik dalam hal aksesoris, warna, dan penunjang lainnya dengan fungsi tampilan yang sesuai. Indikator *visual Merchandising* menurut Mehta dan Chugan (2013) yakni *windows display*, *mannequin display*, *floor merchandising*, *promotional signage*.

3. *Shopping Lifestyle*

Shopping lifestyle merupakan model pemakaian seseorang perkara macam – macam proses orang tersebut menuntaskan waktu dan uang untuk membeli suatu produk.

Sumarwan (2011) menyatakan bahwa gaya hidup adalah cara orang hidup dalam mengenakan uang dan waktunya. Gaya hidup kian menguraikan tingkah laku seseorang mengenai gaya hidup, uang dan waktu yang dimilikinya. Japariato (2009) menginterpretasikan *shopping lifestyle* ibarat usaha seseorang dalam menikmati waktu dan uangnya untuk aneka produk, layanan, teknologi, *fashion*, hiburan, serta pendidikan. *Shopping lifestyle* membidik pada model konsumsi yang menggambarkan preferensi seseorang akan upaya memakai waktu dan uang. Sumarwan (2011) menyatakan bahwa indikator *shopping lifestyle* terdiri dari kegiatan, minat, dan opini.

4. Impulse Buying

Impulse buying timbul karena adanya konsekuensi pada lingkungan sekitar, adanya tuntutan perasaan secara tiba – tiba demi menebus produk secara refleks tanpa mencermati imbasnya. Utami (2017:81) memaparkan *impulse buying* menggambarkan pembelian yang berlangsung tatkala pelanggan tiba-tiba mendapati tekad yang teguh dan gigih untuk menebus sesuatu sesegera mungkin. Perbuatan menebus yang dibuat tanpa memiliki niat menebus yang terwujud sebelum mendatangi toko. Mowen dan Minor (2010) juga berpendapat *impulse buying* ialah mekanisme pembelian yang timbul kala seseorang memandang sebuah barang lalu terpikat akan menebus barang tersebut. Japariato dan Suharto (2011) mengemukakan bahwa indikator *impulse buying* adalah spontanitas, kekuatan, kompulsif dan intensitas, kegairahan dan stimulasi, dan ketidakpedulian akan akibat.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif yang difungsikan saat menganalisis dan membuktikan hasil penelitian serta untuk mengetahui pengaruh variabel *price discount* (X_1), *visual merchandising* (X_2), dan *shopping lifestyle* (X_3) pada variabel *impulse buying* (Y). Populasi pada studi ini yakni pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya pada periode Februari 2021 dengan kuantitas sampel sejumlah 105 responden. Teknik pengambilan sampel mengenakan teknik *non probability sampling* melalui mode *accidental sampling*. Teknik analisis data mengenakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, serta uji hipotesis.

HASIL

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Dilakukannya Uji validitas guna membuktikan data yang sudah didapatkan sehingga mampu menaksir valid atau tidaknya kuesioner.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
Price Discount (X_1)			
X1.1_1	.378	0.3	VALID
X1.1_2	.378		VALID
X1.2_1	.569		VALID
X1.2_2	.569		VALID
X1.3_1	.430		VALID
X1.3_2	.430		VALID

X1.4_1	.527		VALID
X1.4_2	.527		VALID
Visual Merchandising (X₂)			
X2.1_1	.832		VALID
X2.1_2	.832		VALID
X2.2_1	.694		VALID
X2.2_2	.694	0.3	VALID
X2.3_1	.415		VALID
X2.3_2	.415		VALID
X2.4_1	.584		VALID
X2.4_2	.584		VALID
Shopping Lifestyle (X₃)			
X3.1_1	.378		VALID
X3.1_2	.378		VALID
X3.2_1	.746	0.3	VALID
X3.2_2	.746		VALID
X3.3_1	.474		VALID
X3.3_2	.474		VALID
Impulse Buying (Y)			
Y.1_1	.448		VALID
Y.1_2	.448		VALID
Y.2_1	.569		VALID
Y.2_2	.569	0.3	VALID
Y.3_1	.572		VALID
Y.3_2	.572		VALID
Y.4_1	.430		VALID
Y.4_2	.430		VALID

Perolehan diatas mengindikasikan bahwa segala item atas setiap pernyataan memiliki taraf signifikansi diatas 0.3. Lantas item – item di kuesioner terbilang *construct* yang kuat sehingga bisa dinyatakan kesegala item valid dan pantas untuk dilakukan uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan guna membuktikan kestabilan dan konsistensi responden saat menanggapi perkara yang bersangkutan dengan pernyataan suatu variabel yang dirangkai dalam model kuesioner. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila perolehan *Alpha Cronbach* lebih dari 0.6.

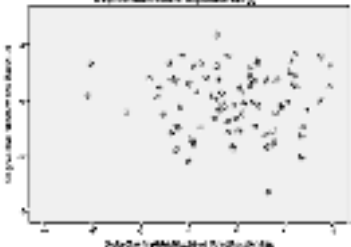
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Price Discount</i> (X ₁)	0.866		Reliabel
<i>Visual Merchandising</i> (X ₂)	0.898	0.6	Reliabel
<i>Shopping Lifestyle</i> (X ₃)	0.787		Reliabel
<i>Impulse Buying</i> (Y)	0.745		Reliabel

Dari perolehan diatas seluruh variabel mempunyai taraf koefisien reliabilitas *cronbach alpha* lebih dari 0.6, maka bisa dinyatakan kuesioner reliabel dan pantas untuk dilakukan uji selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Perolehan	Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas	0.227	Sig. > 0.05	Data berdistribusi normal
Uji Multikolinieritas			
<i>Price Discount</i> (X_1)	0.451	2.220	$Tolerance \geq 0.01$
<i>Visual Merchandising</i> (X_2)	0.678	1.476	$VIF \leq 10$
<i>Shopping Lifestyle</i> (X_3)	0.553	1.809	
			Terhindar atas multikolinieritas
			Terhindar atas multikolinieritas
			Terhindar atas multikolinieritas
Uji Heteroskedastisitas			plot yang berwujud tidak mempunyai pola yang jelas
			Bebas heteroskedastisitas
Uji Autokorelasi	1.774	$1.7411 < DW < 2.2589$	Bebas autokorelasi

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud guna menduga apakah pada model regresi, variabel pengganggu mempunyai distribusi normal. Residual berdistribusi normal jika memperoleh taraf signifikansi > 0.05.

Menurut perhitungan diatas didapatkan tarag signifikansi > 0.05 lantas bisa dinyatakan data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bermaksud guna menduga apakah model regresi terjalin kaitan diantara variabel bebas. Pengujian multikolinieritas menggunakan nilai $VIF \leq 10$ atau memiliki nilai *tolerance* ≥ 0.01 jadi dapat dinyatakan data terhindar dari gejala multikolinieritas.

Dari hitungan pengujian diperoleh seluruh nilai $VIF \leq 10$ variabel *Price Discount* (X_1), *Visual Merchandising* (X_2) dan *Shopping Lifestyle* (X_3) lantas bisa dikatakan regresi linier berganda yang dipakai dalam studi ini, terhindar atas multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dilakukannya uji heteroskedastisitas guna mengetahui pada sebuah model regresi, terdapat ketidaksamaan varian antar pengamatan.

Bersumber dari Scatterplot pada gambar dapat dilihat plot yang berwujud tidak mempunyai pola yang jelas, maka dinyatakan bebas heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Dilakukan uji autokorelasi guna mendeteksi apakah ada relasi antara variabel pengganggu saat terbatas oleh variabel sebelumnya. Menurut Ghazali (2018:108) jika mengambil keputusan ada atau tidaknya suatu problem autokorelasi pada pengujian Durbin – Watson adalah jika nilai $du < d < 4 - du$, maka tak terdapat autokorelasi

Penelitian ini didapatkan nilai du 1.7411 dan nilai dl 1.6237, sedangkan nilai $4 - du$ 2.2589 dan nilai DW 1.774. Hal ini berarti perolehan DW lebih dari perolehan du dan kurang dari $4 - du$. Maka bisa dinyatakan uji autokorelasi tak mempunyai gangguan atau tak terdapat autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berguna mendeteksi sejauh mana variabel bebas berdampak pada variabel terikat. Perolehan untuk nilai *constant* adalah 1.594. Sedangkan untuk variabel *price discount* 0.151, *visual merchandising* 0.214, *shopping lifestyle* 0.687. Lantas persamaan regresi seperti berikut:

$$Y = 1.594 + 0.151X_1 + 0.214X_2 + 0.687X_3$$

Dari perolehan di atas bisa dipaparkan sebagai berikut :

1. Koefisien *constant* 1.594 berarti apabila variabel *price discount* (X_1), *visual merchandising* (X_2), dan *shopping lifestyle* (X_3) nilainya 0 maka nilai *impulse buying* (Y) 1.594.
2. Nilai koefisien (β_1) 0.151, mendapatkan dampak positif pada *impulse buying* (Y). Maknanya tiap peningkatan *price discount* (X_1) dapat berimbang meningkatnya *impulse buying* (Y) sejumlah 0.151 dengan perkiraan variabel *visual merchandising* (X_2) dan *shopping lifestyle* (X_3) dalam kondisi konstan.
3. Nilai koefisien (β_2) 0.214, mendapatkan dampak positif pada *impulse buying* (Y). Berarti tiap penambahan *visual merchandising* (X_2) berimbang bertambahnya *impulse buying* (Y) sebesar 0.214 dengan perkiraan variabel *price discount* (X_1) dan *shopping lifestyle* (X_3) dalam kondisi konstan.
4. Nilai koefisien (β_3) 0.687, memiliki dampak positif terhadap *impulse buying* (Y). Maknanya setiap peningkatan *shopping lifestyle* (X_3) mengakibatkan meningkatnya *impulse buying* (Y) sebesar 0.687 dengan perkiraan variabel *price discount* (X_1) dan *visual merchandising* (X_2) dalam kondisi konstan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berguna dalam menjelaskan seberapa jauh suatu model mampu menjelaskan variabel terikat.

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi

R	Adjusted R Squared
.856 ^a	.724

Dapat diketahui nilai R yakni 0.856 bermakna mempunyai hubungan sangat kuat berdasarkan interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2019:248), sedangkan nilai

Adjusted R Squared 0.724, menunjukkan variabel *price discount*, *visual merchandising*, dan *shopping lifestyle* mempengaruhi variabel *impulse buying* sebesar 72.4 %, sisanya 27.6% diterangkan variabel lain yang tidak terlibat dalam model konseptual untuk dianalisis.

Uji t

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menduga apakah variabel bebas nyata memberikan pengaruh pada variabel terikat.

Tabel 5. Hasil Uji t

	T	Sig.
(Constant)	0.936	0.351
<i>Price Discount</i> (X ₁)	2.123	0.036
<i>Visual Merchandising</i> (X ₂)	4.055	0.000
<i>Shopping Lifestyle</i> (X ₃)	8.478	0.000

Berdasarkan perolehan diatas maka:

1. Variabel *price discount* mempunyai dampak positif dan signifikan pada *impulse buying* dengan ditetapkan perolehan t hitung $2.123 > t \text{ tabel} = 1.982$ dan taraf signifikansi kurangdari 0.05.
2. Variabel *visual merchandising* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada *impulse buying* ditetapkan dari perolehan t hitung $4.055 > t \text{ tabel} = 1.982$ serta taraf signifikansi kurangdari 0.05.
3. Variabel *shopping lifestyle* mempunyai pengaruh positif dan signifikan atas *impulse buying* dengan merujuk dari perolehan t hitung $8.478 > t \text{ tabel} = 1.982$ dengan taraf signifikansi kurangdari 0.05.

Maknanya, variabel *price discount*, *visual merchandising*, dan *shopping lifestyle* ini mendukung atas *impulse buying* pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya dan hasil pengujiannya menyatakan H₁ diterima

Uji F

Uji statistik F sama dengan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama).

Tabel 6. Uji F

	F	Sig.
Regression	91.997	.000 ^b

Hasil analisis diperoleh bahwa variabel bebas yaitu *price discount* (X₁), *visual merchandising* (X₂), *shopping lifestyle* (X₃) yang diuji secara simultan pada *impulse buying* pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya (Y) memiliki hasil dengan taraf signifikansi 0.000 kurangdari 0.05. Sedang perhitungan uji F sebesar $91.997 > F \text{ tabel } 3.08 \text{ (df=105)}$. Dinyatakan hasil perhitungan bahwa hipotesis H₁ diterima.

PEMBAHASAN

1. Hasil analisis variabel *price discount* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* pada taraf signifikansi $0.036 < 0.05$. Berarti keberadaan *price discount* di perusahaan bisa memikat konsumen dan mempengaruhi konsumen coba produk baru, promosi dengan cara tersebut dapat menarik minat pembeli yang tidak dirancang lebih dulu. Selarasnya hasil studi ini dipaparkan oleh Utami (2017:83) bahwa ketetapan pembelian

pada kegiatan promosi sangat berdampak akan penjualan, hal tersebut pun selaras dengan studi yang dijalankan oleh Ulia (2019) dan Kusumandaru (2017) dengan hasil menjelaskan bahwa *price discount* berdampak positif dan signifikan pada *impulse buying*.

2. Hasil analisis variabel *visual merchandising* berdampak signifikan akan *impulse buying* pada taraf signifikansi $0.000 < 0.05$. Bermakna pengunjung memiliki ketertarikan untuk mengunjungi toko apabila menyaksikan desain toko yang memikat, oleh karena itu *visual merchandising* menggambarkan suatu aspek yang berguna bagi peritel untuk memperoleh perhatian lebih dari pengunjung dan tentunya dapat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja. Studi ini selaras dengan teori yang dipaparkan Sumeisey (2014) bahwa *visual merchandising* membantu memikat perhatian konsumen dengan menyuguhkan kesan yang berbeda dengan cara membuat interior yang menarik, suasana yang nyaman, pencahayaan yang baik sehingga konsumen akan cenderung tertarik dan melakukan *impulse buying*, hal tersebut juga sejalan dengan studi yang dijalankan Firdayanti (2020) dan Anggraini (2020) yang mendapatkan hasil bahwa *visual merchandising* berdampak secara signifikan pada *impulse buying*.
3. Hasil analisis variabel *shopping lifestyle* berdampak signifikan akan *impulse buying* pada taraf signifikansi $0.000 < 0.05$. Maknanya perilaku konsumen saat ini sering terjadi tanpa adanya rencana sebelumnya bahkan cenderung mendominasi pembelian. Studi ini selaras dengan teori yang dipaparkan Tirmizi (2009) bahwa *shopping lifestyle* selaku sikap pengunjung perihal ketetapan pembelian produk yang dihubungkan dengan opini pribadi yang merujuk relasi positif *shopping lifestyle* dan *impulse buying*. Perihal ini selaras dengan studi yang dijalankan Irbayani dan Ari (2018) dan Putra (2011) dengan hasil yang menunjukkan *shopping lifestyle* berdampak positif pada *impulse buying*.
4. Perolehan studi ini menunjukkan bahwa *price discount*, *visual merchandising*, dan *shopping lifestyle* yang diuji secara simultan terhadap *impulse buying* pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya. Diketahui perolehan F hitung 91.997 pada taraf signifikansi $0.000 < 0.05$. Didapatkan hasil yang menyampaikan hipotesis bisa diterima dan terbukti. Berarti *price discount* (X_1), *visual merchandising* (X_2), dan *shopping lifestyle* (X_3) berpengaruh pada *impulse buying* (Y) pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya.

SIMPULAN

Berlandaskan pada hasil penelitian yang tertera maka :

1. *Price discount* memiliki dampak positif dan signifikan pada *impulse buying* pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya. Lantas didapatkan hasil yang menunjukkan hipotesis bisa diterima dan terbukti.
2. *Visual merchandising* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada *impulse buying* pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya. Hasil pengujian menunjukkan hipotesis bisa diterima dan terbukti.
3. *Shopping lifestyle* mendapatkan dampak positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya. Lantas didapatkan hasil yang menunjukkan hipotesis dapat diterima dan terbukti.
4. *Price discount*, *visual merchandising*, dan *shopping lifestyle* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan pada *impulse buying* pengunjung Miniso di Royal Plaza Surabaya. Hasil pengujian menunjukkan hipotesis bisa diterima dan terbukti.

IMPLIKASI

Bagi pihak perusahaan Miniso penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pandangan masyarakat terhadap produk – produk Miniso sehingga perusahaan dapat menambahkan inovasi terbaru untuk menarik minat beli calon konsumen serta Miniso perlu memperhatikan harga yang ditawarkan kompetitor dan memberikan informasi harga yang lebih jelas sehingga memudahkan konsumen dalam mempertimbangkan pembelian.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini keterbatasan yang terjadi salah satunya aspek – aspek yang mempengaruhi *impulse buying* hanya terdiri dari *price discount*, *visual merchandising*, dan *shopping lifestyle* sedangkan masih terdapat berbagai aspek lain yang dapat mempengaruhi *impulse buying*. Jumlah sampel yang digunakan hanya 105 orang belum bisa menggambarkan kondisi yang sesungguhnya. Data yang disampaikan oleh responden dengan survei kuesioner adakala tak menunjukkan opini yang sesungguhnya, kondisi ini dikarenakan tidak semua responden mendapatkan penjelasan yang detail sehingga pemahamannya berbeda-beda.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, I. D., & Sulistyowati, R. (2020). PENGARUH VISUAL MERCHANDISING DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso di Surabaya), 08(01), 660–666.
- Aprilliani, R., & Khuzaini. (2017). PENGARUH PRICE DISCOUNT , POSITIVE EMOTION DAN IN-STORE STIMULI TERHADAP IMPULSE BUYING Rina Aprilliani Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, 6.
- Ayu, D., & Sari, T. (2008). PENGARUH MERCHANDISING , PROMOSI DAN ATMOSFIR TOKO TERHADAP IMPULSE BUYING, 851–867.
- Darma, L. A., & Japarianto, E. (2014). ANALISA PENGARUH HEDONIC SHOPPING VALUE TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN SHOPPING LIFESTYLE DAN POSITIVE EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MALL CIPUTRA, 8(2), 80–89. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.80-89>
- Firdayanti, N., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). PENGARUH VISUAL MERCHANDISING DAN PRODUCT ASSORTMENT TERHADAP IMPULSE BUYING (Survei Pada Konsumen Rabbani Kota Sukabumi), 5, 391–404.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imbayani, I. G. A., & Ari, N. (2018). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE , FASHION INVOLVEMENT DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR, 3(2), 199–210.
- Japarianto, E. (2009). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR MASYARAKAT HIGH INCOME SURABAYA.
- Japarianto, E., & Suharto, S. (2011). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR MASYARAKAT HIGH INCOME SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6, 32–41.
- Kosyu, D. (2014). Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle Dan Impulse Buying (Survei Pada Pelanggan Outlet Stradivarius Di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 14(2), 84440.
- Kusumandaru, A. V. (2017). PENGARUH PRICE DISCOUNT , BONUS PACK , DAN INSTORE DISPLAY TERHADAP IMPULSE BUYING MATAHARI variable price discount sebesar 0 ,

- 743 dan variable bonus pack sebesar 0 , 289 , sehingga dapat diketahui bahwa variable price discount yang memiliki pengaruh dom, 6(September), 1–19.
- Mehta, N. P., & Chugan, P. K. (2013). The Impact of Visual Merchandising on Impulse Buying Behavior of Consumer: A Case from Central Mall of, 1(2), 76–82. <https://doi.org/10.13189/ujm.2013.010206>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Kesembilan). Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, F. K. (2011). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE, USIA DAN GENDER TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUK FASHION (SURVEY PADA KONSUMEN PRODUK FASHION DI MALANG TOWN SQUARE (MATOS)), 1–12.
- Rohaeni, H. (2016). Peranan Promosi Melalui Personal Selling terhadap Volume Penjualan., IV(2), 231.
- Saputri, D. L. (2017). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS, KETERLIBATAN FASHION, DAN VISUAL MERCHANDISING TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF, 6.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. (Sutopo, Ed.) (kedua). Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumeisey, G. M. (2014). The Effect of Visual Merchandising on consumer Impulse Buying Behavior. *EMBA*, 1413–1423.
- Tirmizi, Ali, M., Rehman, K. U., & Saif, M. I. (2009). An Empirical Study of Consumer Impulse Buying Behavior in Local Markets. *European Journal of Scientific Research*, 28, 522–532.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan* (kesatu). Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulita, K., Susiwijajani, & Budiyo. (2019). PENGARUH PRICE DISCOUNT, BONUS PACK, DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING (Studi Pada Konsumen Swalayan Jodo Plaza Purworejo), 1–15.
- Utami, C. W. (2017). *Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (ketiga). Jakarta: Salemba Empat.
- Waani, R. C. T., & Alfa Tumbuan, W. J. F. (2015). the Influence of Price Discount, Bonus Pack, and in-Store Display on Impulse Buying Decision in Hypermart Kairagi Manado. *F.A. Tumbuan. The Influence of Price... Jurnal EMBA*, 33(4213), 420–428.

Pengaruh Budaya Kerja, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kecamatan Welak Kabupaten Manggarai Barat Provinsi Nusa Tenggara Timur

Yeni Beatrix Averina¹, Subakir², Fauziyah³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

yenibeatrixa.verina@gmail.com, basta.fauziyah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui budaya kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai kecamatan welak kabupaten manggarai barat provinsi NTT, (2) untuk mengetahui lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai kecamatan welak, kabupaten manggarai barat provinsi NTT (3) untuk mengetahui motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai kecamatan welak kabupaten manggarai barat provinsi NTT, (4) untuk mengetahui budaya kerja, lingkungan kerja dan motivasi kerja berpengaruh secara simultan terhadap kinerja pegawai kecamatan welak kabupaten manggarai barat provinsi NTT. Populasi yaitu seluruh pegawai Kecamatan Welak berjumlah 32 orang dan sampelnya seluruh yang ada pada populasi berjumlah 32 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampling jenuh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, budaya kerja (X1) secara tersendiri tidak terjadi pengaruh terhadap kinerja pegawai, lingkungan kerja (X2) secara parsial ada pengaruh terhadap kinerja pegawai, (X3) motivasi kerja secara tersendiri tidak terdapat berpengaruh terhadap kinerja pegawai, dan budaya kerja (X1), lingkungan kerja(X2) dan motivasi kerja (X3) secara bersamaan berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

Kata Kunci : Budaya Kerja, Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, Kinerja.

ABSTRACT

This research aims (1) To find out that work culture affects the performance of employees in Welak District, West Manggarai Regency, NTT Province. (2) To determine the work environment affects employees performance of Welak sub-district, West Manggarai Regency, NTT Province. (3)) To find out that work motivation affects the performance of employees in Welak district, west manggarai regency, NTT Province. (4) To determine work culture, work environment and work motivation simultaneously influence the performance of employees of Welak sub-district, West Manggarai Regency, NTT Province. The population all employees of Welak sub-district totaling 32 people and the entire sample in the population is 32 people with the sample observation technique, namely saturated samples.

The results showed that, work culture (X1) independently has no effect on employee performance, work environment (X2) partially has an affects on employee performance, (X3) work motivation independently has no effect on employee performance, and work culture (X1), work environment (X2) and work motivation (X3) simultaneously affect employee performance.

Keywords: Work Culture, Work Environment, Work Motivation, Performance

PENDAHULUAN

Salah satu kepentingan menjalankan perputaran roda organisasi untuk mencapai tujuan yang telah menjadi dasar terbentuknya suatu organisasi. Untuk mencapai kinerja yang baik, pegawai yang ada didalam suatu organisasi harus mempunyai suatu keahlian dalam mengerjakan pekerjaannya.

Menjadi referensi : (1) Siti Maisarah Hasibuan dan Syaiful Bahri (2018) kepemimpinan, lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai personil polri di polsek medan area.(2) Muhammad Lutfi Ramdhani (2019) budaya kerja dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja pegawai pada dinas kependudukan dan pencatatan sipil kabupaten bogor. (3) Fimanita Yosepha (2019) budaya kerja terhadap kinerja pegawai pada kantor kecamatan linggang bigung kabupaten kutai barat. (4) Nurul.M.N. Amalia (2016) lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai di dinas tenaga kerja dan sosial kabupaten sleman. (5) Pratitha Sungging Parantri dkk (2020) disiplin kerja, lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan di kantor kecamatan srono kabupaten banyuwangi. (6) Velina Dita Rozhalia (2016) budaya organisasi, disiplin kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai pada PT. PLN Persero unit asebagus.

Darodjat (2015) menyatakan bahwa budaya kerja dapat dilihat dari pola perilaku secara keseluruhan .

Lingkungan kerja suasana efisien dan nyaman akan membawa dampak yang baik terhadap pegawai (Sedarmayanti and Rahadian 2018).

Afandi (2018) berpendapat demikian motivasi adalah kemauan dari dalam diri seseorang untuk lebih maju, sehingga mendapatkan sesuatu yang baik secara berkualitas sesuai yang diinginkan.

Mangkunegara (2017) menyebutkan bahwa kinerja yaitu seseorang yang dapat melakukan kewajibannya dengan baik, maka akan memperoleh sesuatu yang berkualitas serta kuantitas yang dicapai seseorang itu.

kecamatan merupakan instansi yang menyelenggarakan tujuan untuk mencapai tujuan bersama. Dengan diselenggarakan tujuan ini maka pegawai maupun atasan akan bekerja dengan sebaik-baiknya. Pegawai bisa menjalankan tugasnya dengan kondisi lingkungan kerja yang memadai yang mempengaruhi tugas yang dibebankannya, mempunyai semangat untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan yang ada dan harus memperhatikan permasalahan kualitas. Agar dapat menyelesaikan pekerjaannya maka perlu adanya motivasi atau dorongan antara pemimpin dan para pegawainya.

Hipotesis

- H1 : Budaya kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai
- H2 : Lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai
- H3 : Motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai
- H4 : Budaya kerja, lingkungan kerja dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja Pegawai

METODE

Metode kuantitatif dengan pendekatan kausal.

Populasi

Populasi yaitu semua pegawai pada instansi yang berjumlah 32 pegawai.

Sampel

Semua populasi dijadikan sampel yang berjumlah 30 pegawai karena jumlahnya sedikit.

Teknik Penentuan Sampel

Sampling Jenuh

Sumber Data

1. Data Primer

Secara tatap muka menyebarkan kuesioner untuk diisi oleh pegawai Kecamatan Welak sebagai responden.

2. Data sekunder

Penelitian ini adalah Profil instansi, visi dan misi serta struktur instansi Kecamatan Welak sebagai sumber pengumpulan informasi.

HASIL

a. Validitas

Hasil pengujian validitas yang telah dilakukan bahwa pada variabel budaya kerja yaitu maksimum r hitung sebesar ,731 r hitung minimum ,393. r hitung lingkungan kerja maksimum sebesar ,735 dan nilai r hitung minimum sebesar ,468. Pada variabel motivasi kerja maksimum ,742 dan nilai r hitung minimum ,383. Pada variabel kinerja pegawai nilai r hitung maksimum ,769 dan nilai r hitung minimum ,466. r tabel ,3388. Maka, dapat dinyatakan semua menunjukkan hasil yang valid

b. Reliabilitas

Tabel 1

No	Variabel	Hasil	N Kritis	Ket
1.	X1	,689	,60	Reliabel
2.	X2	,699	,60	
3.	X3	,746	,60	
4.	Y	,773	,60	

Sumber : Data SPSS (2021)

Dapat dilihat dari tabel 1 diatas maka setiap variabel dikatakan reliabel dan bisa digunakan karena cronbach alpha di atas > ,60.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2

	Hasil	Kriteria	Ket
Normalitas	0,076	Sig>0.05	Normal
Multikolineritas (X1)	1,552	VIF<10	Bebas Multikolineritas

(X2)	1,242	VIF<10	Bebas Multikolineritas
(X3)	1,349	VIF<10	Bebas Multikolineritas
Heteroskedastisitas			
(X1)	,993	Sig>,05	Bebas Heteroskedastisitas
(X2)	,873	Sig>,05	Bebas Heteroskedastisitas
(X3)	,083	Sig>,05	Bebas Heteroskedastisitas
Autokorelasi	2,349	(1,6505<2,349>1,2437),	Tidak ada kesimpulan pasti

Sumber : Diolah SPSS (2021)

Dari tabel diatas, disimpulkan :

a. Uji Normalitas

Pola terdistribusi normal karena ,076>,05

b. Uji Multikolineritas

Bebas dari Multikolineritas karena nilai VIF<10, budaya kerja VIF<1,552, Lingkungan kerja VIF<1,242, Motivasi kerja VIF<1,349

c. Uji Heteroskedastisitas

Nilai signifikansi dari variabel budaya kerja sebesar ,993, lingkungan kerja sebesar ,837, dan motivasi kerja sebesar ,083. Dari hasil itu, disimpulkan bebas heteroskedastisitas karena >,05.

d. Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada output model summary menunjukan bahwa (DW) 2,349 diatas dl dan du (1,6505<2,349>1,2437, tidak ada kesimpulan yang pasti. Jadi mengatasi hal ini selanjutnya dilakukan pengujian Runns Test. Hasil pengujian diketahui signifikasi 1,000>,05 menunjukan bebas autokorelasi.

Analysis Regression Linier Berganda

Tabel 3

No	KoefisieRegresi	Standard Error
1. Constanta	4,978	6,016
2. Budaya Kerja	,277	,139
3. Lingkungan kerja	,468	,176
4. Motivasi Kerja	,064	,076

Sumber : Data Primer SPSS Diolah (2021)

$$Y = 4,978 + ,277 X_1 + ,468 X_2 + ,064 X_3 + e$$

Tabel 5 hasil regresi yaitu :

1. Constanta sebesar 4,978

Menunjukkan bahwa a koefisien regresi pada konstanta sebesar 4,978. Artinya apabila (X1), (X2), dan (X3) bernilai nol (Y) 4,978.

2. ,277 adalah nilai koefisien variabel budaya kerja (X1)

Menunjukkan peningkatan kinerja pegawai adalah ,277. Setiap penambahan suatu budaya kerja.

3. ,468 adalah nilai koefisien lingkungan kerja (X2)
Menunjukkan peningkatan kinerja pegawai adalah ,468. Setiap peningkatan atau penambahan lingkungan kerja.
4. ,064 adalah koefisien variabel motivasi kerja (X3)
Menunjukkan peningkatan kinerja pegawai adalah ,064. Setiap penambahan atau peningkatan suatu motivasi kerja. .

Coefficient Determinasi

Tabel 4.

Model	Adjusted R Square
	,431

Berdasarkan tabel diatas Nilai Adjusted R Square ,431 (43,1%), sehingga dapat disimpulkan bahwa 43,1% budaya kerja, lingkungan kerja dan motivasi mempengaruhi kinerja pegawai, sisanya 56,9% yang tidak dibahas disini.

Hasil Hipotesis

- a. Secara Parsial (t)

Tabel 5
Uji t

Variabel	T	Sig	Ket
Constanta	,827	,415	
X1	,1997	,056	Tidak berpengaruh
X2	,2658	,013	Berpengaruh
X3	,849	,403	Tidak berpengaruh

Sumber : Data Diolah (2021)

nilai statistik di atas adalah :

1. Budaya Kerja = nilai sig ,056 > ,05, menyimpulkan bahwa variabel (X1) tidak berpengaruh terhadap (Y) .
2. Lingkungan Kerja = nilai sig. ,013 < ,05, disimpulkan variabel (X2) berpengaruh terhadap kinerja pegawai (Y).
3. Motivasi Kerja = sig. ,403 > ,05, kesimpulan variabel (X3) tidak berpengaruh terhadap Kinerja Pegawai (Y).

- b. (F)

Tabel 6

	F	sig
Regression	8,815	,000 ^b

sumber : Hasil Pengujian Primer (2021)

Dapat disimpulkan bahwa nilai sig ,000 <,05 hipotesis diterima. Maka ketiga variabel secara bersamaan berpengaruh terhadap (Y).

SIMPULAN

peneliti menyimpulkan :

1. Budaya kerja tidak terdapat pengaruh pada (Y). Hipotesis ditolak.
2. Lingkungan kerja ada pengaruh terhadap (Y). Hipotesis diterima
3. Motivasi kerja tidak terjadi pengaruh terhadap (Y). Hipotesis ditolak
4. Secara bersamaan ketiga variabel berpengaruh terhadap (Y). hipotesis diterima

IMPLIKASI

Untuk meningkatkan kinerja pegawai, instansi hendaknya lebih memperhatikan pegawai yang memiliki budaya kerja dengan cara pemimpin harus lebih memperhatikan pegawainya dari segi sikap, perilaku serta kerja sama diantar sesama pegawai sehingga kinerja pegawai akan meningkat. Selain itu, motivasi kerja, hendaknya instansi memperhatikan motivasi kerja sehingga semangat dan antusiasme pegawai lebih terdorong untuk maju. Hendaknya instansi lebih meningkatkan lingkungan kerja karena lingkungan kerja yang diterapkan dengan baik di instansi dapat membawa dampak yang baik terhadap pegawai instansi Kecamatan Welak.

KETERBATASAN PENELITIAN

Adanya keterbatasan penelitian ini ada pada kuesioner yang disebarakan oleh peneliti, terkadang jawabannya tidak menyatakan kondisi yang ada.

Ada beberapa responden yang sangat lama mengembalikan kuesioner yang telah disebarakan, sehingga membuat peneliti lama untuk mengolah data.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. M. R., & Indratono, S. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Dinas Tenaga Kerja Dan Sosial Kabupaten Sleman the. Jurnal Fakultas Ekonomi, 046, 622–634.
- Afandi,Pandi, 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Konsep dan Indikator. Pekanbaru: Zanaf.
- Darodjat, Achma Tubagus. 2015. Pentingnya Budaya Kerja Tinggi Dan Kuat Absolute. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Siti Maisarah, and Syaiful Bahri. 2018. “Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja.” Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen 1(1):71–80. doi: 10.30596/maneggio.v1i1.2243.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Parantri, Pratitha Sungging, Abd. Khodir Djaelani, and M. Khoirul Anwarodin Broto Suharto. n.d. “Pengaruh Disiplin Kerja Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja

- Karyawan Di Kantor Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.” Jurnal Riset ManajemenPRODI MANAJEMEN 1–16.
- Ramdhani, Muhammad Luthfi. 2019. “Pengaruh Budaya Kerja Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bogor.” 1–14. doi: 10.31219/osf.io/84pw2.
- Rozhalia, V. D. (2016). Pengaruh budaya organisasi, disiplin kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai pada PT.PLN Persero Unit Asembagus. Fakultas ekonomi Universitas Jember.
- Sedarmayanti, Sedarmayanti, and Nunur Rahadian. 2018. “Hubungan Budaya Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Lembaga Pendidikan Tinggi.” Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi 15(1):63 –77. doi: 10.31113/jia.v15i1.133.
- Sugiyono, P. D. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.Bandung: Alfabeta 2016.
- Yosepha, F. (2019). PENGARUH BUDAYA KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR KECAMATAN LINGGANG BIGUNG KABUPATEN KUTAI BARAT. 2 no 3.

PENGARUH MEREK, KEPERCAYAAN, DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIPA SURABAYA

Fatimah Putri Anggraini¹, Christina Menuk Srihandayani²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3}
putriafatimah@gmail.com

ABSTRAK

Dilakukannya penelitian ini dengan tujuan mengetahui pengaruh merek, kepercayaan, dan loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian produk Emina pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Penelitian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 73 responden. *Accidental Sampling* sebagai teknik dalam mengambil sampel. Pengumpulan data melalui kuisioner kemudian dianalisis dengan uji regresi linier berganda dan uji signifikansi dengan program SPSS yang sebelumnya dilakukan dengan uji instrumen, uji asumsi klasik. Hasil pengujian menggunakan uji t, uji f dapat disimpulkan bahwa variabel merek, kepercayaan, dan loyalitas konsumen memiliki pengaruh secara parsial dan simultan untuk hasil yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : merek, kepercayaan, loyalitas konsumen, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of knowing the effect of brand, trust, and consumer loyalty on the decision to purchase Emina products in Unipa Surabaya Faculty of Economic Faculties Management. This research uses a quantitative approach. Samples were taken as many as 73 respondents. Accidental Sampling as a technique for taking samples. Data collection through questionnaires was then analyzed by multiple linear regression tests and significance tests with the SPSS program previously carried out with an instrument test, a classic assumption test. The test results using the t-test, the f-test can be concluded that the brand variables, trustworthiness, and consumer loyalty have a partial and simultaneous influence for significant results on purchasing decisions.

Keywords: Brand, Trust, Consumer Loyalty, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini Pemasaran atau yang biasa disebut marketing memiliki peranan yang sangat penting bagi semua jenis bidang usaha. Pemasaran atau marketing tersebut saling berkesinambungan sebagai penghubung antara perusahaan dari proses pembuatan produk ke masyarakat sebagai pemakai produk.

Pemasaran merupakan system keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya, dan mendistribusikannya kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen (Staton, 2011)

Semakin banyaknya merek yang ada pada kosmetik dan beredar dipasaran baik dari luar negeri maupun dalam yang ada di Indonesia membuat persaingan semakin ketat. Merek memberikan nilai, sehingga total produk menjadi lebih tinggi jika di bandingkan dan produk yang tidak bermerek dalam artian hanya dinilai secara objektif. oleh sebab itu merek dalam produk emina sangatlah berpengaruh sebelum melakukan keputusan pembelian. Shadat (2009)

Bukan hanya merek, kepercayaan konsumen juga perlu diperhatikan dalam suatu produk. Hal tersebut yang harus kita manfaatkan sebagai ujung tombak dalam kemajuan suatu perusahaan. Kepercayaan tidak hadir dengan sendirinya dari diri konsumen, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan akan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihadapinya. mulai dari kualitas sampai kepercayaan karena citra dari perusahaan yang baik. Konsumen yang akan membeli produk kosmetik *emina* terlebih dahulu melihat dari merek namun bukan hanya itu saja melainkan juga harus memiliki kepercayaan terhadap merek ketika konsumen hendak melakukan keputusan pembelian. Terengana, Supit, & Utami, (2013).

Selain merek, dan kepercayaan, loyalitas konsumen juga cukup penting. Karena berarti mampu bertahan untuk melakukan pembelian ulang produk/ jasa secara konsisten di masa yang akan datang. mengungkapkan loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Oleh karena itu Emina diharapkan mampu memberikan inovasi-inovasi terbaru. Kotler dan Keller (2009:138)

Sementara itu dengan adanya merek, kepercayaan, dan loyalitas konsumen akan membuat pelanggan melakukan suatu keputusan pembelian. mengemukakan rasa percaya diri pelanggan pada keputusan pembelian dapat dilihat sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri pada keputusannya memilih suatu produk. Kusumastuti, (2011:2)

Mahasiswa sebagai salah satu segment utama dalam pemasaran suatu produk kosmetik seperti pada mahasiswa/i prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana.

Semakin banyak nya pilihan produk perawatan kulit wajah skincare dari berbagai merek membuat mahasiswa/i prodi manajemen dihadapkan dengan keputusan pembelian produk tersebut. Salah satunya produk kosmetik Emina yang menjadi pilihan mahasiswa/i tentu bukan tanpa sebab mahasiswa/i memilih produk kosmetik Emina. Kebanyakan dari mahasiswa/i yang memilih produk Emina mereka berkata Emina memiliki harga yang terjangkau bagi kantong mahasiswa/i, cocok untuk segala macam jenis kulit, formulanya ringan saat di aplikasikan ke wajah, membuat wajah pemakai semakin terlihat cerah, Formulanya dirancang ringan, serta memang untuk kalangan anak-anak muda yang gemar bermain-main dengan make-up. Sehingga mampu menciptakan karakter sesuai dengan dirinya. Banyak dari mahasiswa/i prodi manajemen fakultas ekonomi Unipa memakai produk kosmetik Emina sudah lebih dari satu kali, ada yang sudah memakai 3-4 kali dan ada juga yang setia memakai produk kosmetik Emina hingga tidak ingin mencoba produk kosmetik lainnya. Produk

kosmetik Emina berdiri kurang lebih 4 tahun pada Maret 2015 hingga sekarang, oleh sebab itu mahasiswa prodi manajemen mempercayai produk kosmetik Emina bukan hanya terjamin keamanan saat dipakai namun juga memiliki kelebihan-kelebihan yang cukup banyak, Untuk itu perlu dikaji permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk EMINA pada Mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya.
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk EMINA pada Mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya.
3. Apakah loyalitas konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk EMINA pada Mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya.
4. Apakah merek, kepercayaan, dan loyalitas konsumen berpengaruh secara simultan

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Berikut dipaparkan landasan teori variabel merek, kepercayaan, loyalitas dan keputusan pembelian:

Merek

Merek diartikan sebagai sebuah kata yang membuat konsumen ingat akan suatu produk tertentu seperti logo, bentuk huruf dan warna khas yang dimiliki produk tersebut.

Kotler & Keller (2009:258), Merek diartikan sebagai pembeda dari produk yang satu dengan yang lain dan berguna sebagai pemenuh kebutuhan konsumen.

Jadi, merek menjadi sebuah pembeda produk dan akan selalu diingat oleh konsumen yang membelinya.

Aaker dan Biel (2009:71) indikator merek yaitu: 1) *Corporate Image* berarti suatu perkataan konsumen pada perusahaan atau produsen yang membuat suatu produk. 2) *Citra Product Image* diartikan sebagai suatu pendapat pembeli atau konsumen akan suatu produk. 3) *User Image* yaitu persepsi seorang konsumen pada pemakai atau konsumen lain yang memakai produk tersebut.

Kepercayaan

Kepercayaan menjadi sebuah hal yang bersifat penting untuk dijaga agar dapat terus meningkatkan rasa percaya akan sebuah produk oleh konsumen.

Bulbul (2013) kepercayaan diartikan sebagai suatu hal yang sangat penting dalam membantu mengembangkan perusahaan.

Jadi ditarik kesimpulan kepercayaan diartikan sebagai kunci pebisnis dalam dalam membantu mengembangkan bisnisnya atau perusahaan.

Gefen (dalam yee dan faziharudean (2010) Indikator kepercayaan yaitu: 1) *Integrity* yang berarti perusahaan harus memiliki prinsip menepati janji, beretika dan selalu jujur, 2) *Benevolence* berarti rasa kepercayaan pada mitra apabila komitmen belum dibentuk, 3) *Competence* sebuah keahlian dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Loyalitas Konsumen

Loyalitas diartikan sebagai sebuah rasa setia konsumen pada suatu produk meskipun banyak produk yang sejenis dipasaran.

Lovelock, et al (2010:76) loyalitas berarti konsumen yang bersedia terus memakai suatu produk dalam jangka panjang. Ditarik kesimpulan loyalitas berarti sebuah kesetiaan konsumen akan suatu produk dan menggunakannya dalam waktu panjang.

Hidayat (2009:103) indikator loyalitas konsumen meliputi: 1) *trust* yaitu persepsi konsumen akan rasa percaya pada sebuah produk. 2) *emotion commitment* berarti sebuah komitmen dan rasa emosi konsumen pada produk. 3) *switching cost* yaitu persepsi konsumen akan perubahan yang akan terjadi sewaktu-waktu. 4) *word of mouth* berarti konsumen menginformasikan suatu hal mengenai produk kekonsumen lain. 5) *corperation* yaitu perilaku yang dimiliki konsumen akan kerja sama dengan pasar.

Keputusan Pembelian

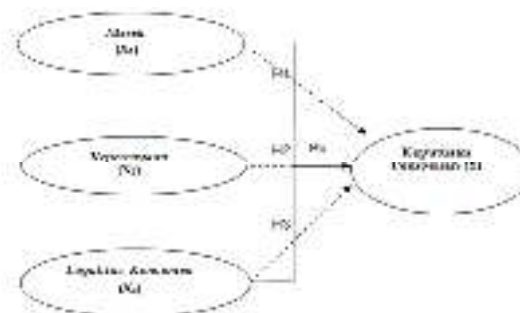
Belch (2009:113) keputusan pembelian diartikan sebagai sebuah tahap yang konsumen harus lewati ketika akan membeli suatu produk.

Keputusan pembelian juga sebagai sebuah tindakan konsumen ketika melihat suatu produk dan konsumen itu ingin memiliki dan menyukainya.

Kotler (Ardiansyah 2012:36) indikator keputusan pembelian meliputi: 1) Tujuan dalam membeli suatu produk maksudnya ketika membeli suatu produk konsumen pasti sebelumnya memiliki tujuan untuk apa produk tersebut dibeli. 2) proses dari informasi untuk sampai ke pemilih merek artinya konsumen sebelum membeli barang atau jasa akan mendapatkan informasi dari konsumen lain mengenai produk yang akan dibeli hingga konsumen jadi membeli produk tersebut. 3) pemilihan pada sebuah produk yaitu konsumen akan memilih produk yang dirasa berguna dan bermanfaat. 4) memberikan rekomendasi kepada oranglain maksudnya setelah konsumen membeli dan merasakan manfaat atas produk yang dibeli, konsumen tersebut akan merekomendasikan kekonsumen lain agar membeli juga produk tersebut. 5) melakukan pembelian ulang pada suatu merek maksudnya apabila konsumen merasa produk yang dibelinya memuaskan dan memenuhi kebutuhan, konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang pada produk yang sama.

Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual akan dipaparkan dibawah ini:



Gambar 1. kerangka konseptual

Hipotesis

H₁= Merek memiliki pengaruh pada keputusan pembelian produk emina pada mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi UNIPA Surabaya.

H₂= Kepercayaan mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian produk emina pada mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi UNIPA Surabaya.

H₃= Loyalitas memiliki pengaruh pada keputusan pembelian produk emina pada mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi UNIPA Surabaya.

H₄= Merek, kepercayaan dan loyalitas konsumen mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian produk emina pada mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi UNIPA Surabaya.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi buana Surabaya angkatan 2016 dijadikan sebagai populasi kemudian diambil 73 responden dan dijadikan sampel dengan menggunakan rumus slovin. *Accidental sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Analisis data menggunakan uji instrument, asumsi klasik dan regresi linier berganda serta uji t dan uji f.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Berikut validity test akan dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 2.
Uji Validitas (X₁)

Rhitung	Nilai	(V)	Rhitung	Nilai
Kritis			Kritis	
	.936			.905
	.910			.908
	.969			.896
	.958			.872
	.958			.903
X1	.926	>0.3	X2	.678
				>0.3
	.914			.910
	.925			.900
	.935			.847
	.919			.852
	.941			.881
X3		>0.3	Y	>0.3
	.943			.818
	.920			.847
	.886			.822
	.824			.918
	.929			.885

Dapat dilihat diatas R_{hitung} > dari 0.3 artinya semua pernyataan pada variabel valid.

Uji Realibilitas

Berikut akan dipaparkan hasil uji realibilitas:

Tabel 3.
Uji Realibilitas

(V)	Cronbach	Nilai Kritis
	Alpha	
(X ₁)	.974	.60
(X ₂)	.929	.60
(X ₃)	.978	.60
(Y)	.964	.60

Dilihat dari tabel diatas nilai *cronbach alpha* > .60. artinya pernyataan pada semua variabel reliable.

Uji Normalitas

Berikut akan dipaparkan hasil uji normalitas:

Tabel 3.
Uji Normalitas

Unstandardised	
	Residual
N	73
Uji Statistik	.074
Asymp.sig(2-tailed)	.200 ^{c,d}

Nilai asymp.sig .200 > .05 diartikan data penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Berikut hasil uji multikolinieritas akan disajikan lewat tabel berikut:

Tabel 4.
Uji Multikolinieritas

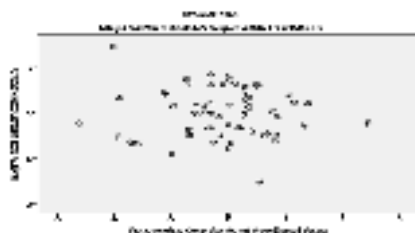
(V)	(Tolerance)	(VIF)
(X ₁)	.927	1.078

(X ₂)	.902	1.108
(X ₃)	.970	1.031

Nilai tolerance (>.10) dan (VIF<10.) Maka data diatas tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Berikut akan dipaparkan hasil uji heteroskedastisitas:



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 autocorrelation test akan disajikan lewat tabel berikut:

Tabel 5.
Uji Autokorelasi
(DW)

2.093

Nilai (DW 2.128) > (DU 1.7067) artinya tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis empat variabel ini dapat diterima. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu : variabel (X₁) Merek, variabel (X₂) Kepercayaan, variabel (X₃) Loyalitas Konsumen dan variabel (Y) Keputusan Pembelian. Hasil dari regresi linier berganda yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6
Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	7.718	5.170
Merek	.352	.128
Kepercayaan	.666	.162
Loyalitas Konsumen	.278	.094

Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,199 + 0,363x_1 + 0,673x_2 + 0,282x_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 7,718 Menunjukkan bahwa jika Koefisien regresi pada konstanta adalah sebesar 7,718. Artinya apabila merek, Kepercayaan, dan Loyalitas Konsumen nilainya adalah 0 maka Keputusan Pembelian meningkat sebesar 7,718.
- Nilai koefisien variabel Merek (X_1) sebesar 0.352 Artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Kualitas Produk (X_1) akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan Pembelian(Y) sebesar 0,352.
- Nilai koefisien variabel Kepercayaan (X_2) sebesar 0,666 Artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Kepercayaan (X_2) akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,666.
- Nilai koefisien variabel Loyalitas Konsumen (X_3) sebesar 0,278 Artinya bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Loyalitas Konsumen (X_3) akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,278.

Koefisien determinasi

Berikut dipaparkan tabel koefisien determinasi:

Tabel 7.

Koefisien determinasi

Model	R	R Square
1	.635 ^a	.404

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinan atau kontribusi X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y adalah (R square= R kuadrat) = $0,404 \times 100\% = 40,4\%$. Maka dapat disimpulkan bahwa besar koefisien residu $pz\text{£}1 = (1 - \text{Rsquare}) = 1 - 0,404 = 0,596$ merupakan pengaruh variabel lain diluar variabel X_1 , X_2 , dan X_3 .

(Uji T)

Hasil uji t akan disajikan berikut ini:

Tabel 8.

(Uji T)

Koefisien Standar	(T)	(Sig)
(Konstan)	1.493	.140
(X_1)	2.754	.008
(X_2)	4.122	.000
(X_3)	2.954	.004

Dari perhitungan diatas diketahui jika:

1. Variabel (X_1) t_{hitung} 2.754 dengan nilai sig .008. Sehingga ($.008 < .05$) artinya variabel X_1 mempunyai pengaruh pada variabel Y.
2. Variabel (X_2) t_{hitung} 4.122 dengan nilai sig .000. Sehingga ($4.122 > .05$) artinya variabel X_2 mempunyai pengaruh pada variabel Y.
3. Variabel (X_3) t_{hitung} 2.954 dengan nilai sig .004. Sehingga ($.004 < .05$) artinya variabel X_3 mempunyai pengaruh pada variabel Y.

(Uji F)

Hasil uji f akan disajikan sebagai berikut:

Tabel 9.

(Uji F)

(Model)	(F)	(Sig)
Regresi	15.572	.000

Dari hasil uji f diatas nilai f_{hitung} 15.572 dengan nilai sig .000 $< .05$ artinya variabel (X_1), (X_2) dan (X_3) mempunyai pengaruh seacara bersama-sama pada variabel Y.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Merek terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis Pertama diketahui Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk EMINA pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya dengan nilai t-hitung sebesar 2.754 dan nilai signifikansi sebesar 0.008, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima menyimpulkan bahwa hipotesis terbukti kebenarannya. artinya Produk Emina sudah cukup dikenal oleh Mahasiswa Unipa terutama pada Program studi Manajemen angkatan 2016.

Hal ini didukung teori Tjiptono (2011:49) “brand image merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen tentang merek tertentu. Sedangkan asosiasi merupakan atribut yang ada didalam merek itu dan memiliki suatu tingkat kekuatan”. Jadi merek dari produk tersebut memiliki kekuatan dalam membuat konsumen mudah mengenali produk yang ditawarkan, keyakinan dari konsumen muncul sehingga dari merek bisa memutuskan pembelian.

Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis Kedua diketahui Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk EMINA pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya dengan nilai t-hitung sebesar 4.122 dan nilai signifikansi sebesar 0.000, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima menyimpulkan bahwa hipotesis terbukti kebenarannya. artinya hal ini berarti jika kepercayaan konsumen menurun maka pembelian juga ikut turun.

Hal ini didukung teori menurut Kotler dan Keller (2012) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Sehingga konsumen akan terus melakukan keputusan pembelian pada produk yang ditawarkan karena percaya produk tersebut sesuai dengan harapan konsumen.

Pengaruh Loyalitas Konsumen terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis Ketiga diketahui Loyalitas konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk EMINA pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya dengan nilai t-hitung sebesar 2.954 dan nilai signifikansi sebesar 0.004, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima menyimpulkan bahwa hipotesis terbukti kebenarannya. artinya Hal ini berarti sebagian besar konsumen yang melakukan pembelian merupakan konsumen yang sudah lama menggunakan produk EMINA.

Hal ini didukung teori Menurut Hidayat (2009:103) loyalitas konsumen merupakan komitmen konsumen terhadap suatu barang/jasa berdasarkan sikap positif dan tercermin dalam pembelian ulang secara konsisten.

Pengaruh Merek, Kepercayaan dan Loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis Keempat diketahui Merek, Kepercayaan dan Loyalitas konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya dengan nilai F-hitung sebesar 15.572 dan nilai signifikansi sebesar 0.008.

Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima menyimpulkan bahwa hipotesis terbukti kebenarannya. artinya hal ini berarti semua variabel dalam penelitian ini mampu meningkatkan penjualan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang mengenai Pengaruh Merek, Kepercayaan dan Loyalitas konsumen terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya. Diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk EMINA pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya.
2. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk EMINA pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya.
3. Loyalitas konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk EMINA pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya.
4. Merek, Kepercayaan, dan Loyalitas konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Produk EMINA pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi UNIPA Surabaya.

IMPLIKASI

1. Mempertahankan merek yang telah dimiliki dan terus meningkatkan merek tersebut agar lebih baik lagi kedepannya, diharapkan untuk memperhatikan variabel merek, kepercayaan Konsumen dan Loyalitas konsumen hal ini karena akan berdampak pada keputusan pembelian.
2. Peneliti sebaiknya lebih memperhatikan lagi saat pengambilan data dan dapat lebih memilah konsumen yang sudah pernah memakai produk EMINA lebih dari satu kali.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penyebaran kuesioner yang dilakukan disaat bersamaan dengan kegiatan KKN pada bulan februari 2020 sehingga mengakibatkan Mahasiswa program studi Manajemen angkatan 2016 tidak berada di Fakultas Ekonomi.

Saat menyebar kuesioner konsumen masih ada yang menjawab pernyataan tidak sesuai dengan kondisi yang ada. Terbatasnya waktu dan tenaga serta biaya membuat sedikit kendala pada saat pengambilan data.

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel, 2009, Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale.
- Ardiansyah, M. A. (2012) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&C Cookies. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Basu Swastha. 2009. Manajemen Penjualan. Yogyakarta: BPFE.

- Hidayat, Rahmat. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai pelanggan terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank mandiri. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. V tahun 2009
- Kotler, Philip & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller, Bela Dwi Kuntari (2016)
Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk –Daihatsu Malang).
- Kumastuti, Fitri. 2011. Pengaruh harga, atribut produk dan Promosi terhadap Keputusan pembelian produk telepon seluler sony ericsson (studi kasus di kabupaten Tumanggung) . skripsi tidak diterbitkan. Semarang UNDIP.
- Melina, Sulistino, Dan Budi setiawan 2013
Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Shadat, Siti Fatimah (2014)
Pengaruh
Kesadaran Merek Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen Al Yasini Marteonorejo .
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA).
- Terenggana, C. A., Supit, H., & Utami, C.
W. (2013). Effect Of Value, Consumer Trust And Attitudes Towards Intention Buy Environmentally Friendly Air Conditioners Product In South Sumatera. Social Sciences and Humanities, 4(3), 323–336.
- Yin, Yee and T.M. Faziharudean.2010.Factors Affecting Customer Loyalty ofUsing Internet Banking in Malaysia.Journal of Electronic Banking Systems Faculty of Business and Accountancy. University of Malaya.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BABERSHOP DI PONDOK JATI SIDOARJO OUTLOOK BABERSHOP

Alfian Lukaman Hakim, Drs.Sugijanto,M.Ak
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Email : alfianlukman01@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Pelayanan ,Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Babershop Di Pondok Jati Sidoarjo Outlook Babershop. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menyebar kusioner ke responden dengan metode judgemental sampling yang ditemui peneliti pada saat penelitian, dan juga dengan meminta bantuan teman-teman untuk mendapatkan jawaban dari responden. Responden pada penelitian ini adalah para konsumen Babershop Outlook . Jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 96. responden. Data analisis dengan bantuan SPSS 24 menggunakan metode frekuensi data mean untuk pengkategorian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan ,Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Babershop Di Pondok Jati Sidoarjo Outlook Babershop .

Kata kunci : Pelayanan, Harga,Promosi, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality, Price and Promotion on Babershop Purchase Decisions at Pondok Jati Sidoarjo Babershop Outlook. The data collection technique used is by distributing questionnaires to the respondents using the judgmental sampling method that was encountered at the time of the researcher, and also by asking friends for help to get answers from the respondents. Respondents in this research are Babershop Outlook consumers. The number of samples used in this research is opened 96 respondents. Data analysis with the help of SPSS 24 using the data frequency method for categorization. The results of this study indicate that Service Quality, Price and Promotion of Babershop Purchase Decisions at Pondok Jati Sidoarjo Babershop Outlook.

Keywords: Service, Price, Promo, and Purchase Decision.

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu teknologi semakin berkembang dan sangat berpengaruh terhadap perkembangan gaya hidup, hal ini dikarenakan produk yang terus berkembang mudah didapatkan di kota besar. Salah satu faktor yang bisa dilihat yaitu, banyaknya pusat perbelanjaan yang berdiri. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan interaksi seseorang didunia, tindakan dalam menghabiskan waktu mereka dalam hal tenaga, uang maupun lainnya yang merupakan salah satu jenis kegiatan yang akan dapat mempengaruhi kebutuhan dan minat terhadap suatu produk. Saat ini khususnya anak muda sedang diramaikan dengan adanya Babershop. Babershop merupakan bisnis dalam bidang jasa yang saat ini sedang banyak

dijadikan sebagai peluang usaha yang cukup menjanjikan. Bukan hanya di kota besar, namun di daerah kecil pun juga cukup di pertimbangkan untuk memilih peluang usaha ini. Dengan menggunakan kreatifitas unik dalam pemilihan gaya rambut baruserta pelayanan dalam bidang khusus menata rambut pria yang diberikan merupakan suatu hal utama dalam usaha Babershop. Salah satunya adalah Barbersop Outlook di Pondok Jati Sidoarjo, dengan pemilihan lokasi yang strategis, dan desain tempat yang modern dan minimalis membuat Barbeshop ini terlihat menonjol. Hal tersebut dapat memudahkan kegiatan promosi menjadi lebih mudah. Bukan hanya itu, Barbershop Outlook Pondok Jati selalu mengutamakan kualitas pelayanannya untuk kepuasan cutomers, dan juga dalam segi harga tergolong cukup ekonomis hal ini menjadi dorongan kuat untuk Outlook Pondok Jati dalam bersaing dengan kompetitor lain.

Banyaknya peminat masyarakat di perkotaan serta banyaknya Babershop, membuat pemilik toko harus memiliki strategi untuk menarik pelanggan demi mendapatkan keuntungan yang banyak. Babershop sudah menarik masyarakat indonesia untuk menjadi pangkas rambut . Salah satu strategi yang digunakan oleh pemilik toko dengan memanfaatkan perkembangan media sosial yang digunakan untuk memasarkan barang yang dijual di toko tersebut, contohnya menggunakan aplikasi instagram. Iklan melalui media sosial pun sekarang dirasa cukup efektif dan efisien untuk menarik konsumen melalui media sosia seperti instagram, facebook, dan youtube.

Harga juga merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, persepsi harga yang dinilai konsumen bisa berbeda pada tiap konsumen bergantung bagaimana menilai harga pada suatu jasa. Dengan demikian gaya hidup, media sosial, dan persepsi harga sangatlah berpengaruh pada minat beli konsumen. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:201) minat beli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu mendapatkan suatu objek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau pengorbanan.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2016:23) kualitas pelayanan diartikan sebagai keseluruhan ciri dari barang dan jasa yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan.

Harga

Kotler dan Keller (2016:67), berpendapat bahwa Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan elemen lain menghasilkan biaya.

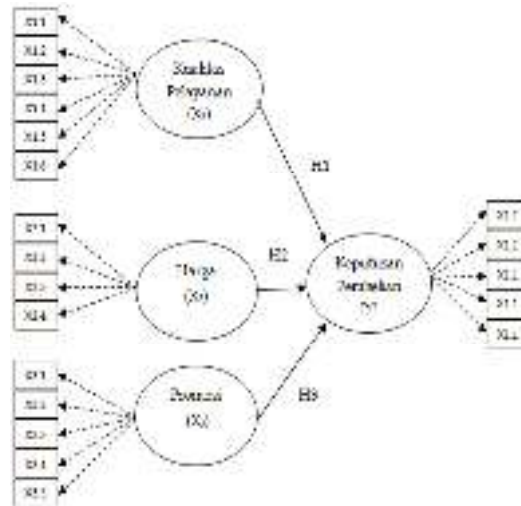
Promosi

Suatu perusahaan dapat memilih sarana yang dianggap sesuai untuk mempromosikan barang atau jasa dengan memperhatikan faktor identifikasi terhadap audiensi sarana, menentukan tujuan promosi dan pengembangan pesan yang disampaikan. Menurut Kotler dan Armstrong (Sandra, 2015:30) merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk konsumen untuk membeli produk tersebut. **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian yaitu ketika konsumen tertarik pada sesuatu dan tercipta rasa kepemilikan atau ingin memiliki produk tersebut hingga apa yang diinginkan konsumen terpenuhi dan menimbulkan rasa puas tersendiri.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang digunakan yaitu :



Hipotesis

- 1) Kualitas Pelayanan Diduga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Babershop Outlook Pondok Jati di Sidoarjo.
- 2) Harga Diduga adanya bertherhadap Keputusan Pembelian Babershop Outlook Pondok Jati di Sidoarjo
- 3) Promosi Diduga adanya terhadap Keputusan Pembelian Babershop Outlook Pondok Jati di Sidoarjo.

Metode

Populasi yang digunakan ialah para konsumen Babershop Outlook Pondok jati Sidoarjo . Sebanyak 96 responden, dengan teknik pengumpulan data yaitu dengan metode judgemental sampling dengan cara menyebar kuesioner. Analisis regresi linier berganda dengan Uji t serta pengujian instrumen dan asumsi klasik.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronchbach's Alpha</i>	R tabel
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,773	0,167
Harga (X ₂)	0,780	0,167
Promosi (X ₃)	0,816	0,167
Keputusan Pembelian (Y)	0,812	0,167

Dari tabel 2 memperlihatkan hasil dari Uji Reliabilitas bahwa pada setiap variabelnya memiliki nilai diatas 0,6 dan dapat dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,21660625
Most Extreme Differences	Absolute	0,119
	Positive	0,091
	Negative	-0,119
Test Statistic		0,119
Asymp. Sig. (2tailed)		,002 ^c

Dari tabel 3 untuk hasil uji normalitas one sample kolmogorov smirnov diketahui nilai signifikan 0,008 lebih besar dari 0,05 berarti dapat dinyatakan data tersebut berdistribusi normal.

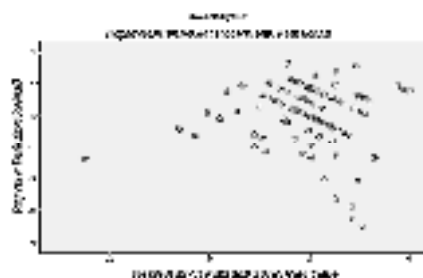
Uji Multikolineritas

Tabel 4. Uji Multikolineritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,998	1,002
Harga (X_2)	0,740	1,352
Promosi (X_3)	0,741	1,350

Berdasarkan dari hasil perhitungan dijelaskan bahwa setiap variabel bebas menunjukkan nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerancenya lebih dari 0,10 jadi tidak membentuk Multikolineritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada diatas dan dibawah garis 0 pada sumbu Y, tidak ditemukan adanya suatu pola penyebaran pada titik-titik tersebut maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokolerasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1,937

Dalam perhitungan dengan Durbin Watson menghasilkan nilai sebesar 1,958 sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi Autokorelasi.

Hasi Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2,853	3,110
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,096	0,076
Harga (X ₂)	0,290	0,104
Promosi (X ₃)	0,505	0,126

Pengujian Hipotesis

Uji t

Tabel 7. Uji t

Variabel	t	Sig.
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1,760	0,011
Harga (X ₂)	2,784	0,007
Promosi (X ₃)	3,998	0,000

Didapat t tabel dalam 112 responden sebesar 1,568 dalam tabel diatas menyatakan bahwa :

1. Dijelaskan uji t didapatkan hasil Gaya Hidup (X₁) sebesar 2,573 serta sig. 0,011 artinya variabel bebas terbukti berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Dijelaskan uji t didapatkan hasil Media Sosial (X₂) sebesar 3,256 serta sig. 0,002 artinya variabel bebas terbukti berpengaruh terhadap variabel terikat.
3. Dijelaskan uji t didapatkan hasil Persepsi Harga (X₃) sebesar 4,124 serta sig. 0,000 artinya variabel bebas terbukti berpengaruh terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hipotesis 1

“Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian”. Dilakukan dengan menguji uji t dengan hasil nilai t_{hitung} variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 1,760 dan t_{tabel} 1,661 dan nilai signifikan 0,011. Hal ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai peran dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan Barbershop Outlook Sidoarjo. Hal ini dapat dipahami bahwa konsumen dari Outlook Sidoarjo sangat aktif dalam menggunakan jasa barbershop tersebut karena pengaruh Kualitas Pelayanan yang ditawarkan, serta hasil jawaban kuesioner yang berkaitan dengan kualitas pelayanan begitu positif.

b. Hipotesis 2

“Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian”. Dilakukan dengan menguji uji t dengan hasil nilai t_{hitung} variabel Harga (X_2) sebesar 2,784 dan t_{tabel} 1,661 dan nilai signifikan 0,007. Hal ini menyatakan bahwa Harga mempunyai peran dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan Barbershop Outlook Sidoarjo. Hal ini dapat dipahami bahwa konsumen Outlook Sidoarjo sangat aktif dalam menggunakan jasa Barbershop karena pengaruh Harga yang ditawarkan, serta hasil jawaban kuesioner yang berkaitan dengan promosi begitu positif.

c. Hipotesis 3

“Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian”. Dilakukan dengan menguji uji t dengan hasil nilai t_{hitung} variabel Promosi (X_3) sebesar 3,998 dan t_{tabel} 1,661 dan nilai signifikan 0,000. Hal ini menyatakan bahwa Promosi mempunyai peran dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian pelanggan Barbershop Outlook Sidoarjo. Hal ini dapat dipahami bahwa mahasiswa konsumen Outlook Sidoarjo sangat aktif dalam menggunakan jasa Barbershop tersebut karena Promosi yang ditawarkan, serta hasil jawaban kuesioner yang berkaitan dengan keragaman produk begitu positif.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Responden dalam penelitian ini berjumlah 96 Konsumen yang memilih jasa Barbershop Outlook Sidoarjo. Berdasarkan pada data yang dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Barbershop Outlook Sidoarjo. Demikian hasil penelitian dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
2. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Barbershop Outlook Sidoarjo. Demikian hasil penelitian dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
3. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-Commerce Shopee*. Barbershop Outlook Sidoarjo. Demikian hasil penelitian ini diterima dan terbukti kebenarannya.

IMPLEMENTASI

Sesuai hasil data yang telah didapat temuan baru pada riset ini, penulis berharap riset ini dijadikan sebuah referensi Babershop Outlook Pondok jati untuk melakukan evaluasi serta kebijakan dalam memajukan serta mengembangkan usaha Babershop Outlook lebih besar lagi.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Keterbatasan pada penelitian ini dikarenakan hanya ada 3 variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi. Sedangkan masih banyak lagi yang mempengaruhi Keputusan Pembelian dari variabel lain.
2. Pada teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dimana jawaban responden terkadang tidak menunjukkan kesungguhannya dan tidak konsisten menurut pengamatan dari peneliti.

DAFTAR RUJUKAN

- Armstrong, Kotler 2015, "*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*", England : Pearson Education, Inc
- Fandy Tjiptono, 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Ghozali, Imam, 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Keller, 2016. *Marketing Manajemen*, Edisi 14, Jakarta: Erlangga
- Prof. Dr. Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Stanton, William J, 2016. *Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh*, Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Utam Khairiyah Ulfah,2014. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Studi Kasus : Restoran AyamQu di Jln.Veteran Kota Padang)*. [Skripsi]. Padang. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas.

PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA INDUSTRI ROKOK DI BEI

Retno Dwiayu W¹, Teguh Purwanto²
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
Email : retnoayu924@gmail.com ¹, teguhpwt@gmail.com ²

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 daripada 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 performa 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 perekonomian 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, biaya 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 diterima 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 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 asal mula ekonomi dalam mengupayakan serta mempertahankan menegania pemasuk (Jopie Jusuf 2014: 41). Biaya operasional 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 mempengaruhi 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 meningkatkan 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 bayaran 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.

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 ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1583363,5060489
		6
Most Extreme Differences	Absolute	,132
	Positive	,092
	Negative	-,132
Test Statistic		,132
Asymp. Sig. (2-tailed)		,171 ^a
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 Kolmogorov-Smirnov.

Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-88573,126	67613,4968		-,131	,897					
B_PRODUKSI	,600	,592	3,707	1,012	,020	,898	,185	,082	1,200	8,099
B_OPERASIONAL	-,411	,535	-2,810	-,767	,043	,897	-,141	-,062	1,900	8,099

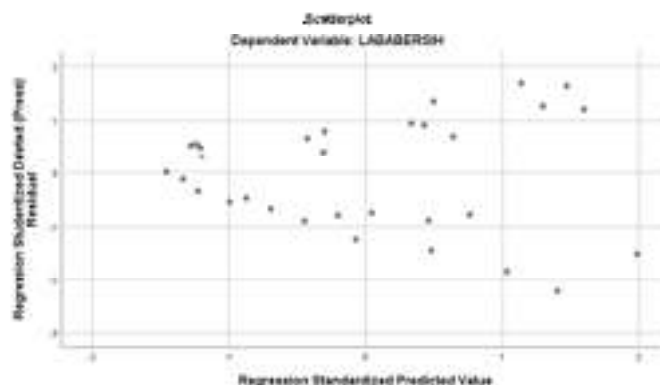
a. Dependent Variable: LABA BERSIH

Sumber : SPSS 25, data diolah oleh peneliti 2021

Pada tabel 4. 4 diatas dikenal kalau nilai dari VIF pada tiap- tiap variabel independen ialah merupakan Biaya Produksi sebesar 8,099<10; Biaya Operasional sebesar 8,099<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 multikolinearitas.

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 membentuk 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 ^a										
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	df2		
1	,901 ^a	,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 ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-88573,126	67613,126		-,131	,897					
	B_PRODUKSI	,600	,592	,3707	1,012	,020	,898	,185	,082	1,200	8,099
	B_OPERASIONAL	-,411	,533	-,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:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$= 88573,12 + (0,600 X_1) + (-0,411 X_2) + e$$

Hingga hasil interpretasi dari persamaan diatas merupakan sebagai berikut:

- 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.
- 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.
- 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)

		Coefficients ^a					Correlations			Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-88573,126	676134,968		-,131	,897					
	B_PRODUKSI	,600	,592	3,707	-,1012	,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 independent 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 ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1	Regression	333543247283 120,250	2	166771623641 560,120	62,229
	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, 229, 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< t 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. Berdasarkan 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 pengaruh 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 tingkatkan 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 pengaruh 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 Prduksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Degan Periode 2006-2015. *Akuntansi, Pagaruh Biaya Promosi da Biaya Prduksi 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.

PENGARUH *WORKLIFE BALANCE* DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI PADA PT. NUSAKA MITRAJAYA OPTIMA SIDOARJO

Bayu Anjar Krisna¹, Utama Wisnu Dyatmika, S.E., M.M.²

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

lcloudbay@gmail.com

ABSTRAK

Komitmen organisasi dipengaruhi oleh kepuasan dan kontribusi karyawan dalam bekerja yang terdapat dalam variabel *worklife balance*. Komitmen organisasi juga dipengaruhi oleh pengalaman kerja, yang dimana pengalaman kerja didapat akan membuahkan komitmen dalam sebuah organisasi. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh karyawan PT. Nusaka Mitrajaya Optima sebanyak 50 karyawan. Sampel penelitian ini menggunakan sampling jenuh yaitu semua populasi dijadikan sampel, serta pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis menggunakan regresi linier berganda dan uji hipotesis, menggunakan bantuan spss 24. Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukan setiap variabel mempengaruhi terhadap komitmen organisasi. Dengan hasil t-hitung *worklife balance* sebesar 10.218 serta nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil t-hitung pengalaman kerja sebesar 5.295 serta nilai signifikan $0,000 < 0,05$. *Worklife balance* dan pengalaman kerja berpengaruh signifikan simultan terhadap komitmen organisasi dengan hasil f-hitung 425.724 serta nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : *Worlife Balance*, Pengalaman Kerja, Komitmen Organisasi

ABSTRACT

*The organization's commitment is influenced by the satisfaction and contribution of employees in work contained in the *worklife balance* variable. The organization's commitment is also influenced by work experience, where work experience is gained will result in a commitment in an organization. The population in this study is all employees of PT. Nusaka Mitrajaya Optima as many as 50 employees. This research sample uses saturated sampling that all populations are sampled, as well as data collection using questionnaires. The analysis used multiple linear regressions and hypothesis tests, using the help of spss 24. Based on hypothetical testing shows each variable affects the organization's commitment. With a t-calculate *worklife balance* of 10,218 and a cynic value of $0.000 > 0.05$. T-calculate work experience yield of 5,295 as well as a significant value of $0.000 > 0.05$. *Worklife balance* and work experience have a significant simultaneous impact on the organization's commitment with f-count results of 425,724 as well as a significant value of $0.000 > 0.05$.*

Keywords : Worlife Balance, Work Experience, Organizational Commitment

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era perkembangan teknologi moderen seperti sekarang, persaingan bisnis semakin ketat serta sumber daya manusia tidak bisa terlepas dari ketatnya persaingan. SDM sebagai intensitas dari sebuah organisasi maupun perusahaan. Dalam hal ini menjadikan karyawan terbaik berpotensi sebagai kunci dan ujung tombak dari berbagai strategi, inovasi yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan tersebut dapat tercapai bilamana kesediaan sumber daya manusia yang berada di dalam organisasi tersebut untuk berkontribusi secara positif dan inovatif guna meningkatkan kinerja organisasi.

Dalam memenuhi target dari perusahaan tidak hanya memperhatikan dari sisi keseimbangan kehidupan kerja. Namun pengalaman kerja karyawan juga dapat mempengaruhi dalam menjalani aktifitas dan pekerjaannya. Oleh karena itu komitmen organisasi merupakan hal yang patut dapat mendapatkan perhatian penting dalam perusahaan. Karena Setiap organisasi mempunyai permasalahan tersendiri yang dimana organisasi itu harus bisa mempertahankan karyawannya agar tetap bekerja dengan tuntutan yang telah disepakati. Permasalahan yang sering muncul dalam perusahaan ketika seorang karyawan kurang mempunyai komitmen organisasi dalam perusahaan yaitu dengan adanya beberapa karyawannya tidak tepat waktu dalam bekerja, membolos kerja serta tidak jujur dan adil dalam menjalankan pekerjaannya. Dengan demikian maka komitmen organisasi yang tinggi sangat dibutuhkan oleh perusahaan pada karyawan. Karena saat karyawan mencintai pekerjaannya akan merasa nyaman dalam lingkungan kerja tersebut dan tidak merasa terbebani dalam pekerjaan nya.

Objek yang menjadi penelitian adalah PT. Nusaka Mitrajaya Optima. PT. Nusaka Mitrajaya Optima merupakan perusahaan yang bergerak dibidang efisiensi dan konversi energi, yang mencakup efisiensi energi seperti HVAC (*Heating, Ventilating, and Air Conditioning*), mechanical dan electrical engineering, WTP/STP, hydrant, plumbing, dan water solution. PT. Nusaka Mitrajaya Optima juga memberikan penawaran kontrak servis, yaitu sistem kerja sama antara PT. Nusaka Mitrajaya Optima dengan customer / pengguna jasa / pelanggan, dimana PT. Nusaka Mitrajaya Optima menjamin bahwa HVAC system, water treatment, security system, dan fire engine customer dalam keadaan normal sepanjang waktu dengan lama perjanjian kontrak minimal satu tahun

Pada perusahaan yang menuntut karyawan lebih terampil dan berkompeten dalam bidangnya untuk mengetahui karyawan yang memiliki kinerja baik dalam perusahaan, untuk itu dibutuhkan beberapa tahap, yaitu interview, merupakan faktor penting dalam penerimaan karyawan. Perusahaan terdapat masalah yang sering terjadi dimana karyawan tidak mampu menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu atau saat karyawan melakukan kesalahan yang membuat perusahaan mengalami kerugian.

TELAAH PUSTAKA

Landasan Teori

Worklife Balance

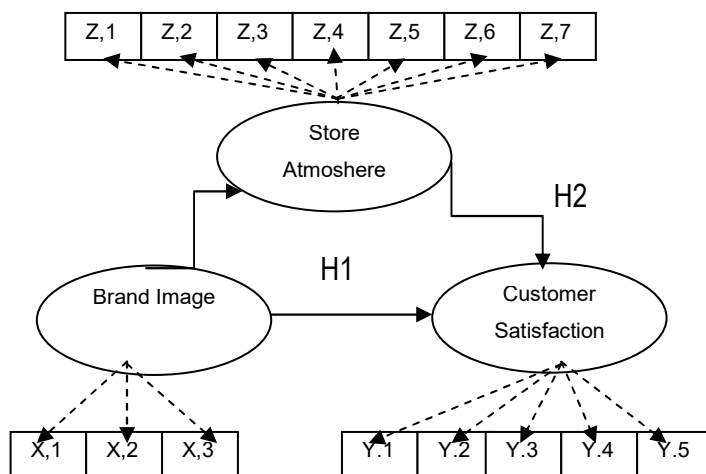
Keseimbangan kehidupan kerja adalah pencapaian keseimbangan dan kepuasan para karyawan di dalam organisasi atau perusahaan untuk mencapai komitmen organisasi yang baik, semakin puas karyawan dalam bekerja dan hasil yang didapat maka karyawan akan mempunyai komitmen organisasi yang tinggi. Semakin tinggi komitmen organisasi para karyawan juga akan menambah nilai lebih kepada perusahaan.

Pengalaman Kerja

Pengalaman kerja merupakan seberapa lama karyawan itu bekerja, seberapa banyak jenis pekerjaan yang telah karyawan itu kerjakan dan jabatan yang telah dilaluinya. Pengalaman kerja sangat penting bagi seorang karyawan agar selalu berkembang dan cakap dalam berkomunikasi, sebagai penunjang untuk bekerja serta digunakan untuk kenaikan jabatan. Ada 4 indikator menurut Foster dalam jurnal Virginia Maulidiah Septiani yaitu :

Komitmen Organisasi

Didefinisikan untuk seberapa loyal tingkat seorang karyawan dalam bekerja dengan visi misi yang ada dalam perusahaan. Pengalaman kerja merupakan hal yang utama dalam komitmen seorang karyawan di dalam sebuah organisasi, karakteristik pekerjaan juga menjadi pilihan bagi seorang karyawan bisa berkomitmen seperti, lingkungan kerja dan jabatan, adanya konflik, tingkat kesulitan dalam pekerjaan, kerjasama yang baik antara bawahan dan atasan. Ada 3 indikator komitmen organisasi.



Gambar Kerangka Konseptual

Keterangan :

X : Brand Image sebagai variabel bebas

Y : Customer Satisfaction sebagai variabel terikat

Z : Store Atmosphere sebagai variabel mediasi

Hipotesis

Menurut rumusan masalah yang diuraikan, maka hipotesis tersebut adalah :

- H1 : Memiliki pengaruh signifikan dan positif *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* melalui *Store Atmosphere* sebagai variabel *intervening* dalam menggunakan produk Lazizaa di Tulangan.
- H2 : Memiliki pengaruh signifikan dan positif *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* dalam menggunakan pembelian di Lazizaa Tulangan.
- H3 : Memiliki pengaruh signifikan dan positif *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* dalam menggunakan produk Lazizaa di Tulangan.

METODE

Populasi dan Sampel penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2018:126).

Populasi dalam penelitian ini akan dilakukan terhadap seluruh karyawan PT. Nusaka Mitrajaya Optima Sidoarjo berjumlah 50 karyawan.

Menurut Sugiono (2018:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Dalam penelitian ini, sampel yang ditentukan adalah semua dari jumlah populasi tersebut sebanyak 50 pegawai.

HASIL

Uji Validitas

Uji validity ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari kuisioner. Hasil uji validity ini, menghasilkan bahwasanya seluruh pernyataan yang terkait variabel bebas dinyatakan valid, karena nilai *r*-hitung lebih besar dari *r*-tabel, dan nilai yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 sehingga pengujian ini bisa dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 1
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Work life balance</i> (X ₁)	0,863	Reliabel
Pengalaman Kerja (X ₂)	0,887	Reliabel
Komitmen Organisasi (Y)	0,835	Reliabel

Berdasarkan hasil di atas pengujian reliabilitas tersebut kuisioner dikatakan reliabel apabila nilai cronbach alpha > 0,6 begitupun sebaliknya jika nilai cronbach alpha < 0,6 maka kuisioner tidak reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 2
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.77321211
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.047
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Dari hasil pengujian tabel diatas, di lihat dari nilai signifikan sebesar 0,200 dan sebagai ketentuan nya bilmana data itu digunakan untuk penelitian ini lebih besar dari 0.05 berarti data berdistribusi normal sehingga dapat memenuhi syarat untuk dianalisis.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	T	Sig
<i>Work Life balance</i> (X_1)	-.1215	.230
Pengalaman kerja (X_2)	.876	.368

Hasil yang diperoleh dari tabel diatas mendapat nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga semua variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4
Autokorelasi
Durbin Watson

2.035

Nilai durbin watson dalam tabel tersebut sbesear 2.305 . maka hasil tersebut lebih besar dari dari DU 1.628 yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

Uji Regresi Berganda

Tabel 5
Regresi Berganda

Variabel	Unstandarized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	.117	.879

<i>Work life balance</i> (X_1)	.638	.062
Pengalaman kerja (X_2)	.269	.051

pengujian snalisis regresi berganda, dapat menghasilkan persamaan yaitu:

$$Y = 117 + 0,638 X_1 + 0,269 X_2 + e$$

Berdasarkan dari persamaan diatas maka bisat dijabarkan sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) sebesar 0,117
Nilai yang di hasilka sebesar 0,117 sehingga (X_1) dan (X_2) dianggap konstan, maka Komitmen Organisasi mendapatkan penilaian 0,117 Artinya untuk mendapatkan komitmen organisasi tanpa kedua variabel independen yaitu (X_1) dan (X_2) maka estimasi komitmen organisasi belum ada tanda – tanda perubahan yang berpengaruh.
- Nilai koefisien *variabel work lifebalance* (X_1) Koefisien regresi (b1) sebesar 0,638 yang berarti bahwa kompetensi dalam penilaian terhadap karyawan ada peningkatan sebesar satu satuan maka komitmen organisasi dapat meningkat 0,638 dengan anggapan variabel *work life balance* dianggap konstan.
- Nilai koefisien variabel pengalaman kerja (X_2) sebesar 0,429 Koefisien regresi (b2) sebesar 0,269 yang berarti bahwa variabel pengalaman kerja(X_2) dalam penilaian karyawan terdapat peningkatan sebesar satu satuan maka komitmen organisasi dapat meningkat 0,429 dengan anggapan variabel pengalaman kerja dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikansi dari masing – masing variabel

secara parsial antar variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstanta. Berdasarkan uji-t sesuai dengan hasil pengujian, dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini:

Pengujian Hipotesis uji t

tabel 4.15

Hasil uji-t

Standardized Coefficients	T	Sig
(Constant)	.133	.895
<i>Work Life balance</i> (X_1)	10.218	.000
Pengalaman Kerja (X_2)	5.295	.000

Dilihat dari tabel 4.13 dapat diperoleh t tabel 50 responden dan dapat diketahui bahwa :

1. Pada pengujian yang telah dilakukan, hasil dari t hitung sebesar 10,218 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya worklife balance memiliki pengaruh terhadap komitmen organisasi secara parsial, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis di terima.
2. Pada pengujian yang telah dilakukan, hasil dari t hitung sebesar 5,295 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya pengalaman kerja memiliki pengaruh terhadap komitmen organisasi secara parsial, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis di terima.

Uji F

Tabel 4.16
Hasil uji-F

Model	F	Sig
Regression	425.724	.000 ^b

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan dari hasil tabel 4.14 diperoleh f-hitung sebesar 425.724 dengan signifikan 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$) Dari hasil tersebut menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan bahwa *work life balance* dan pengalaman kerja mempengaruhi secara simultan terhadap komitmen organisasi.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menyimpulkan yaitu sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis *worklife balance* mempunyai pengaruh signifikan terhadap komitmen organisasi dengan nilai t hitung sebesar 10,218 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa hipotesis di terima pada PT. Nusaka Mitrajaya Optima.
2. Hasil pengujian hipotesis pengalaman kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap komitmen organisasi dengan nilai t hitung sebesar 5,295 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa hipotesis di terima pada PT. Nusaka Mitrajaya Optima.
3. Hasil pengujian uji-f *worklife balance* dan pengalaman kerja berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasi dengan buktinilai F hitung sebesar 425,724 dengan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan variabel *worklife balance* dan pengalaman kerja berpengaruh simultan terhadap komitmen organisasi PT. Nusaka Mitrajaya Optima.

Implikasi

Implikasi dalam penelitian ini adalah semakin kuat *wokrlife balance* dan pengalaman kerja, maka akan semakin kuat dan meningkat pula Komitmen Organisasi bagi Karyawan PT Nusaka Mitrajaya Optima karena mampu untuk menjalankan dengan imbang ketiga sifat yang akan menjadikan sebuah kekuatan yang tidak bisa dikalahkan, jika karyawan PT Nusaka Mitrajaya Optima memiliki ketiga sifat tersebut maka akan jadi aset penting bagi perusahaan untuk jangka panjangnya. Serta akan menjaga Komitmen Organisasi bagi karyawan agar usaha terus meningkat dan berjalan dengan lancar dan akan membuat dampak yang positif bagi karyawan di PT Nusaka Mitrajaya Optima.

DAFTAR RUJUKAN

- Afriyan, Bram. 2017. "Pengaruh kompetensi, pengalaman kerja dan penempatan kerja terhadap komitmen organisasi PT. Wahana Meta Riau di Pekanbaru". Jurnal Fekom Vol.4 No 1, Februari 2017.
- D, Salma. 2016. "Pengaruh konitmen organisasi motivasi kerja dan pengalaman kerja terhadap kinerja pegawai honor lepas pada puskesmas di kabupaten Morowali". Jurnal katalogis Vol.4 Nomor 8 Agustus, 2016 halaman 73-84.
- Husein, 2019, *Metode Riset Manajemen Perusahaan langkah Cepat dan Tepat Menusun Tesis dan Disertai*, PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Mathis, R.L. & J.H. Jackson. 2006. *Human Resource Management: Manajemen Sumber Daya Manusia*. Terjemahan Dian Angelia. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustaqim. 2004. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar Offset
- Rene, Ryan., Sari wahyuni. 2018. "Pengaruh work-life terhadap komitmen organisasi, kepuasan kerja, dan motivasi kerja terhadap individu pada karyawan perusahaan asuransi di Jakarta.. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol 16 (1) 2018.
- Ramadhani, Malika. 2013. Analisis Pengaruh Keseimbangan Kehidupan-Kerja Terhadap Kesuksesan Karir (Studi pada Karyawan PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia). Jurnal FEB Universitas Brawijaya Malang
- Sopiah. 2008. *Prilaku Organisasional*. Yokyakarta: ANDI
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- _____. 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Virgina Maulidiah Septiani. 2015 "Pengaruh Pelatihan, Pengalaman Kerja, Dan Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Perwakilan Sulawesi Utara". Jurnal EMBA, Vol 3, No. 3 tahun 2015.

PENGARUH *BRAND IMAGE*, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND CARDINAL DI MATAHARI CITO SURABAYA

Indra Irma Yunita¹, Christina Menuk Srihandayani², Noerchoidah³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya¹⁾²⁾³⁾

Email : indrairmayunita@gmail.com¹, menukch@unipasby.ac.id², noerchoidah@unipasby.ac.id³

ABSTRAK

Peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (*Brand Image*, Promosi dan Harga) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) pada *brand* Cardinal di Matahari Departemen Store Cito Surabaya. Peneliti memanfaatkan data kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Populasi yang akan dilakukan penelitian yaitu konsumen Cardinal di Matahari Departemen Store Cito Surabaya. Dengan pengambilan sampel 105 orang yang ditentukan dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Kemudian data diambil melalui pemberian angket yang disusun secara runtut serta memuat sebagian pernyataan yang sudah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Regresi linier berganda dipakai untuk menganalisis data yang sebelumnya sudah melalui uji asumsi klasik dan memenuhi syarat. Hasil secara parsial pengujian memperlihatkan jika *brand image*, promosi dan harga berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian brand cardinal di Matahari Cito Surabaya dan hasil uji secara simultan memperlihatkan jika *brand image*, promosi dan harga memiliki pengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian brand cardinal di Matahari Cito Surabaya.

Kata Kunci: *Brand Image*, Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Researchers conducted a study to determine the effect of the independent variables (*Brand Image*, Promotion and Price) on the dependent variable (Purchase Decision) on the Cardinal brand at Matahari Department Store Cito Surabaya. Researchers used quantitative data with questionnaires as a data collection tool. The population to be studied is Cardinal consumers at Matahari Department Store Cito Surabaya. By taking a one sample from 105 people, the sampling technique was *accidental sampling*. Then the data are taken using a questionnaire that is arranged in a coherent manner and contains some statements that have met the validity and reliability requirements. Multiple linear regression was used in analyzing data that had previously been tested for classical assumptions and met the requirements. Partial test results show that *brand image*, promotion and price have a significant influence on purchasing decisions for cardinal brands at Matahari Cito Surabaya and simultaneous test results show that *brand image*, promotion and price have a significant influence on cardinal brand purchasing decisions at Matahari Cito. Surabaya.

Keywords: *Brand Image*, Promotion, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini semakin banyak bermunculan mode-mode *fashion* di dunia, maka begitu pula dengan di Indonesia di mana dunia *fashion* juga semakin marak. Ketertarikan masyarakat Indonesia pada pemilihan mode jenis baju ataupun celana semakin meningkat. Seperti kita sadari bersama bahwa pakaian adalah salah satu dari kebutuhan primer manusia. Namun saat ini, pakaian tidak hanya berfungsi sebagai alat penutup atau pelindung tubuh semata, tetapi merupakan bagian utama dari *fashion*, sehingga masyarakat menjadi lebih pemilih terhadap baju atau celana yang akan dipakai. Oleh karena itu, industri *fashion* juga selalu *up to date* dalam memproduksi model baju atau celana yang mereka produksi untuk bisa memenuhi permintaan dari *customer*. Karena hal ini pula sekarang ini banyak muncul usaha-usaha baru di bidang

fashion yang semakin meramaikan persaingan industri di bidang ini, bahkan ada beberapa ada yang melakukan segmentasi pasar. Keberadaan persaingan tersebut memberi manfaat kepada masyarakat Indonesia sebagai customer karena semakin banyak variasi pilihan model fashion dari produk baju dan celana. Juga muncul variasi pilihan dalam *brand* serta harga. Di sisi lain keberadaan persaingan ini mengharuskan perusahaan menyusun strategi pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses manajerial serta sosial yang mana baik individu ataupun kelompok memperoleh keinginan serta kebutuhan mereka dengan penciptaan, penawaran serta penukaran produk yang memiliki nilai satu sama lain (Thamrin dan Francis, 2018:22).

Di Surabaya, khususnya Matahari Departemen *Store* Cito Surabaya banyak sekali bisnis *retail* yang saling bersaing satu sama lain untuk menarik perhatian pelanggan, Salah satunya adalah PT. Multi Gramen Jaya. PT. Multi Gramen Jaya mengawali karirnya pada tahun 1970 dari sektor *Home Industry* PT. Multi Gramen Jaya memegang prinsip “Menjadi terdepan di Industri Konfeksi Pakaian”. Perusahaan ini dengan pesat berhasil tumbuh dan berkembang semakin besar. Kemudian di tahun 1988 perusahaan ini mulai melakukan mengeksport produknya ke Jepang, Amerika Serikat, Rusia, serta Negara-Negara Timur Tengah. Setahun kemudian perusahaan ini mencoba masuk ke pasar Negara-Negara di Eropa Barat. Perusahaan ini memiliki beberapa brand, antar lain yaitu Gionino, Harley, Campari, Giosurf, dan Cardinal.

Di Indonesia Cardinal merupakan salah satu brand pakaian yang telah ada semenjak 2005. Cardinal menyediakan pakaian yang cocok untuk remaja hingga orang dewasa. Pelanggan dapat dengan mudah memilih pakaian dari merek cardinal yang sesuai dengan selera mereka. Di Indonesia sendiri banyak kompetitor yang berasal dari dalam maupun luar negeri seperti Wrangler, Lois, Gabs, Forex, Lee Conti, Kickers, 3Second dan Tira. Didalam persaingan bisnis, pemasar diharapkan memiliki kreativitas yang tinggi dalam menciptakan inovasi, Hal ini menjadi pertimbangan yang sangat penting dalam kegiatan bisnis karena inovasi yang dibuat pemasar dapat mempertahankan usahanya dalam persaingan.

Dengan meningkatnya selera dan keinginan pelanggan dalam memilih suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan. Hal ini membuat produk yang di tawarkan semakin bervariasi, dengan semakin banyaknya variasi produk yang ditawarkan produsen, hal ini menjadikan keputusan pembelian membeli dari *costumer* menjadi makin panjang. Sebab keputusan membeli dari *costumer* tidak bisa dilepaskan dari pengaruh faktor-faktor *brand image*, promosi dan harga.

Brand image yaitu suatu deskripsi ataupun kesan dalam pikiran *costumer* yang dimunculkan oleh sebuah *brand* (Suryati, 2015:29). Penempatan *brand image* ditujukan supaya *brand image* yang diciptakan selalu kuat serta *costumer* bisa menerimanya dengan positif. Saat suatu brand mempunyai citra yang kuat serta *costumer* bisa menerimanya dengan positif, maka brand itu akan tetap diingat serta kemungkinan *costumer* akan membeli kembali juga akan semakin besar. Sejak berdirinya merek cardinal pada tahun 2005, Cardinal masih belum dikenal oleh masyarakat luas sehingga *brand image* belum terbentuk dengan baik kurangnya promosi melalui media baik cetak maupun *online*.

Selain *Brand image* yang baik, promosi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang membantu konsumen untuk mengetahui suatu produk yang di tawarkan oleh produsen. Promosi merupakan suatu aktivitas menyampaikan kebermanfaatan dari suatu produk serta mempengaruhi konsumen target untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut (Prilano, Sudarso, dan Fajrillah, 2020). Promosi yang dilakukan pada *brand* cardinal hanya dengan *face to face* yang kurang memberikan dampak terhadap penjualan. Namun hal ini harus segera dilakukan perubahan dikarenakan promosi adalah kunci untuk menarik minat pelanggan untuk membeli produk yang mereka inginkan dengan beberapa cara.

Selain memperkenalkan produk promosi juga menginformasikan tentang harga dari suatu produk. Harga yaitu suatu sebuah nilai tukar yang dapat dipersamakan dengan uang ataupun

barang lain untuk manfaat yang didapatkan dari sebuah barang ataupun jasa bagi individu ataupun kelompok pada saat tertentu (Sudaryono, 2016:216). Harga yang ditawarkan *brand* cardinal dibandingkan dengan produk lain yang sejenis relatif lebih mahal yang berdampak pada tingkat penjualan *brand* cardinal menjadi tidak stabil.

Menurut Kotler & Keller (2016:184), keputusan membeli yaitu tahapan memutuskan dari customer dimana secara benar-benar aktual customer berperilaku membeli terhadap suatu produk. Pada dasarnya konsumen mengambil keputusan pembelian dikarenakan adanya beberapa alternatif pilihan, yang didukung oleh manfaat, *brand image*, promosi, harga serta berkembangnya dunia *lifestyle* masyarakat Indonesia yang semakin moderen. Produk cardinal dibandingkan dengan produk pesaing, mempunyai motif yang hampir sama, akan tetapi cardinal tidak melakukan inovasi untuk menarik daya beli konsumen. Hal ini dapat berdampak pada keputusan pembelian.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran merupakan ilmu sekaligus seni dalam menentukan target pasar dan memperoleh, memelihara serta meningkatkan jumlah customer dengan menciptakan, menyampaikan, serta mengkomunikasikan nilai customer yang unggul (Kotler dan Keller, 2016:27).

Sedangkan menurut Assauri (2017:12), manajemen pemasaran merupakan aktivitas menganalisa, merencanakan, pelaksanaan, serta mengendalikan berbagai program yang disusun untuk perintisan, pembangunan serta memelihara profit melalui dari penukaran melalui target market yang demi memenuhi tujuan jangka panjang dari perusahaan.

Brand Image

Menurut Suryati (2015:29) *brand image* adalah suatu merek dalam benak pelanggan yang ditimbulkan dari gambaran dan kesan. Sedangkan menurut Pratama, Fathoni, Hashiolan (2017) *brand image* merupakan anggapan pelanggan terhadap suatu *brand* yang terbentuk dari berbagai informasi dan pengalaman terhadap *brand* tersebut. Indikator menurut Evita (2017) meliputi Mudah diingat, Memiliki makna, menarik dan fleksibel

Promosi

Menurut Prilano, Sudarso, Fajrillah (2020) promosi adalah kegiatan menginformasikan kelebihan dan manfaat suatu produk kepada *customer* target agar melakukan pembelian produk. Sedangkan Mursid (2015:95) berpendapat bahwa promosi merupakan sebarang cara berkomunikasi yang tujuannya untuk merayu konsumen untuk membeli suatu produk. Indikator menurut Tjiptono (2015:399) mencakup penjualan perseorangan, promosi penjualan, periklanan, serta relasi masyarakat.

Harga

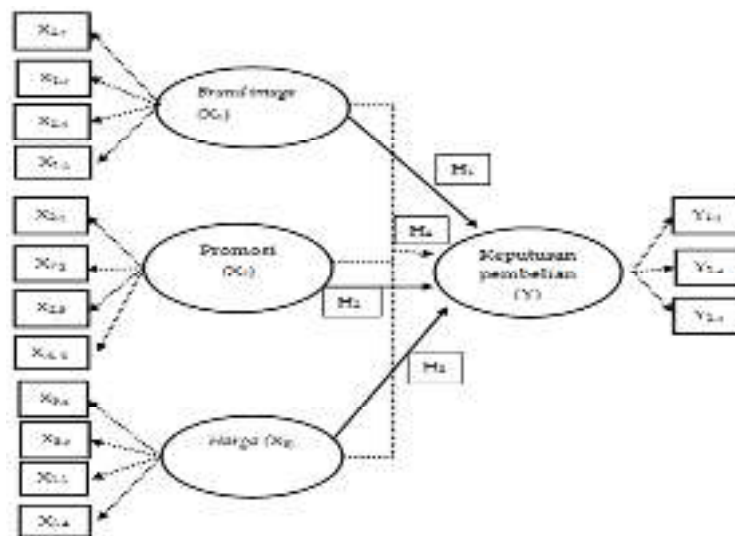
Sudaryono (2016:216) berpendapat harga adalah nominal tukar yang didapatkan dari sebuah barang dengan manfaat tertentu bagi individu ataupun kelompok sedangkan Menurut Siregar, dkk (2017) harga yaitu nilai uang yang dikeluarkan oleh pelanggan agar memperoleh produk atau jasa yang diinginkan. Indikator menurut Gain, dkk (2017) meliputi keterjangkauan harga barang, persaingan harga, kesesuaian harga dengan manfaat produk, serta kesesuaian harga dengan mutu produk.

Keputusan Pembelian

keputusan pembelian merupakan kaputusan calon konsumen tahap akhir sebelum melakukan pembelian produk. Indikatornya meliputi pembelian pada produk tertentu, mencari informasi, merekomendasikan kepada orang lain setelah melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2016:184).

KERANGKA KONSEPTUAL

Secara sistematis kerangka konseptual pada penelitian ini bisa dideskripsikan melalui skema berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis dapat diketahui:

- H₁ : *Brand image* memiliki pengaruh positif pada keputusan pembelian *brand* Cardinal di Matahari Departemen Store Cito Surabaya.
- H₂ : Promosi memiliki pengaruh positif pada keputusan pembelian *brand* Cardinal di Matahari Departemen Store Cito Surabaya.
- H₃ : Harga memiliki pengaruh positif pada keputusan pembelian *brand* Cardinal di Matahari Departemen Store Cito Surabaya.
- H₄ : *Brand image*, promosi dan harga memiliki pengaruh simultan pada keputusan pembelian *brand* Cardinal di Matahari Departemen Store Cito Surabaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang dipakai untuk meneliti pada popuasi dan sampel. Populasi penelitian ini yaitu konsumen yang berbelanja Cardinal di Matahari Departemen store Cito Surabaya. Peneliti mengambil ukuran sampel sebanyak 105 responden.

Teknik yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu dengan *accidental sampling* atau pengambilan sampel secara kebetulan dengan menyebarkan kuesioner yang terdapat *Skala Likert* dan lokasi penelitian ini dilakukan di Matahari Departemen Store Cito Surabaya *brand* Cardinal. Pelaksanaan pengumpulan data dimulai bulan Maret 2021.

HASIL PENELITIAN

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu digunakan untuk mengukur suatu data dan memastikan valid tidaknya suatu data, Dalam pengukuran tersebut menggunakan suatu yaitu program *Statistic Product and Service Solution* (SPSS) dengan memakai koefisien kolerasi 0,3. Adapun hasil pengujian validitasnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas

Variable	Item	Correlation	Sig	Ket
BRAND IMAGE (X1)	X1.1_1	.928**	0,3	VALID
	X1.1_2	.853**	0,3	VALID
	X1.2_1	.935**	0,3	VALID
	X1.2_2	.919**	0,3	VALID
	X1.3_1	.926**	0,3	VALID
	X1.3_2	.905**	0,3	VALID
	X1.4_1	.856**	0,3	VALID
	X1.4_2	.903**	0,3	VALID
PERFORMANCE (X2)	X2.1_1	.828**	0,3	VALID
	X2.1_2	.892**	0,3	VALID
	X2.2_1	.887**	0,3	VALID
	X2.2_2	.800**	0,3	VALID
	X2.3_1	.889**	0,3	VALID
	X2.3_2	.825**	0,3	VALID
	X2.4_1	.838**	0,3	VALID
	X2.4_2	.852**	0,3	VALID
HARGA (X3)	X3.1_1	.912**	0,3	VALID
	X3.1_2	.879**	0,3	VALID
	X3.2_1	.848**	0,3	VALID
	X3.2_2	.882**	0,3	VALID
	X3.3_1	.918**	0,3	VALID
	X3.3_2	.868**	0,3	VALID
	X3.4_1	.838**	0,3	VALID
	X3.4_2	.817**	0,3	VALID
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	Y.1_1	.908**	0,3	VALID
	Y.1_2	.895**	0,3	VALID
	Y.2_1	.847**	0,3	VALID
	Y.2_2	.939**	0,3	VALID
	Y.3_1	.917**	0,3	VALID
	Y.3_2	.900**	0,3	VALID

Dari data yang berada diatas menunjukkan jika signifikasi setiap *variable* lebih tinggi daripada 0.3, sehingga dapat ditemukan kesimpulannya bahwa keseluruhan data dalam penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dipakai dalam pengukuran sebuah angket yaitu indikator pada variabel. Suatu angket dianggap reliabel jika skor *Cronbach Alpha* > 0,70. Berikut merupakan hasil pengujian tersebut:

Tabel 2. Uji reliabilitas

Variabel	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
Brand Image (X_1)	.968	0,7	reliabel
Promosi (X_2)	.941	0,7	reliabel
Harga (X_3)	.984	0,7	reliabel
Kepuasan Pembelian (Y)	.982	0,7	reliabel

Uji yang dilalui nilai koefisiensi *reliabilitas alpha* pada semua variabel lebih besar dari 0.7, maka hasil dapat dipastikan *reliable*.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum data di analisis dengan model regresi linier berganda, maka dalam penelitian ini harus memenuhi syarat pengujian asumsi klasik. Adapun pengujian asumsi klasik yang dipakai meliputi: pengujian normalitas, pengujian multikolonieritas pengujian Heterokedastisitas, dan pengujian autokolerasi. Berikut adalah masing-masing hasil dari pengujian-pengujian tersebut :

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas	0,269	Sig > 0,5	Data Berdistribusi Normal
Uji Multikolonieritas	Tolerance VIF	Tolerance	
Brand Image (X_1)	.945	1,059	< 0,10 Bebas Multikolonieritas
Promosi (X_2)	.962	1,040	< 0,10 Bebas Multikolonieritas
Harga (X_3)	.910	1,098	< 0,10 Bebas Multikolonieritas
Uji Heterokedastisitas		Sig > 0,10	
Brand Image (X_1)	.817		Bebas Heterokedastisitas
Promosi (X_2)	.062		Bebas Heterokedastisitas
Harga (X_3)	.051		Bebas Heterokedastisitas
Uji Autokolonieritas	1,138	DW 1,50 - 2,00	Bebas Autokolonieritas

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas digunakan dalam menguji apakah model regresi, residual memperlihatkan distribusi yang normal ataukah tidak. Untuk mengetahui data-data memiliki distribusi normal atau tidak yaitu apabila nilai Sig > 0,05. Perhitungan pada tabel *normality test* diketahui nilai sig. > 0,05 maka bisa dibilang data berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas digunakan untuk mengetahui jika dalam model regresi terdapat hubungan di antara variabel-variabel bebas. Untuk mengetahui keberadaan multikolonieritas dilakukan melalui nilai besaran toleransi ≤ 10 serta nilai *Variance*

Inflation Factor (VIF) ≥ 10 . Hasil pengujian *Multicollinearity* diperoleh seluruh nilai $VIF < 10$ untuk variabel *Brand Image* (X_1) dengan hasil 1,059 ($< 0,10$), Promosi (X_2) dengan hasil 1,040, Harga (x_3) dengan hasil 1,040. Sehingga bebas dari multikolinieritas

3. Uji Heterokedastisitas

Pengujian Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk melihat tidak adanya heterokedastisitas yaitu apabila nilai signifikasinya $> 0,05$. Didasarkan pada tabel di atas, dengan karena skor sig. $> 0,05$ menunjukkan jika penelitian ini tidak memperlihatkan terjadinya heterokedastisitas

4. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dipakai untuk melihat keberadaan hubungan antara *error* pengganggu dari periode t dengan *error* pengganggu dari periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mengetahui adanya korelasi antara *error* pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu sebelumnya. nilai DW (*Durbin-Watson*) sebesar 1,680 (berada diantara (1,55 s.d 2,46) maka hasil yang dapat diperoleh adalah tidak terjadi autokorelasi.

Analisi Regresi Linear Berganda

Penggunaan analisis ini dimaksudkan untuk melihat keberadaan hubungan *Brand image* (X_1), Promosi (X_2), serta Harga (X_3) sebagai variabel independen pada keputusan pembelian (Y). Berikut hasil dari analisis regresi linear berganda :

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	9,014	3,284
<i>Brand Image</i> (X_1)	.226	.064
Promosi (X_2)	.149	.071
Harga (X_3)	.121	.059

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa variabel bebas pada penelitian ini memberikan pengaruh positif pada variabel terikat dengan hasil sig.

$$Y = 9,014 + 0.226X_1 + 0.149X_2 + 0.121X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Besar konstanta (a) senilai 9,014

Memperlihatkan Koefisien regresi dari konstanta senilai 9,014. Yang berarti jika *Brand image*, Promosi, serta Harga memiliki nilai 0, hal tersebut akan meningkatkan Keputusan Pembelian senilai 9,014

- Besar koefisien variabel *Brand Image* (X_1) senilai 0.226

Berarti setiap penambahan atau kenaikan 1 satuan *Brand Image* (X_1) akan berakibat meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) senilai 0.226.

- c. Besar koefisien variabel Promosi (X_2) senilai 0.149
Berarti setiap penambahan atau kenaikan 1 satuan Promosi (X_2) akan berakibat meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) senilai 0.149.
- d. Besar koefisien variabel Harga (X_3) senilai 0.121
Ini artinya setiap penambahan atau peningkatan 1 satuan Harga (X_3) akan berakibat meningkatnya Keputusan Pembelian (Y) senilai 0.121.

Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 0,05$

Tabel 5. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,814	3,284		2,745	,007
1	Brand Image (X_1)	,225	,084	,269	,041
	Promosi (X_2)	,149	,071	,168	,087
	Harga (X_3)	,121	,059	,167	,086

Berdasarkan hasil uji t diatas jika nilai signifikan < 0.05 jadi variabel bebas memperoleh pengaruh yang signifikan secara sendiri sendiri terhadap Y.

2. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F dipakai untuk melihat jika variabel independen secara bersama-sama apakah memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel independen.dengan tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 0,05$

Tabel 6. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1 Regression	365,086	3	118,362	9,530	,000 ^a
Residual	124,485	101	1,233		
Total	489,572	104			

Dari tabel f-test diperoleh analisis dari variabel menunjukkan hasil signifikansi sejumlah $9,530 > f\text{-table } 2,75$ ($df=64$) dengan tingkatan sig. 0,000

HASIL PENELITIAN

Pembahasan

1. *Brand Image* (X_1) memiliki pengaruh pada variabel Keputusan Pembelian(Y)

Hasil dari analisa memperlihatkan jika nilai signifikansi $0.001 < 0,05$ maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima yang berarti variabel *Brand Image* memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian (Y) Cardinal di matahari Departmen Store Cito Surabaya.

Produk Cardinal yang sudah menjadi produk yang diminati oleh semua kalangan di Matahari Departemen Store Cito Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan pada rata-rata indikator *Brand Image* pada pernyataan bahwa “Merek Cardinal mudah diingat dan diucapkan oleh konsumen” memiliki presentase tertinggi sebesar 50,48% dari 105 responden. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa merek cardinal banyak diketahui oleh orang-orang sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli Cardinal di matahari Departemen Store Cito Surabaya.

Paralel dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Pratama, Fathoni, Hashiolan (2017), penelitian ini, didasarkan pada hasil yang telah diuji, pengaruh antar variabel menunjukkan variabel *Brand Image* pada keputusan pembelian berpengaruh Signifikan. Hal tersebut dikarenakan calon konsumen dapat melihat komentar mengenai produk dari konsumen yang telah menggunakannya, sehingga calon konsumen dapat mengambil keputusan apakah membeli atau tidak.

2. Promosi (X_2) memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisa memperlihatkan jika nilai nilai signifikansi $0.037 < 0,05$ maka H_0 ditolak serta H_a diterima yang berarti variabel Promosi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) pada pembelian Cardinal di matahari Departemen Store Cito Surabaya.

Produk Cardinal sudah menjadi merek pakaian yang dikenal masyarakat luas baik dari segi harga promo maupun kualitas yang diberikan, maka tak heran jika konsumen dari semua kalangan sudah banyak yang mengenal produk dari cardinal. Hal ini dibuktikan pada indikator “ikhlán dapat mengingatkan konsumen pada produk cardinal”, dengan nilai tertinggi sebesar 49,52% dari 105 responden. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan ikhlán konsumen menjadi tahu tentang produk Cardinal dan promo yang ada di Cardinal

Paralel dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Siregar, dkk (2019) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian. Ini disebabkan karena para calon konsumen maupun konsumen akan selalu membandingkan harga dengan produk lain yang sejenis dan rasanya sama. Calon konsumen maupun konsumen akan menggunakan produk yang dianggap bagus walaupun mahal.

3. Harga (X_3) memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisa memperlihatkan jika nilai signifikansi $0.045 < 0,05$ maka H_0 ditolak serta H_a diterima yang berarti variabel Harga (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Cardinal di matahari Departmen Store Cito Surabaya. Pemberian harga yang dapat dijangkau oleh konsumen dan sesuai dengan kualitas produk membuat konsumen merasa puas dengan produk cardinal. Hal ini dapat

dibuktikan pada pernyataan “Harga produk Cardinal sesuai dengan kualitas produk “ yang memiliki nilai presentase tertinggi sebesar 52,38% dari 105 responden. Dari data itu dapat ditarik kesimpulan jika nominal harga yang diberikan oleh cardinal dianggap sesuai jika dibandingkan dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli Cardinal di Matahari Departmen *Store* Cito Surabaya.

Penelitian yang dilakukan ini paralel dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Prilano, Sudarso, Fajrillah (2020). Hasil dari penelitian tersebut yaitu konsumen lebih percaya terhadap produk yang harganya lebih tinggi untuk barang elektronik karena menganggap semakin tinggi harga semakin tinggi kualitas.

4. **Brand Image (X₁), Promosi (X₂), dan Harga (X₃) memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian Cardinal di matahari Departmen *Store* Cito Surabaya (Y)**

Brand Image (X₁), Promosi (X₂), dan Harga (X₃) yang diuji secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Cardinal di matahari Departmen *Store* Cito Surabaya (Y). ditunjukkan hasilnya dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini berarti bahwa melalui hasil pengujian terbukti jika hipotesis pertama H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Dengan memperhatikan hal-hal yang mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen akan *fashion* maka penting juga adanya *Brand image* dalam menarik minat pembeli, bukan hanya itu saja harga yang ditawarkan dianggap layak dengan kualitas produk serta harga yang mampu bersaing dengan merek yang lainnya yang ada dipasaran. Jika beberapa hal di atas dilaksanakan secara baik. maka Keputusan Pembelian Cardinal di matahari Departmen *Store* Cito Surabaya akan meningkat

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Brand Image* memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan *Brand Image* memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian dinyatakan diterima.
2. Promosi memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan Promosi memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian dinyatakan diterima.
3. Harga memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian. Ini berarti, hipotesis bahwa Harga memiliki pengaruh pada Keputusan Pembelian dinyatakan diterima.
4. *Brand Image*, Promosi dan Harga memiliki pengaruh secara signifikan pada Keputusan Pembelian. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan *Brand Image*, Promosi dan Harga memiliki pengaruh secara signifikan pada Keputusan Pembelian dinyatakan diterima.

IMPLIKASI

Dari hasil penelitian ini diharapkan untuk pihak *brand* Cardinal agar meningkatkan kualitas agar *brand image* semakin diingat oleh konsumen. *Brand* Cardinal juga meningkatkan evaluasi dan memperhatikan hal-hal yang kurang dalam instrumen penelitian, sehingga dapat di jadikan arahan kebijakan di masa depan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya mengandalkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang dirasa peneliti berpengaruh pada jawaban responden dengan pernyataan yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Evita, N. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017). *EProseeding Of Applied Science: Volume 3 Nomor*, 430-452.
- Gain, dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen *Vodkasoda shirt*. *Jurnal Manajemen*. 2(2): 142-150.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13 , jilid 2. Jakarta:Erlangga.
- Mursyid, (2015). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Kedelapan. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Pratama, Fathoni, Hashiolan. (2017). Analisis Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Telkomsel (Studi Pada Pengunjung di Event-Event Kampus). Naskah Publikasi Universitas Pandaran Semarang, 1-15.
- Prilano, Sudarso, Fajrillah (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada.
- Siregar, dkk. (2019). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Novage* pada PT Orindo Alam Ayu (*Oriflame Swedan*) Medan
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Ed.1,Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

ANALISIS KOREKSI FISKAL PAJAK PENGHASILAN YANG TERHUTANG PADA PT. BAKTI MANDIRI PERKASA

Nur Hikma Adinda¹, Subakir², Fauziyah³
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}
nurhikmaadinda@gmail.com

ABSTRAK

Sebelum membuat laporan keuangan fiskal, setiap perusahaan pada umumnya harus memiliki laporan keuangan komersial yang disusun berdasarkan Peraturan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) yang berlaku di Indonesia. Selain itu, laporan keuangan komersial juga bertujuan untuk analisa koreksi fiskal sebagai dasar perhitungan pajak terhutang oleh perusahaan, yang dapat dilihat dari laporan laba rugi perusahaan. Salah satunya adalah PT. Bakti Mandiri perkasa yang merupakan badan usaha yang telah menyusun pembukuan sesuai dengan Peraturan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) yang berlaku di Indonesia dan merupakan wajib pajak di KPP Pratama Wonocolo Surabaya. Akan tetapi, PT. Bakti Mandiri Perkasa mendapat Surat Permintaan Penjelasan atas Data dan/atau Keterangan (SP2DK) dari KPP bahwa dalam SPT PPh Tahun 2018 terdapat biaya PPh 21, biaya cadangan kerugian piutang, biaya atas selisih PPh 22 dan 23, biaya BPJS Kesehatan dan biaya BPJS Ketenagakerjaan yang tidak dapat dijadikan pengurang dalam laporan laba rugi. Sehingga terjadi kesalahan perhitungan beban pajak pada SPT Penghasilan (PPh) tahun 2018.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Koreksi Fiskal Pajak Penghasilan yang Terhutang pada PT Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dari interview kepada manager keuangan dan data yang diperoleh dari staff akuntansi dan pajak. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan penelitian. Untuk validasi data dalam penelitian ini menggunakan uji credibility dengan teknik triangulasi dan membercheck. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kesalahan koreksi fiskal PT Bakti Mandiri Perkasa terhadap laporan keuangan komersial yang tidak sesuai dengan prinsip taxability deductibility maka dapat disimpulkan bahwa terjadi perubahan laba fiskal yang diperoleh perusahaan. menurut peneliti laba fiskal PT. Bakti Mandiri Perkasa tahun 2018 sebesar Rp. 6.197.798.543,00. Dengan adanya perubahan laba fiskal tahun 2018 maka seharusnya pajak penghasilan yang terhutang SPT Tahunan PT. Bakti Mandiri Perkasa tahun 2018 sebesar Rp. 859.090.414,-. Sehingga terdapat selisih kurang bayar PPh Pasal 29 sebesar Rp. 199.123.636,-.

Kata kunci: laporan keuangan komersial, koreksi fiskal, pajak penghasilan yang terhutang

ABSTRACT

Before making fiscal financial reports, every company generally must have financial reports that are prepared based on the Indonesian Financial Accounting Standards (PSAK) regulations. In addition, commercial financial reports also aim to analyze fiscal as the basis for calculating taxes payable by the company, which can be seen from the income statement. One of them is PT. Bakti Mandiri Perkasa which is a business entity that has compiled bookkeeping in accordance with the Financial Accounting Standard Regulations (PSAK) in effect in Indonesia and is a taxpayer at KPP Pratama Wonocolo Surabaya. However, PT. Bakti Mandiri Perkasa received a Request for Explanation of Data and / or Information (SP2DK) from the KPP that in the 2018 SPT PPh there were PPh 21 fees, receivable loss reserves costs, costs for the difference between PPh 22 and 23, BPJS Health fees and BPJS Employment fees cannot be used as a deduction in the income statement. So that there was an error in calculating the tax burden on the 2018 Income Tax Return (PPh).

The purpose of this study is for Fiscal Correction of Income Taxes Payable at PT Bakti Mandiri Perkasa in 2018. The data collection techniques in this study were obtained from interviews with financial managers and data obtained from accounting and tax staff. The data analysis technique in this study is to reduce

data, present data and attract research. To validate the data in this study, a credibility test was used with triangulation and member check techniques. The results of this study indicate that the error in the fiscal correction of PT Bakti Mandiri Perkasa in commercial financial statements that are not in accordance with the principle of tax deduction, it can be ignored that there is a change in the company's fiscal profit. according to researchers the fiscal profit of PT. Bakti Mandiri Perkasa in 2018 amounting to Rp. 6,197,798,543.00. With the fiscal changes in 2018, the stage tax payable must be due to the Annual Tax Return of PT. Bakti Mandiri Perkasa in 2018 amounting to Rp. 859,090,414, -. So that there is a difference between underpayment of Income Tax Article 29 of Rp. 199,123,636, -.

Key words: financial commercial report, fiscal correction, payable stage

1.1 PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan di era Globalisasi, sumber penerimaan negara yang terbesar di Indonesia salah satunya yaitu pembayaran pajak dari masyarakat. Direktorat Jenderal Pajak sebagai bagian dari Kementerian Keuangan mempunyai visi menjadi Institusi Penghimpun Penerimaan Negara yang terbaik demi menjamin Kedaulatan dan Kemandirian Negara. Dalam rangka pencapaian visi tersebut, salah satu Visi DJP adalah mengumpulkan penerimaan berdasarkan kepatuhan pajak sukarela yang tinggi dan penegakan hukum yang adil (pajak.go.id). Sehingga ketaatan pajak oleh wajib pajak sangat penting bagi pemerintah. Dalam mencapai target penerimaan pajak yang telah ditetapkan berdasarkan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Direktorat Jenderal Pajak memiliki tujuan untuk meningkatkan kepatuhan dalam menghitung, menyetorkan dan melaporkan pajak. Sehingga setiap perusahaan harus menghitung besarnya pajak sesuai dengan Undang-undang pajak penghasilan (PPh).

Perhitungan pajak penghasilan badan dihitung dari laporan keuangan fiskal yang telah diatur oleh Undang-undang No. 36 Tahun 2008 mengenai perhitungan pajak penghasilan. Untuk perhitungan Surat pemberitahuan Pajak Penghasilan (PPh) pada saat akhir periode menggunakan laba kena pajak Fiskal yang bertujuan untuk menghitung besarnya beban pajak yang akan ditanggung oleh perusahaan. Pajak Penghasilan terutang dihitung untuk satu tahun pajak penghasilan yang diterima dalam satu tahun tersebut. Perhitungan pajak yang terutang untuk seluruh tahun pajak dilakukan bersamaan dengan pelunasan akhir dan pelaporan atas pajak terutang (Indarti, 2017).

Sebelum membuat laporan keuangan fiskal, setiap perusahaan pada umumnya harus memiliki laporan keuangan komersial yang disusun berdasarkan Peraturan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) yang berlaku di Indonesia. Di dalam laporan keuangan komersial terdiri dari laporan laba rugi dimana perusahaan dapat melihat seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan, laporan neraca untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan mengenai aktiva dan passiva. Laporan keuangan komersial yang dibuat perusahaan bertujuan untuk memberikan informasi mengenai seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan dan bagaimana posisi keuangan perusahaan untuk mengambil sebuah keputusan atau tindakan. Selain itu, laporan keuangan komersial juga bertujuan untuk analisa koreksi fiskal sebagai dasar perhitungan pajak terutang oleh perusahaan, yang dapat dilihat dari laporan laba rugi perusahaan.

Sesuai dengan pedoman Undang-undang perpajakan bahwa tidak semua biaya dalam laporan keuangan komersial dapat dijadikan sebagai pengurang pendapatan. Dengan adanya perbedaan pengakuan biaya tersebut, perusahaan perlu melakukan analisa Koreksi Fiskal. Dengan adanya koreksi fiskal tersebut dapat menyebabkan koreksi fiskal positif yang dapat menambah laba kena pajak dan koreksi fiskal negatif yang dapat mengurangi laba kena pajak

dalam perhitungan beban pajak dalam pelaporan SPT PPh. Compare perbedaan pengakuan biaya tersebut terjadi karena dalam laporan keuangan disusun berdasarkan Standart Akuntansi keuangan (PSAK) sedangkan untuk pelaporan perpajakan sudah diatur sesuai dengan peraturan perpajakan. Perbedaan tersebut disebabkan tujuan yang ingin dicapai berbeda. Laporan keuangan komersial digunakan untuk menggambarkan pendapatan dan biaya pada periode tertentu. Laporan keuangan komersial ditujukan untuk menilai hasil usaha dan keadaan keuangan dari satu entitas, sedangkan laporan keuangan fiskal ditujukan untuk menghitung penghasilan kena pajak dan beban pajak yang harus dibayar ke negara (Ilmiyono,Pratama,Hurriyaturrohma, 2017).

PT. Bakti Mandiri perkasa adalah badan usaha yang telah menyusun pembukuan sesuai dengan Peraturan Standart Akuntansi Keuangan (PSAK) yang berlaku di Indonesia dan merupakan wajib pajak di KPP Pratama Wonocolo Surabaya. Akan tetapi, PT. Bakti Mandiri Perkasa mendapat Surat Permintaan Penjelasan atas Data dan/atau Keterangan (SP2DK) dari KPP bahwa dalam SPT PPh Tahun 2018 terdapat biaya PPh 21, biaya cadangan kerugian piutang, biaya atas selisih PPh 22 dan 23, biaya BPJS Kesehatan dan biaya BPJS Ketenagakerjaan yang tidak dapat dijadikan pengurang dalam laporan laba rugi. Sehingga terjadi kesalahan perhitungan beban pajak pada SPT Penghasilan (PPh) tahun 2018. Dengan adanya masalah tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang akan dijadikan bahan skripsi dengan judul “ ANALISIS KOREKSI FISKAL PAJAK PENGHASILAN YANG TERHUTANG PADA PT. BAKTI MANDIRI PERKASA”.

2.1 METODE PENELITIAN

2.1.1 JENIS, SUMBER DATA & TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat Deskriptif.

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

Dalam penelitian ini untuk teknik pengumpulan data melalui interview dan dokumentasi. Melalui Interview dilakukan dengan tanyak jawab kepada manager keuangan dan administrasi mengenai bagaimana pencatatan atas laporan keuangan komersial dan mengenai SPT Tahunan yang sudah dilaporkan PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018. Kemudian tahapan kedua yaitu melalui dokumentasi dimana pengambilan data atau pengumpulan data didapat dari staff akuntansi dan pajak untuk start menyusun penelitian, dengan adanya tunjangan data yang telah diberikan oleh staff akuntansi dan pajak dapat mempermudah peneliti untuk menyelesaikan penelitiannya.

2.1.2 SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

1. Subjek dalam penelitian ini adalah Koreksi Fiskal SPT Tahunan pada tahun 2018 dan 2019.
2. Objek dalam penelitian ini adalah PT. Bakti Mandiri Perkasa yang berkedudukan di Ruko Grand Ketintang Jalan Ketintang Baru No. 14F Ketintang Baru, Surabaya. PT. Bakti Mandiri Perkasa merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa tenaga kerja.

2.1.3 TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2016). Tahapan dalam analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Mereduksi data artinya peneliti membuat sebuah rangkuman dari data penelitian yang sudah dikumpulkan untuk memilih hal yang pokok dan memfokuskan pada permasalahan yang dijadikan studi kasus oleh peneliti.
2. Melakukan display data (penyajian data) dalam penelitian ini peneliti menggambarkan atau menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, flowchart dan hubungan antar kategori. Karena pada dasarnya jika menggunakan metode penelitian kualitatif untuk penyajian data lebih berfokus kepada teks yang bersifat naratif.
3. Setelah merangkum data, kemudian menyajikan data dan tahap ketiga yaitu menarik kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan.

3.1 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1.2 ANALISIS KOREKSI FISKAL DAN PAJAK TERHUTANG PT BMP

Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan data laporan keuangan komersial Per 31 Desember 2018 dan 2019 pada PT. Bakti Mandiri Perkasa yang meliputi laporan laba rugi komersial dan laporan laba rugi fiskal yang telah dilaporkan di KPP.

Tabel 3.1

Laporan LR Komersial dan LR Fiskal PT. BMP Tahun 2018

KETERANGAN	LR KOMERSIAL 2018	LR FISKAL 2018
Pendapatan Usaha	53.792.064.840,56	53.792.064.840,56
Beban atas Pendapatan	46.240.204.050,56	46.240.204.050,56
LABA (RUGI) KOTOR	7.527.475.078,00	7.527.475.078,00
Biaya Administrasi & Umum		

Biaya Gaji & Upah	933.440.984,00	933.440.984,00
Biaya Listrik dan Air	18.937.393,00	18.937.393,00
Biaya Telepon	13.371.352,00	13.371.352,00
Biaya Konsumsi	43.722.559,00	0
Biaya Cadangan Pesangon	0	774.493.010,00
Biaya Perjalanan Dinas	35.152.000,00	0
Biaya BBM	19.572.754,00	19.572.754,00
Biaya Ekspedisi	4.153.690,00	4.153.690,00
Biaya Pemeliharaan Gedung	9.502.000,00	9.502.000,00
Biaya Sewa	21.800.000,00	21.800.000,00
Biaya Pengembangan Manajemen	39.725.000,00	39.725.000,00
Biaya PPH Pasal 21	125.741.804,00	125.741.804,00
Biaya BPJS	100.685.100,00	100.685.100,00
Biaya Administrasi Bank	18.171.429,00	18.171.429,00
Biaya Sumbangan	30.186.700,00	0
Biaya Rapat Direksi dan Komisaris	24.391.773,00	24.391.773,00
Biaya Jasa Konsultan dan Audit	25.000.000,00	25.000.000,00
Realisasi Cadangan Pesangon	0	-232.347.903,00
Total Biaya Administrasi & Umum	1.463.554.538,00	2.128.986.289,00
LABA (RUGI) OPERASI	6.063.920.540,00	5.398.488.789,00
PendapatanLuar Usaha		
PendapatanBunga Bank	24.385.712,00	0
TOTAL PendapatanLuar Usaha	24.385.712,00	24.385.712,00
BebanLuar Usaha		
Denda Penyelesaian Pekerjaan	182.273.313,00	0
Selisih PPh Pasal 23	21.567.872,00	21.567.872,00
TOTAL Beban Luar Usaha	203.841.185,00	21.567.872,00
LABA (RUGI) BERSIH	5.908.850.779,00	5.401.306.629,00

Sumber :
Mandiri
Tahun

PT. Bakti
Perkasa
2018

(Data diolah)

Tabel 3.2

Laporan LR Komersialdan LR Fiskal Tahun 2019

KETERANGAN	LR KOMERSIAL 2019	LR FISKAL 2019
Pendapatan Usaha	63.455.339.761,56	63.455.339.761,56
Beban atas Pendapatan	54.707.800.326,67	54.707.800.326,67
LABA (RUGI) KOTOR	8.682.192.021,89	8.682.192.021,89
Biaya Administrasi & Umum		
Biaya Gaji & Upah	1.108.672.366,00	1.108.672.366,00
Biaya Listrik dan Air	24.179.650,00	24.179.650,00
Biaya Telepon	12.777.496,00	12.777.496,00
Biaya Konsumsi	64.390.530,00	64.390.530,00
Biaya Cadangan Pesangon	0	0
Biaya Perjalanan Dinas	1.398.000,00	0
Biaya BBM	26.524.315,00	26.524.315,00
Biaya Ekspedisi	4.039.812,00	4.039.812,00
Biaya Pemeliharaan Gedung	930.713,00	930.713,00
Biaya Sewa	83.650.000,00	83.650.000,00
Biaya Pengembangan Manajemen	24.555.000,00	24.555.000,00
Biaya PPH Pasal 21	0	0
Biaya BPJS	90.884.147,00	18.995.091,00
Biaya Administrasi Bank	18.995.091,00	0
Biaya Sumbangan	29.247.500,00	49.880.760,00
Biaya Rapat Direksi dan Komisaris	49.880.760,00	17.750.000,00
Biaya Jasa Konsultan dan Audit	17.750.000,00	0
Realisasi Cadangan Pesangon	0	0
Total Biaya Administrasi & Umum	1.557.875.380,00	1.436.345.733,00
LABA (RUGI) OPERASI		
Pendapatan Luar Usaha		

Sumber : Mandiri Tahun (Data	Pendapatan Bunga Bank	65.347.413,00	0	PT. Bakti Perkasa 2018 diolah)
	TOTAL Pendapatan Luar Usaha	65.347.413,00	65.347.413,00	
	Beban Luar Usaha			
	Denda Penyelesaian Pekerjaan	0	0	
	Selisih PPh Pasal 23	0	0	
	TOTAL Biaya Luar Usaha	0	0	
	LABA (RUGI) BERSIH	7.255.011.467.89	7.311.193.701,00	

3.1.3 ANALISIS PERHITUNGAN KURANG BAYAR SPT TAHUNAN PT. BMP TAHUN 2018

Perhitungan Kurang Bayar Pajak SPT Tahunan PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018. Berdasarkan laporan laba rugi fiskal perusahaan memperoleh laba sebesar Rp. 5.401.306.629,00 sesuai dengan UU. No. 36 tahun 2008 pasal 17 ayat 1b jika peredaran usaha telah melebihi 50.000.000.000 maka penghasilan kena pajak dikenakan tarif 25%. Sehingga kurang bayar pada SPT Tahunan 2018 yang telah dilaporkan sebesar Rp. 1.350.326.657,- karena terdapat PPh 25 yang telah dibayar oleh PT. Bakti Mandiri Perkasa pada tahun 2018 sebesar Rp. 250.000.000,- dan terdapat kredit pajak PPh 23 sebesar Rp. 440.359.222,- sehingga kurang bayar pada SPT Tahunan 2018 PT. Bakti Mandiri Perkasa menjadi sebesar Rp. 659.967.435,-. Perhitungan Kurang bayar SPT Tahunan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{PPh Terhutang} &= \text{PKP} \times 25\% \\
 &= 5.401.306.629 \times 25\% \\
 &= 1.350.326.657,-
 \end{aligned}$$

Kredit pajak :

$$\begin{aligned}
 \text{PPh 23} &= 440.359.222,- \\
 \text{PPh 25} &= 250.000.000,- \\
 \text{KB PPh Pasal 29} &= 659.967.435,-
 \end{aligned}$$

3.1.4 ANALISIS PERHITUNGAN KURANG BAYAR SPT TAHUNAN PT. BMP TAHUN 2019

Perhitungan Kurang Bayar Pajak SPT Tahunan PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2019 Berdasarkan laporan laba rugi fiskal perusahaan memperoleh laba sebesar Rp. 7.311.193.701,89 sesuai dengan UU. No. 36 tahun 2008 pasal 17 ayat 1b jika peredaran usaha telah melebihi 50.000.000.000 maka penghasilan kena pajak dikenakan tarif 25%. Sehingga kurang bayar pada SPT Tahunan 2019 yang telah dilaporkan sebesar Rp. 1.827.798.425,- karena terdapat PPh 25 yang telah dibayar oleh PT. Bakti Mandiri Perkasa pada tahun 2019 sebesar Rp. 432.865.250,- sehingga kurang bayar pada SPT Tahunan 2018 PT. Bakti Mandiri Perkasa menjadi sebesar Rp. 1.394.933.175,- Perhitungan Kurang bayar SPT Tahunan sebagai berikut :

PPh Terhutang = 7.311.193.701 x 25%
= 1.827.798.425,-

Kredit Pajak :

PPh 25 = 432.865.250,-

KB PPh Pasal 29 = 1.394.933.175,-

4.1 PEMBAHASAN

4.1.1 Analisis Koreksi Fiskal SPT Tahunan PT BMP Tahun 2018 sesuai dengan UU No. 36 Tahun 2018

Berdasarkan analisa laporan keuangan fiskal PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018 terdapat kesalahan dalam melakukan koreksi fiskal, sehingga koreksi fiskal yang dilakukan tidak sesuai dengan UU. No 36 Tahun 2008 pasal 6 dan Pasal 9. Dengan adanya ketidaksesuaian koreksi fiskal sesuai UU perpajakan maka penulis melakukan koreksi fiskal sebagai berikut :

Tabel 4.1 Analisis Koreksi Fiskal LR Komersial dan LR Fiskal Tahun 2018

KETERANGAN	LR KOMERSIAL	KOREKSI FISKAL		LR SETELAH KOREKSI	KETERANGAN
		NEGATIF	POSITIF		
Pendapatan Usaha	53.816.450.552,56			53.792.064.840,56	
Beban atas Pendapatan	46.240.204.050,56			46.240.204.050,56	
LABA (RUGI) KOTOR	7.576.246.502,00			7.551.860.790,00	
Biaya Administrasi & Umum					
Biaya Gaji & Upah	933.440.984,00			933.440.984,00	
Biaya Listrik dan Air	18.937.393,00			18.937.393,00	
Biaya Telepon	13.371.352,00			13.371.352,00	
Biaya Konsumsi	43.722.559,00			43.722.559,00	Pasal 6 ayat 1 huruf d
Biaya Cadangan Pesangon				0,00	pasal 6 ayat 1 huruf c
Biaya Perjalanan Dinas	35.152.000,00		35.152.000	0,00	Pasal 9 ayat 1 huruf b
Biaya BBM	19.572.754,00			19.572.754,00	
Biaya Ekspedisi	4.153.690,00			4.153.690,00	
Biaya Pemeliharaan Gedung	9.502.000,00			9.502.000,00	
Biaya Sewa	21.800.000,00			21.800.000,00	
Biaya Pengembangan Manajemen	39.725.000,00			39.725.000,00	
Biaya PPH Pasal 21	125.741.804,00		125.741.804	0,00	Pasal 9 ayat 1 huruf h
Biaya BPJS	100.685.100,00		100.685.100	0,00	Pasal 9 ayat 1 huruf d
Biaya Administrasi Bank	18.171.429,00			18.171.429,00	
Biaya Sumbangan	30.186.700,00		30.186.700	0,00	Pasal 9 ayat 1 huruf g
Biaya Rapat Direksi dan Komisaris	24.391.773,00			24.391.773,00	

Biaya Jasa Konsultan dan Audit	25.000.000,00			25.000.000,00	
Realisasi Cadangan Pesangon				0,00	
Total Biaya Administrasi & Umum	1.463.554.538,00			1.171.788.934,00	
LABA (RUGI) OPERASI	6.112.691.964,00			6.380.071.856,00	
Pendapatan Luar Usaha					
Pendapatan Bunga Bank	24.385.712,00	24.385.712		0,00	Pasal 4 ayat 2 huruf a
TOTAL Pendapatan Luar Usaha	24.385.712,00			0,00	
Beban Luar Usaha					
Denda Penyelesaian Pekerjaan	182.273.313,00			182.273.313,00	Pasal 6 ayat 1 huruf d
Selisih PPh Pasal 23	21.567.872,00	21.567.872		0,00	Pasal 9 ayat 1 huruf h
TOTAL Biaya Luar Usaha	203.841.185,00			182.273.313,00	
LABA (RUGI) BERSIH	5.933.236.491,00	24.385.712	313.333.476	6.197.798.543,00	

Sumber : PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018 (Data diolah)

Koreksi fiskal, perhitungan dan pelaporan SPT Tahunan PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018 terhadap UU.No. 36 Tahun 2008.Berdasarkan analisa laporan keuangan fiskal PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018 terdapat kesalahan dalam melakukan koreksi fiskal, sehingga koreksi fiskal yang dilakukan tidak sesuai dengan UU. No 36 Tahun 2008. Dengan adanya ketidaksesuaian koreksi fiskal sesuai UU perpajakan maka penulis memberikan masukan mengenai koreksi fiskal SPT Tahunan 2018 PT. Bakti Mandiri Perkasa sebagai berikut :

1. Koreksi Fiskal PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018 yang bukan merupakan biaya yang tidak dapat dibebankan dan pendapatan yang merupakan objek pajak penghasilan tetapi tidak dilakukan koreksi fiskal sebagai berikut :
 - a. Biaya perjalanan dinas dalam akun ini merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk keperluan pemegang saham sehingga bukan untuk kepentingan perusahaan sehingga dilakukan koreksi fiskal positif sesuai dengan UU No. 36 tahun 2008 Pasal 9 ayat 1 huruf b bahwa biaya yang tidak dapat dibebankan atas biaya yang dibebankan dalam laporan keuangan komersial untuk kepentingan pribadi pemegang saham, sekutu atau anggota.
 - b. Biaya PPh Pasal 21 tidak dapat dijadikan pengurang dalam laba rugi sehingga dilakukan koreksi fiskal positif sesuai dengan Pasal 9 ayat 1 huruf h menyebutkan bahwa Pajak penghasilan (PPh) tidak boleh dibebankan. Dan termasuk non deductible expense.
 - c. Biaya BPJS ini dibentuk atas biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang diambil dari biaya gaji karyawan yang tidak termasuk komponen PPh pasal 21 sehingga perlu dilakukan koreksi fiskal positif sesuai dengan UU No. 36 Tahun 2008 pasal 9 ayat 1 huruf d yang menjelaskan bahwa Premi asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan, asuransi jiwa, asuransi dwiguna, dan asuransi bea siswa, yang dibayar oleh Wajib Pajak orang pribadi, kecuali jika dibayar oleh

- pemberi kerja dan premi tersebut dihitung sebagai penghasilan bagi wajib pajak yang bersangkutan.
- d. Biaya sumbangan dalam akun ini menjelaskan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk iuran atau sumbangan yang diberikan kepada karyawan yang meninggal dunia atau sumbangan yang diberikan kepada anak yatim setiap bulan sehingga perlu dilakukan koreksi fiskal positif sesuai dengan UU No. 36 tahun 2008 pasal 9 ayat 1 huruf g bahwa harta yang dihibahkan, bantuan dan sumbangan dan warisan sebagaimana dalam pasal 4 ayat 3.
 - e. Pendapatan bunga dari bank dimana pendapatan ini diperoleh diluar usaha dan merupakan penghasilan bukan objek pajak sehingga perlu dilakukan koreksi fiskal negatif sesuai dengan UU No. 36 Tahun 2008 Pasal 4 ayat 2 huruf a.
 - f. Selisih PPh Pasal 23 tidak dapat dijadikan pengurang dalam laba rugi sesuai dengan Pasal 9 ayat 1 huruf h menyebutkan bahwa Pajak penghasilan (PPh) tidak boleh dibebankan. Dan termasuk non deductible expense.
2. Koreksi Fiskal PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018 yang merupakan biaya yang dapat dibebankan tetapi dilakukan koreksi fiskal sebagai berikut :
- a. Berdasarkan koreksi fiskal yang dilakukan oleh PT. Bakti Mandiri Perkasa pada akun biaya konsumsi karyawan sebesar Rp. 43.722.559,- tidak perlu dilakukan koreksi fiskal karena sebagaimana diatur dalam Pasal 6 ayat (1) huruf d, seperti penyediaan makanan dan minuman bagi seluruh pegawai, boleh dibebankan sebagai biaya dan bagi pihak yang menerima atau menikmati bukan merupakan penghasilan.
 - b. Berdasarkan koreksi fiskal yang dilakukan oleh PT. Bakti Mandiri Perkasa pada akun biaya cadangan pesangon sebesar Rp. 774.493.010,- tidak perlu dilakukan koreksi fiskal sesuai yang diatur dalam Pasal 6 ayat 1 huruf c Peraturan Pemerintah No. 149 tahun 2000 atas penghasilan yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri berupa uang pesangon, uang tebusan pensiun yang dibayar oleh dana pensiun yang pendiriannya telah disahkan oleh Menteri Keuangan, dan Tunjangan Hari Tua atau Jaminan Hari Tua, yang dibayarkan sekaligus oleh Badan Penyelenggara Pensiun atau Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Tenaga Kerja, dipotong Pajak Penghasilan yang bersifat final oleh pihak-pihak yang membayarkan. Dalam hal terjadi pemutusan hubungan kerja dan perusahaan melakukan pembayaran pesangon yang menjadi kewajibannya secara langsung kepada tenaga kerja, maka perusahaan memiliki kewajiban untuk memotong dan menyetorkan PPh pasal 21 (PPh final) yang terutang atas pesangon. Besarnya PPh Pasal 21 dihitung sesuai dengan tarif dalam tabel 1 tersebut diatas. Atas pembayaran uang pesangon ini perusahaan dapat membebankan sebagai biaya/ pengurang penghasilan dalam menghitung penghasilan kena pajak dan PPh badan terutang (deductable expenses).
 - c. Berdasarkan koreksi fiskal yang dilakukan oleh PT. Bakti Mandiri Perkasa pada akun denda penyelesaian pekerjaan sebesar Rp. 182.273.313,- akun ini dibentuk atas biaya karena terjadinya keterlambatan penyelesaian pekerjaan sehingga tidak perlu dilakukan koreksi fiskal positif sesuai dengan UU No. 36 Tahun 2008 pasal 6 ayat 1 huruf d yang menjelaskan bahwa kerugian dalam mendapatkan, menagih dan memelihara penghasilan dapat dibebankan dalam laporan keuangan fiskal.

4.1.1 Perhitungan Kurang Bayar SPT Tahunan PT. BMP Tahun 2018

Sesuai dengan UU No. 36 Tahun 2008 Pasal 17 ayat 1b menjelaskan jika peredaran bruto diatas Rp. 50.000.000.000,- maka dikenakan tarif 25%. Berikut tabel perbedaan koreksi fiskal antara yang dilakukan PT. Bakti Mandiri Perkasa dengan Koreksi fiskal oleh penulis :

Tabel 4.3 Perhitungan PPh Terhutang

KETERANGAN	KOREKSI FISKAL OLEH PT. BMP	KOREKSI FISKAL OLEH PENULIS
Laba (Rugi) Bersih Tahun 2018	5.401.306.629	6.197.798.543
Hutang PPh Pasal 29	1.350.326.657	1.549.449.636
PPh 23	440.359.222	440.359.222
PPh 25	250.000.000	250.000.000

Sumber : PT. Bakti Mandiri Perkasa (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas koreksi fiskal oleh PT. Bakti Mandiri Perkasa menunjukan hutang PPh Pasal 29 sebesar Rp. 1.350.326.657,-, kredit Pajak PPh 23 sebesar Rp. 440.359.222,- dan kredit pajak PPh 25 sebesar Rp. 250.000.000,- sehingga PPh pasal 29 setelah dikurangi kredit pajak sebesar Rp. 659.967.435,-. Namun berdasarkan koreksi fiskal oleh penulis untuk hutang PPh Pasal 29 sebesar Rp. 1.549.449.636,- kredit pajak PPh 23 sebesar Rp. 440.359.222,- kredit pajak PPh 25 sebesar Rp. 250.000.000,- sehingga hutang PPh Pasal 29 sebesar Rp. 859.090.414,-. Jadi selisih hutang PPh Pasal 29 SPT Tahunan 2018 antarkoreksi fiskal yang telah dilakukan oleh PT. Bakti Mandiri Perkasa dengan koreksi fiskal oleh penulis sebesar Rp. 199.123.636,-..

SIMPULAN

Menurut hasil penelitian peneliti, berdasarkan analisa data yang telah diperoleh memberikan kesimpulan bahwa koreksi fiskal yang telah dilakukan pada laporan laba rugi fiskal PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018 belum sesuai dengan UU No. 36 Tahun 2008 akan tetapi pada tahun 2019 pelaporan SPT Tahunan sesuai dengan UU No. 36 Tahun 2008. Sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Karena adanya kesalahan koreksi fiskal PT Bakti Mandiri Perkasa terhadap laporan keuangan komersial yang tidak sesuai dengan prinsip taxability deductibility maka dapat disimpulkan bahwa terjadi perubahan laba fiskal yang diperoleh perusahaan. menurut penulis laba fiskal PT. Bakti Mandiri Perkasa tahun 2018 sebesar Rp. 6.197.798.543,00.
2. Hutang PPh Pasal 29 tahun 2018 yang telah dilaporkan oleh PT. Bakti Mandiri Perkasa sebesar Rp. 659.967.435,-. Akan tetapi menurut penulis hutang PPh Pasal 29 pada tahun 2018 sebesar Rp. 859.090.414,-. Dengan adanya perbedaan ini sehingga selisih PPh Pasal 29 PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2018 sebesar Rp. 199.123.636,-.
3. PT. Bakti Mandiri Perkasa mengalami peningkatan pembayaran pajak PPh Pasal 29 dari tahun 2018 sampai tahun 2019 yang diikuti karena kenaikan omset setiap tahun. Akan tetapi dalam koreksi fiskal yang dilakukan setiap tahun sama, yang membedakan pada tahun 2018 terdapat koreksi pada akun cadangan pesangon karena pada tahun 2019 tidak pernah ada pembentukan dana cadangan pesangon.
4. Pelaporan SPT Tahunan PT. Bakti Mandiri Perkasa Tahun 2019 sudah sesuai dengan UU No. 36 Tahun 2008 sehingga tidak perlu dilakukan pembetulan mengenai SPT Tahunan PT. Bakti Mandiri Perkasa yang telah dilaporkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 tentang Penetapan Peraturan pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2008 Tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang ketentuan Umum dan Tata cara perpajakan Menjadi Undang-Undang.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 2008 tentang Penerapan Negara Bukan Pajak.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 94 Tahun 2010 tentang Perhitungan Penghasilan Kena Pajak dan Pelunasan Pajak Penghasilan Dalam Tahun Berjalan.
- Halim, Abdul. 2014. Perpajakan Konsep, Aplikasi, Contoh dan Studi Kasus Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Anita Damajanti, SE.Akt Msi. 2015. Pengaruh pengetahuan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Perorangan di Kota Semarang. 17(2):12-28.
- Drs. Tjejep Samsuri, M.Pd.2003.Kajian Teori, Kerangka Konsep dan Hipotesis dalam Penelitian. Makalah
- Dariansyah, D. (2018). Analisa Penerapan Perhitungan Rekonsoliasi Fiskal Terhadap Laporan Keuangan Komersial. Akuntabilitas, 11(2), 761–770.
- Erick, M. C. J., Miranda, G., Sandra, D., Argueta, E., Wachter, N. H., Silva, M., Valdez, L., Cruz, M., Gómez-Díaz, R. A., Casas-saavedra, L. P., De Orientación, R., Salud México, S. de. (2016).
- Fajar Ilmiyono, A., Pratama, R. A., Sunarta, K., & Hurriyaturrohmah. (2019). Analisis Rekonsiliasi Fiskal Terhadap Perhitungan Pajak Penghasilan Pada PT. Elangperdana Tyre Industry. Akuntabilitas, 1(1), 1–10.
- Fiktorrofiyah. (2014). Hipotesis Penelitian. Eureka Pendidikan, June, 1. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>
- Han, E. S., & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019). Kerangka Konsep Pengaruh Acceptance and Commitment Therapy terhadap Tingkat Depresi Pasien Diabetes Melitus di Puskesmas Karangasem I Tahun 2019. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.
- IAI. (1998). Psak 46 Akuntansi Pajak Penghasilan. 1, 1–25.
- Indonesia, R. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Kementerian Sekretariat Negara, 1–11.
- Marsella, S. (2018). PERAN PEMERINTAH DESA DALAM PENYALAHGUNAAN NARKOBA(DRUGS ABUSE) DI KALANGAN REMAJA (Studi Deskriptif di Desa Haurgelis Kecamatan Haurgeulis Kabupaten Indramayu). 54–79.
- Pemerintah Republik Indonesia, DEPKES, R., Negara, P., Pemerintah, P., Maiti, & Bidingger. (2018). Undang-Undang No 9 Tahun 2018 tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 1985 Tentang Jalan, 53(9), 1689–1699.
- Suryani, N. L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia), 2(3), 419.
- UU No. 36 Tahun 2008. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan.
- Wiwin, Indarti.2017.Penerapan Rekonsiliasi Fiskal Terhadap perhitungan PPh Badan Pada PDAM Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi.Bogor.
- Pajak.go.id. (2020, 04 Desember). Kepatuhan UMK,BDS dan Teori Perilaku. Diakses pada 04 Desember 2020, dari <https://www.pajak.go.id/id/artikel/kepatuhan-umkm-bds-dan-teori-perilaku>.
- Agoes, sukrisno. Estralita Trisnawati.2013.Akuntansi Perpajakan Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

ANALISIS DETERMINAN TINGKAT CASH HOLDING PERUSAHAAN PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019

Siti Masrifah¹, R. Bambang Dwi Wiryanto², Fauziyah³

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

*Koresponden : bambangdwi275@gmail.com²

ABSTRAK

Untuk menguji dan mendapati dampak dari tiap variabel terhadap peraturan *cash holding* (kas ditangan) di industri properti yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) 2015-2019 ialah tujuan penelitian ini. Sebanyak 20 perusahaan properti menjadi sampel dalam penelitian. Kajian data yang dimanfaatkan yaitu, regresi linier berganda menggunakan metode kuantitatif dengan program SPSS release 23.0. Hasil penelitian : (1) *cash flow*, *firm size*, dan *cash conversion cycle* secara parsial tidak berdampak signifikan pada *cash holding*; (2) *net working capital*, *growth opportunity*, *leverage*, dan *board size* secara parsial berdampak signifikan atas *cash holding*; (3) *cash flow*, *net working capital*, *firm size*, *growth opportunity*, *leverage*, *board size*, dan *cash conversion cycle* secara simultan berdampak pada *cash holding* (kas ditangan) perusahaan *property* dan *real estate* yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) 2015-2019.

Kata kunci: *Cash Holding*, *Net Working Capital*, *Cash flow*, *Growth Opportunity*, *Firm Size*

ABSTRACT

To test and find the impact of each variable on cash holding regulations in the property industry listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2015-2019 is the purpose of this research. A total of 20 property companies become samples in research. The study of the data utilized is, multiple linear regression using quantitative methods with SPSS release 23.0 program. The results of the research: (1) *cash flow*, *firm size*, and *cash conversion cycle* are partially no significant impact on *cash holding*; (2) *Net working capital*, *growth opportunity*, *leverage*, and *board size* partially impact on *cash holding*; (3) *Cash flow*, *net working capital*, *firm size*, *growth opportunity*, *leverage*, *board size*, and *cash conversion cycle* are simultaneously impacted by *cash holding* (cash-in) of property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2015-2019.

Keyword: *Cash Holding*, *Net Working Capital*, *Cash flow*, *Growth Opportunity*, *Firm Size*

PENDAHULUAN

Salah satu bidang yang memajukan ekonomi saat ini yaitu properti, dilihat dari tingginya tingkat investasi masyarakat dalam menanamkan modalnya pada bidang ini. Pesatnya investasi pada properti bukan hanya terjadi di kota besar saja, misalnya Jabotabek, akan tetapi juga pada daerah lain di luar pulau Jawa.

Berkaitan dengan masih tingginya minat investor untuk menginvestasikan dananya pada properti serta tingginya daya saing, maka perusahaan yang berkecimpung di bidang properti harus bisa mengendalikan anggaran dana untuk operasionalnya. Perhitungan yang tidak tepat menyebabkan perusahaan memiliki kinerja buruk. Sebagaimana terjadi pada semester 1 tahun 2019 yang lalu, di tengah-tengah lesunya sektor *property*, sebagian besar perusahaan *property* memperoleh progres negatif pada pos pendapatan. Akan tetapi, hal sebaliknya terjadi pada pos laba bersih, dimana mayoritas perusahaan *property* justru mendapatkan pertumbuhan laba positif, bahkan ada yang berbalik untung (CNBC Indonesia, 2019). Hal ini tidak terlepas dari strategi manajemen perusahaan dalam mengatur kebutuhan dana operasionalnya. Perusahaan-perusahaan yang mencatatkan pertumbuhan laba bersih karena benar-benar mampu membatasi penggunaan pendapatan untuk investasi.

Untuk mendorong minat investor dalam menginvestasikan modalnya, perusahaan properti dituntut menyandang likuiditas yang baik. Keterjagaan kas pada keuangan perusahaan dapat mengatasi masalah likuiditas perusahaan.

Mengacu pada uraian di atas, maka perusahaan harus mengestimasi tingkat cash holding (kas ditangan) dengan baik. Penentuan kas ditangan pada suatu perusahaan bisa disebabkan dari berbagai faktor. Faktor yang dapat menjadi determinan yang mempengaruhi tingkat kas ditangan suatu perusahaan diantaranya ialah arus kas, modal kerja bersih, ukuran perusahaan, peluang tumbuh, *leverage*, *board size*, dan arus konversi kas.

TINJAUAN PUSTAKA

Beberapa riset terdahulu dapat dikaji seperti dibawah :

1. Abdillah & Kusumastuti (2014)

Menyatakan bahwa ukuran perusahaan (*firm size*), pembayaran dividen (*dividend payment*) dan ukuran dewan (*board size*) memiliki dampak yang signifikan pada *corporate cash holding*.

2. Masood dan Shah (2014)

Menyatakan bahwa kepemilikan direksional dan ukuran dewan (*board size*) berdampak negatif pada *cash holding* perusahaan.

3. Senjaya dan Yadnyana (2015)

Menyatakan bahwa CCC, komisaris independen dan kepemilikan kelembagaan tidak berdampak pada *cash holdings*.

4. Suherman (2017)

Hasil dari penelitian ialah modal kerja bersih dan *sales growth* berdampak positif signifikan atas *cash holdings*, sebaliknya *ukuran perusahaan* mempunyai dampak negatif signifikan. Sementara *cash flow*, *CF variability*, *CCC*, *liquidity*, dan *leverage* tidak berdampak atas *cash holding*.

5. Wijaya dan Bangun (2019)

Hasil dari riset menunjukkan bahwa arus kas berdampak positif signifikan dan *leverage* berdampak negatif signifikan akan *cash holding*, dan ukuran perusahaan tidak berdampak signifikan atas *cash holding*.

Determinan menurut KBBI (2016: 348) berarti sebagai variabel yang menentukan. Riset ini dibatasi pada *cash flow*, *cash conversion cycle*, ukuran perusahaan, growth opportunity, *leverage*, *board size*, dan *NWC*.

1. CHD

Kas ditangan adalah kas yang tersaji ataupun ditangguhkan di perusahaan dan digunakan untuk mendanai kebutuhan operasional, dana yang tidak terduga, dan investas perusahaan. Formula yang digunakan untuk menghitung :

$$CHD = \frac{\text{Kas dan setara kas}}{\text{Total Aset} - \text{Kas dan Setara Kas}}$$

2. Arus Kas (CF)

Arus kas ialah arus masuk dan keluar kas atau setara kas pada perusahaan. Rumus untuk menghitung :

$$CF = \frac{\text{labra setelah pajak} + \text{deprentasi}}{\text{totalaset} - \text{kas dan setara kas}}$$

3. Net Working Capital

Anwar (2019:30) mengemukakan: "Modal Kerja Bersih ialah jumlah atau total aktiva lancar dikurangi dengan total utang lancarnya." Rumus untuk menghitung :

$$NWC = \frac{(\text{Net Current Assets} - \text{Cash and Cash Equivalents})}{(\text{Total Assets} - \text{Cash and Cash Equivalents})}$$

4. Size (Fs)

Ukuran perusahaan ialah skala pengukur dari makro maupun mikro suatu perusahaan dengan ketentuan tertentu dan akan berdampak atas besar kecilnya aliran kas operasional perusahaan. Rumus yang digunakan :

$$\text{Size} = \text{Ln Total Assets}$$

5. Growth Opportunity

Peluang tumbuh (*Growth opportunity*) dapat dilihat sebagai kapabilitas suatu perusahaan untuk tumbuh maju di masa datang Rumus yang digunakan mengukur :

$$\text{Growth Opportunity} = \frac{\text{Total Asset tahun} - \text{Total Asset tahun} - 1}{\text{Total Asset tahun}}$$

6. Leverage

Leverage ialah penggunaan dana pinjaman oleh perusahaan guna meningkatkan hasil dari aktivitas investasi. Rumus untuk menghitung :

$$\text{Leverage} = \frac{(\text{Total Hutang})}{(\text{Total Assets} - \text{Kas dan Setara Kas})}$$

7. Board Size

Ukuran dewan merupakan total anggota dewan direksi dan komisaris dalam sebuah perusahaan. Rumus untuk menghitung :

$$\text{Board Size} = \text{jumlah dewan direksi di dalam perusahaan}$$

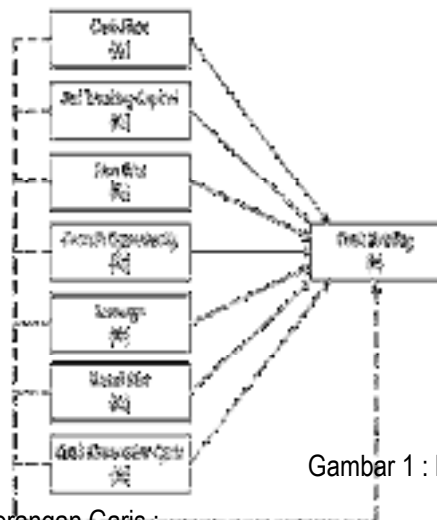
8. CCC

Siklus konversi kas (*cash conversion cycle*) ialah metrik yang digunakan untuk menghitung kesanggupan perusahaan untuk mengubah kas yang perusahaan miliki menjadi barang yang bisa dijual atau mendapatkan kas kembali. Rumus menghitung :

$$\text{CCC} = \text{number of days accounts receivable} + \text{number of days inventory} - \text{number of days accounts payable}$$

KERANGKA KONSEPTUAL

Untuk memperjelas hubungan dari variabel, kerangka konseptual bisa digambarkan seperti berikut :



Gambar 1 : Kerangka Konseptual

Keterangan Garis :

- > : Pengaruh Simultan
- > : Pengaruh Parsial

HIPOTESIS

Spekulasi riset menunjukan informasi :

1. CF, NWC, ukuran perusahaan (firm size), peluang tumbuh (growth opportunity), leverage, board size, dan siklus konversi kas secara parsial berdampak pada kas ditangan.
2. Arus kas, Modal kerja bersih, firm size, peluang tumbuh, leverage, board size, dan siklus konversi kas secara simultan berdampak pada kas ditangan.

METODE

Jenis penelitian ini tergolong pada pengkajian kuantitatif. Teknik *purposive sampling* ialah cara pengutipan sampel yang digunakan. Basis data yang digunakan sekunder dengan metode dokumentasi berupa laporan keuangan perusahaan properti yang tercantum pada Bursa Efek Indonesia 2015-2019.

HASIL

1. Dampak Arus kas pada Kas ditangan.

Hasil uji t, diperoleh nilai (*Sig.*) = 0,126 > 0,05, sehingga arus kas secara parsial tidak berdampak signifikan pada kas ditangan (*cash holding*).

2. Dampak *Net Working Capital* pada Kas ditangan

Hasil uji t, diperoleh nilai (*Sig.*) = 0,029 < 0,05, sehingga *Net Working Capital* secara parsial berdampak signifikan pada kas ditangan.

3. Dampak ukuran perusahaan pada *Cash Holding*

Hasil uji t, didapat (*Sig.*) = 0,744 > 0,05, sehingga *Firm size* secara parsial tidak berdampak signifikan pada *cash holding*.

4. Dampak *Growth Opportunity* pada kas ditangan

Hasil uji t, diperoleh nilai (*Sig.*) = 0,048 < 0,05, sehingga *growth opportunity* secara parsial berdampak signifikan pada *cash holding*.

5. Dampak *Leverage* pada kas ditangan

Hasil uji t, didapati (*Sig.*) = 0,000 < 0,05, sehingga *leverage* secara parsial berdampak signifikan pada *cash holding*.

6. Dampak *Board Size* pada kas ditangan

Hasil uji t, diperoleh nilai (*Sig.*) = 0,022 < 0,05, sehingga *board size* secara parsial berdampak signifikan pada kas ditangan.

7. Dampak konversi arus kas pada *Cash Holding*

Hasil uji t, diperoleh nilai (*Sig.*) = 0,178 > 0,05, sehingga *cash conversion cycle* secara parsial tidak berdampak signifikan pada *cash holding*.

8. Hasil uji F, nilai (*Sig.*) = 0,001 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Menunjukkan bahwa arus kas (*cash flow*), modal kerja bersih (*net working capital*), ukuran perusahaan (*firm size*), peluang tumbuh, *leverage*, *board size*, dan konversi arus kas secara simultan berdampak pada *cash holding*.

SIMPULAN

Kesimpulan kajian ini adalah :

1. Arus kas, Ukuran perusahaan, dan Konversi arus kas secara parsial tidak berdampak signifikan pada *cash holding*.
2. Modal kerja bersih, Peluang tumbuh, *Leverage*, dan *Board size* secara parsial berdampak signifikan pada *CFH*.
3. Arus kas (*cash flow*), Modal kerja bersih, Ukuran perusahaan, Peluang tumbuh, *Leverage*, *Board Size*, dan Konversi arus kas secara simultan berdampak signifikan pada *Cash Holding*.

IMPLIKASI

Penelitian ini menyampaikan penjelasan terkait variabel yang memiliki dampak pada tingkat *cash holding*, tiap variabel nantinya harus diperhatikan oleh perusahaan agar penetapan *cash holding* dapat dilakukan dengan baik

Kedepannya untuk riset berikutnya dapat memasukkan faktor lain yang tampaknya juga berdampak pada kas ditangan (*cash holding*).

Contohnya: *capital expenditure*, *profitabilitas*, *Corporate Governance*, nilai perusahaan, *dividend payment*.

KETERBATASAN PENELITIAN

Hasil riset ini memiliki dependensi, yaitu :

1. Subjek membatasi meneliti pada tahun 2015-2019 berdasarkan data perusahaan yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia
2. Terbatasnya sampel penelitian.
3. Menggunakan data sekunder yang dalam proses input mungkin terjadi banyak kesalahan.

DAFTAR RUJUKAN

Bursa Efek Indonesia. 2020. *Anggota Bursa & Partisipan*. Diakses dari <http://www.idx.co.id>. pada Maret 2020.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Sembilan. Semarang: Universitas Diponegoro.

Gujarati. 2018. *Ekonometrika Dasar*. Edisi Bahasa Indonesia. Penerjemah Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga.

Hartono, Jogiyanto. 2013. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.

Kasmir. 2014. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Keown, A. J., Martin, F. D. Petty, J. W., dan Scott, D. F. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.

- Noor, Juliansyah. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Riyanto, Bambang. 2015. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*. Edisi keempat. Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Sugeng, Bambang. 2019. *Manajemen Keuangan Fundamental*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Abdillah, Fajar dan Kusumastuti, Retno. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Board Size Terhadap Corporate Cash Holding. *Jurnal FISIP UI*. Vol. 1. No. 2. hal. 1-18.

Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Kualitas Produk, Dan Tenaga Kerja Langsung Terhadap Efisiensi Biaya Produksi Pada PT. Albea Rungkut Surabaya

Erika Dwi Retnowati¹, Bambang Dwi Waryanto², Nurdina³

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

Koresponden: nurdina@unipasby.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas bahan baku, kualitas produk & tenaga kerja langsung terhadap efisiensi biaya produksi pada PT. ALBEA Surabaya. Variabel independen yang digunakan ialah kualitas bahan baku, kualitas produk, & tenaga kerja langsung. Sedangkan variabel dependen yang digunakan ialah efisiensi biaya produksi. PT. ALBEA di Rungkut Surabaya ialah populasi dan sampel yang dipakai dalam penelitian tersebut difokuskan pada kualitas bahan baku, kualitas produk, & tenaga kerja langsung. Analisis yang dipakai ialah analisis regresi linier berganda. Kesimpulan yang diambil dari analisis ialah kualitas bahan baku tidak memiliki pengaruh secara parsial dengan efisiensi biaya produksi, kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap efisiensi biaya produksi, & tenaga kerja langsung memiliki pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi. Secara simultan dari ketiga variabel independen yaitu kualitas bahan baku, kualitas produk, & tenaga kerja langsung memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu efisiensi biaya produksi.

Kata kunci : Kualitas Bahan Baku, Kualitas Produk dan Tenaga Kerja langsung.

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of the quality of raw materials, product quality & direct labor on the efficiency production costs at PT. ALBEA Surabaya. The independent variables used are the quality of raw materials, product quality, and direct labor. While the dependent variable used is the efficiency of production costs. PT. ALBEA in Rungkut Surabaya is the population & sample used in this study focused on the quality of raw materials, quality, & direct labor. The analysis used is multiple linear regression analysis. The conclusion drawn from the analysis is that the quality of raw materials does not have partial effect on production cost efficiency, product quality has a partial effect on production cost efficiency, & direct labor has an effect on production cost efficiency. Simultaneously, the three independent variables, namely the quality of raw materials, product quality, and direct labor have an influence on the dependent variable, namely the efficiency of production costs.

Keywords: Quality of Raw Materials, Quality of Products & Direct Labor.

PENDAHULUAN

Sejalan Dengan perkembangan ekonomi negara,kegiatan bisnismenjadi semakinkompetitif untuk mendapatkan pangsa pasar yang maksimal.Persaingansemakinketat dengan munculnya perusahaan baru yang menawarkan berbagai macam produk.Perkembangan duniasaha yang semakin pesat, dan kondisi ekonomiglobal yang semakin berubah, yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kondisi perusahaan. Pemimpinbisnis harus mengikuti setiap aspek lingkungan mereka untuk bertahan hidup. Lugina (2016)

Dini Lies Setyowati (2010) “menjelaskan”bahwa Variabel 1 danVariabel 2 berpengaruh terhadap efisiensi biaya produksi. Data digunakan selama 3 tahun dari Januari 2007 sampai Desember 2009. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan ObjectiveSamplingdananalisisnya menggunakan analisis regresi linier berganda dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwaterjadi kualitas bahan baku dan kualitas produk.Padawaktu bersamaan. Dampak pada profitabilitas produksi.

PT. ALBEA Rungkut Surabaya adalah produsen kosmetik halal yang menawarkan compacts,lipstik,lipbalm,botol,tabung,pompa,wadah bedak,eyeliners,primer, paket aksesoris kecantikan dan paket resep lainnya. Keterbatasan yang dihadapioleh perusahaan pada profitabilitas produksi menyangkut kualitas bahan baku, kualitas produk mereka dan tenaga kerja langsung.

Variabel dalam penelitian ini dijelaskan dengan adanya bahan baku berkualitas tinggiyang memberikan produksi berkualitastinggi.Kualitas produk yang dihasilkan merupakan keberhasilan perusahaan dalam mengolahbahan-bahan tersebut dan tergantung dari upaya penelitian perusahaantersebut.Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan dipilih dengancermat. Semakin tinggi kualitas bahan baku dan produk,semakin tinggi kualitas produk dan semakin sedikit kesalahan yang terjadidalam proses manufaktur dan remanufaktur. Untuk hasil yang baik kami jugamemiliki orang-orang seperti staf produksi untuk mendukung proses produksi. Jika proses produksi tepat, teliti dan efisien maka hasil produksi akan sangat efisien Cicilia Meika (2015)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kontradiksi dan konflik yangberhubunganlangsung dengan tenaga kerja dalam hal kualitas bahan baku, kualitas produk dan efisiensi biaya produksi yang menjadi perhatian dalam pelaksanaan proyek. Saat ini sedang dipelajari dan hasil baru ini baru dan seharusnya menjadi menarik bagi peneliti. melakukan penelitian tentang kualitas bahan baku, kualitas produk dan tenaga kerja langsung. Jadi jika kualitas bahan baku, kualitas produk dan tenaga kerja secara langsung mempengaruhi efisiensi biaya produksi PT, maka rumusan masalahnya dapat dikemukakan. ALBEA Rungkut Surabaya.

Berdasarkan interpretasi tersebut, tentukan apakah masalah, kualitas bahan baku, kualitas produk dan tenaga kerja yang diteliti dalam penelitian ini berpengaruh langsung terhadap efisiensi biaya produksi? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas bahan baku, kualitas produk dan efisiensi biaya tenaga kerja langsung produksi .

Metode Penelitian

Populasi,Sampel& Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif, datanya ialah data primer. Populasi dalam riset ini seluruh karyawan produksi PT.ALBEA. Sampel yang digunakan terdiri dari 100 karyawan produksi. waktu penelitian & segala persiapan, pelaksanaan& pelaporan akan dilaksanakan pada bulan Okt 2020 - April 2021.

Jenis, Sumber Data & Teknik Pengumpulan Data

Jenis riset ini ialah penelitian kuantitatif. Sumber data dalam riset ini merupakan data primer yaitu kuesioner diberikan secara manual di lakukan di perusahaan. Teknik pengumpulan datamemakai kuesioner& dihitung menggunakan skala interval.

Teknik Analisis Data& Hasil Penelitian

Metode yang dipakai untuk riset ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik (uji normalitas,ujimultikolinearitas, uji Heteroskedastisitas), Uji Regresi Linier Berganda & Uji Hipotesis (Uji Determinasi, Uji F, Uji T)

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Dari hasil uji validitas terbukti bahwa keseluruhan butir pertanyaan menunjukkan r hitung > r tabel yaitu (0,196). Dapat disimpulkan keseluruhan butir pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

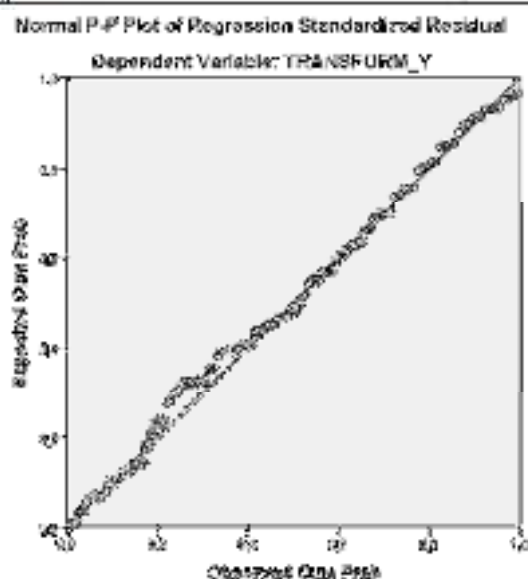
2. Uji Reliabilitas

Dari hasil uji reliabelitas keseluruhan variabel dalam penelitian menunjukkan nilai cronbach's alpha lebih tinggi dari r tabel (0,196). Disimpulkan keseluruhan variabel dalam riset ini yaitu reliabel.Nilai cronbach's alpha pada kualitas bahan baku yaitu (0,555), nilai cronbach's alpha kualitas produk (0,444), nilai cronbach's alpha tenaga kerja langsung (0,428) &nilai cronbach's alphaefisiensi biaya produksi (0,546).

3. Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.66944620
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.033
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.677
Asymp.Sig. (2-tailed)		.749



Hasil uji normalitas memiliki nilai sig 0,749 (>5%), maka bisa disimpulkan data berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

4. Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1.	(Constant)		
	X1	.721	1.387
	X2	.798	1.253
	X3	.637	1.571

Hasil uji multikolinieritas variabel independen menunjukkan nilai VIF yang dimana nilai tersebut <10, sehingga disimpulkan bebas dari multikolinieritas.

5. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5
Hasil uji Heteroskedastisitas
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.000	3	.000	.000	1.000 ^a
	Residual	44.368	96	.462		
	Total	44.368	96			

Hasil nilai sig dari ketiga variabel menunjukkan sig > 0,05 disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas(Ghozali, 2018).

6. Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	70,357	1,448		48,591	.000
	X1	-.026	.034	-.051	-.759	.450
	X2	.077	.026	.188	2.951	.004
	X3	-.391	.032	-.870	-12.213	.000

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS versi 25, diperoleh hasil persamaan regresi berikut :

$$Y=70,357+(-0,026) X1 + 0,077 X2 + (-0,391)X3 + e$$

Dari hasil yang didapat dari persamaan di atas bahwa variabel independen terhadap variabel dependen.

7. Uji Determinasi

Tabel 7

Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,831 ^a	0,690	0,681	0,27993

Hasil Adjusted R ialah 0,681 berarti bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen memberi nilai 0,681 yang dapat dijelaskan bahwa variabel dependen 68,1%. Sisanya 31,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam riset ini (Ghozali,2018)

8. Uji F

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	71,288	,000 ^a
	Residual		
	Total		

Hasil uji F ditemukan nilai sig yaitu sebesar 0,000 atau mempunyai nilai < 5% sehingga disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel independen secara simultan pada variabel dependen (Ghozali,2018).

9. Uji T

Tabel 8
Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	70.357	1.448		48.591	.000
X1	-.026	.034	-.051	-.739	.450
X2	.077	.026	.186	2.951	.004
X3	-.381	.032	-.870	-12.213	.000

Hasil diperoleh nilai t hitung kualitas bahan baku sebesar -0,759 & nilai sig dari kualitas bahan baku sebesar 0,450. Kualitas produk mempunyai nilai t hitung sebesar 2,951 & nilai sig dari kualitas produk sebesar 0,004. Tenaga kerja langsung memiliki nilai t hitung sebesar -12,213 & nilai sig dari tenaga kerja langsung sebesar 0,000. Ketiga nilai sig (sig < 5% dan sig > 5%) bisa disimpulkan bahwa kualitas produk & tenaga kerja langsung ada pengaruh sig pada efisiensi biaya produksi. Sedangkan kualitas bahan baku tidak ada pengaruh pada efisiensi biaya produksi.

PEMBAHASAN

4.3.1 Pengaruh kualitas bahan baku terhadap efisiensi biaya produksi pada PT. Albea

Hasil hipotesis diperoleh bahwa nilai *unstandardized coefficient* sebesar -0,026 & nilai sig sebesar 0,450. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas bahan baku tidak ada pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi. Hal ini selaras samariset terdahulu yang dilakukan oleh Cicilia Meika (2015) menjelaskan bahwa kualitas bahan baku tidak berpengaruh pada efisiensi biaya produksi.

4.3.2 Pengaruh kualitas produk terhadap efisiensi biaya produksi pada PT. Albea

Hasil hipotesis diperoleh nilai *unstandardized coefficient* sebesar 0,077 & nilai sig sebesar 0,004. Disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh pada efisiensi biaya produksi. Hal ini sama dengan

penelitian terdahulu yang dilakukan Dini Lies Setyowati(2010) yang menjelaskan bahwa secara Parsial pada kualitas produk ada pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi dan kualitas bahan baku berpengaruh secara tertentu terhadap efisiensi biaya produksi.

4.3.3 Pengaruh tenaga kerja langsung terhadap efisiensi biaya produksi pada PT. Albea

Hasil hipotesis diperoleh nilai *unstandardized coefficient* sebesar -0,391 & nilai sig sejumlah 0,000. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa tenaga kerja langsung ada pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi. Hal tersebut selaras dengan riset terdahulu yang dilakukan oleh Ema Dian (2019) yang menjelaskan bahwa tenaga kerja langsung secara parsial ada pengaruh pada efisiensi biaya produksi.

4.3.4 Pengaruh kualitas bahan baku, kualitas produk dan tenaga kerja langsung terhadap efisiensi biaya produksi pada PT. Albea

Dari tabel diatas diperoleh hasil nilai kualitas bahan baku, kualitas produk, & tenaga kerja langsung secara simultan mempengaruhi variabel efisiensi biaya produksi dengan nilai F hitung 71,288 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,70 dengan tingkat sig 0,000 < 5% berarti bahwa hipotesis diterima, artinya variabel kualitas bahan baku, kualitas produk & tenaga kerja langsung ada pengaruh sign. secara simultan terhadap variabel efisiensi biaya produksi.

Riset ini terdahulu yang dilakukan oleh Dini Lies Setyowati (2010) bahwa kualitas bahan baku dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap efisiensi biaya produksi & riset Muhammad Satar dan Adi Israndi (2019) Hasil penelitian pada kualitas produk, kualitas bahan baku secara simultan berpengaruh terhadap efisiensi biaya produksi. Adapun riset Sulis Rahmawati (2014), yang meneliti "pengaruh biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung terhadap efisiensi biaya produksi kapal PT.DOK dan Perkapalan Surabaya".

KESIMPULAN

1. Variabel kualitas bahan baku (X1) terbukti tidak memiliki pengaruh, dilihat dari nilai sig 0,450 > 5%. Disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh secara parsial antara variabel kualitas bahan baku terhadap efisiensi biaya produksi pada PT. Albea. Hal ini diartikan kualitas bahan baku yang digunakan menurut perusahaan memenuhi standar perusahaan. Dengan tidak berpengaruhnya kualitas bahan baku terhadap efisiensi biaya produksi, maka perusahaan sebaiknya tetap menjaga kualitas dari bahan baku agar biaya yang dikeluarkan lebih efisien.
2. Variabel kualitas produk (X2) terbukti memiliki pengaruh, dilihat dari nilai sig sejumlah 0,004 < 5%. Disimpulkan bahwa secara individu terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap efisiensi biaya produksi pada PT. Albea. Hal ini merupakan hasil produk tersebut menjadi patokan perbaikan yang terus menerus untuk menjadi acuan lebih baik. Jika, tanpa melihat kualitas produk yang dihasilkan, maka perusahaan tidak akan memenuhi suatu tujuannya. Sehingga, perusahaan akan menghasilkan produk yang lebih rendah kualitasnya.
3. Variabel tenaga kerja langsung (X3) terbukti memiliki pengaruh, dilihat dari nilai sig sejumlah 0,000. Disimpulkan bahwa ada pengaruh secara individu antara variabel tenaga kerja langsung terhadap efisiensi biaya produksi pada PT. Albea. Hal ini diartikan tenaga kerja ialah aspek penting yang terdapat dalam struktur ekonomi suatu perusahaan maupun sebuah organisasi. Semakin meningkat pada tenaga kerja seperti karyawan proses produksi, maka akan memberi peluang untuk meningkatkan produksi yang dihasilkan. Apabila adanya kenaikan tenaga kerja, maka pendapatan yang di hasilkan akan mempengaruhi pada biaya produksi.
4. Variabel kualitas bahan baku (X1), kualitas produk (X2) & tenaga kerja langsung (X3) terbukti secara simultan terdapat pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi. Dilihat dari nilai F hitung 71,288 > F tabel 2,70 dengan tingkat sig 0,000 < 5%. Dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh secara simultan antara variabel kualitas bahan baku, kualitas produk & tenaga kerja langsung terhadap efisiensi biaya produksi PT. Albea. Hal ini diartikan pengendalian biaya produksi dikatakan efisien apabila perusahaan dalam menjalankan kegiatannya untuk

memperoleh hasil dengan pembelian secara efisien (pembelian bahan, peralatan, perbaikan, dll) untuk menghasilkan pendapatan yang maksimal (penjualan produk).

IMPLIKASI

Penelitian ini secara keseluruhan belum mengandung teori yang disampaikan sebelumnya. Dari hasil penelitian diperoleh kualitas bahan baku tidak ada pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi. Sedangkan kualitas produk & tenaga kerja langsung ada pengaruh terhadap efisiensi biaya produksi. Sehingga diharapkan dari penelitian ini dapat menambah literatur di bidang efisiensi biaya produksi. Peneliti selanjutnya disarankan memperluas wawasan untuk mendapatkan hasil kuesioner yang lebih luas, agar lebih jelas pengaruhnya secara nyata pada masing-masing variabel independen dan dependen.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang harus diperhatikan yaitu :

1. Penelitian tersebut hanya ada tiga variabel terhadap efisiensi biaya produksi, dan masih banyak lagi variabel yang mampu mendukung untuk mempengaruhi efisiensi biaya produksi.
2. Jumlah sampel dalam penelitian ini hanya 100 responden kuesioner

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Israndi., & Muhammad, Satar. (2019). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Efisiensi Biaya Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada CV. Granville. Akuntansi Fakultas Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*. Universitas Nurtanio Bandung. Publikasi pada tanggal 10 Februari 2020. 10(3),89-101, September-desember 2019.
- Anggraini., & Fitria Fibri. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Sentral Celluler Pusat Grosir Perdana dan Aksesoris. Wonocol. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. 7(9), 2019.
- Argo, P., P. Harahap. (2019). Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan *Factory Overhead Cost* Terhadap Peningkatan Hasil Produksi Pada Perusahaan Kecil Industri Tahu Tempe Di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas. Putera Batam. 12(8), Oktober 2019
- Cicilia, Meika. (2015). Efisiensi Biaya Produksi Ditinjau Dari Kualitas Bahan Baku Dan Kuantitas Produk Cacat Pada PT. Pg Toelangan (Tulangan-Sidoarjo). *Jurnal bisnis dan manajemen*. Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN". 5(13),21 april 2015
- Ema, Dian, Verdiana. (2019). Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Efisiensi Biaya Produksi Pada Pabrik Gula Modjopanggoong Kabupaten Tulungagung Periode 2016 – 2018. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Jurusan Akuntansi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. 4(6),April 2019.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro
- Lugina, (2016). Pengaruh Penerapan *Just In Time (Jit)* Dan *Total Quality Management (Tqm)* Terhadap Efektivitas Penentuan Harga Pokok Produksi. . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Pasundan Bandung. 4(13), 2016
- Muslich, Ansori., & Sri Iswati (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Surabaya, UNAIR Hal.92.

- Nur, Aksin. (2018). Upah dan Tenaga Kerja (Hukum Ketenagakerjaan dalam Islam). *Jurnal Meta Yuridis* 1(2). Fakultas Teknik dan Informatika Universitas PGRI Semarang
- Roher, Theresia Detty Natalo. (2016). Pengaruh Biaya bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Efisiensi Biaya Produksi pada PT. Anggrek Hitam. FE Akuntansi, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas. Batam.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta,Cv.
- Sugiyono (2017). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. CAPS (Center of Academic Publishing Service): Yogyakarta.
- Setyowati, Dini Lies. (2010). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Kualitas Produk Terhadap Efisiensi Biaya Produksi pada PT.Warnatama Cemerlang. *Jurnal Ekonimi Bisnis dan Manajemen*, FE UPN (Veteran) Jawa Timur.

PENGARUH CORPORATE SOSIAL RESPONBILLITY, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, DAN DEBT TO EQUITY RATIO TERHADAP RETURN TO ASSET

*(Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Food And Bevarage Tahun 2019-2020
Yang Terdaftar Di BEI)*

Syelbi Annas Sabila¹, Moh Afrizal Miradji², Bayu Adi³
Universitas PGRI di Buana Surabaya^{1,2,3}
Koresponden: afrizal@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR, KM dan DER secara parsial dan simultan terhadap ROA pada perusahaan manufaktur sub sektor food nd beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020. Metode penelitian menggunakan jenis penelitian metode kuantitatif. populasi dalam penelitian ini dalah Laporan Keuangan Perusahaan food nd beverage di BEI 2019-2020, sampel sebanyak 26 perusahaan dengan teknik pengambilan sampling purposive sampling. Sumber data yaitu data sekunder dari laporan keuangan. analisa data menggunakan nalisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara parsial dan simultan Corporate social responsibility, Kepemilikan Manajerial dan Debt to Equity Ratio berpengaruh terhadap Return On assets pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020.

ABSTRACT

This study ims to find out the partial and simultaneous influence of CSR, KM and DER on ROA on food nd beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2019-2020. The research method using quantitative. population method research in this study is the Financial Report of food nd beverage companies in IDX 2019-2020, sample of 26 companies with purposive sampling techniques. The data source is secondary data from financial statements. Data nalysis using multiple linear regression nalysis. The results concluded that partially nd simultaneously Corporate social responsibility, KM and Debt to Equity Ratio effect Return On assets in food and beverage sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2019-2020

PENDAHULUAN

Dewasa ini pertumbuhan ekonomi pada kuartal I 2020 melambat karena tertahannya konsumsi masyarakat. Kondisi ini turut berdampak pada penurunan kinerja keuangan beberapa perusahaan konsumen besar yaitu perusahaan manufaktur, sub sektor Food and Beverage. Menurut BPS (2020) Ekonomi Indonesia kuartal I 2020 hanya tumbuh 5,07% dibandingkan periode sama tahun lalu atau tumbuh negatif 0,52% dibandingkan kuartal sebelumnya. Salah satu penyebab ekonomi tumbuh tidak maksimal adalah melambatnya pertumbuhan konsumsi rumah tangga karena pandemi Covid 19.

Imbas dari konsumsi masyarakat yang tertahan juga dirasakan oleh beberapa emiten atau perusahaan publik yang bergerak di sektor konsumen. Secara umum, kinerja emiten sektor konsumen masih tumbuh. Namun, kinerja beberapa perusahaan besar khususnya yang bergerak di industri makanan dan minuman justru turun pada kuartal I 2019. Dari beberapa emiten yang memiliki

kapitalisasi besar di sektor konsumen, terlihat subsektor yang masih tumbuh positif adalah industri rokok yang dimotori oleh H.M. Sampoerna (HMSP) dan Gudang Garam (GGRM). Dua produsen rokok ini mencatatkan pertumbuhan laba masing-masing 8,24% dan 24,48%. (idx.com 2020. Sedangkan untuk sub-sektor makanan dan minuman, yang masih tumbuh positif disokong oleh Grup Indofood, yaitu Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dan Indofood

CPB Sukses Makmur Tbk (ICPB) dengan pertumbuhan laba 13,5% dan 10,24%. Selanjutnya, perusahaan menengah ke bawah seperti Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ), Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), dan Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) (Market.bisnis.com, 2020).

Industri manufaktur merupakan industri yang mendominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan manufaktur dapat dikelompokkan menjadi beberapa sub kategori industri. Banyaknya perusahaan dalam industri dan kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan. Dengan demikian, hal ini membuat setiap perusahaan berusaha seoptimal dan semaksimal mungkin untuk meningkatkan kinerjanya, yaitu mencapai laba yang tinggi, apapun strategi yang dilakukan tujuannya adalah untuk meningkatkan laba. Dari laba yang diperoleh perusahaan akan bertahan bahkan semakin tumbuh dan mengalami kemajuan apabila mampu bersaing serta meningkatkan kinerjanya (Priatna, 2016)

Untuk mengukur laba (profit) dapat dilakukan dengan rasio profitabilitas, Analisis profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, baik dalam hubungannya dengan Pendapatan, assets, maupun modal sendiri. Jadi hasil profitabilitas dapat dijadikan sebagai tolak ukur ataupun gambaran tentang efektivitas kinerja manajemen ditinjau dari keuntungan yang diperoleh dibandingkan dengan hasil pendapatan dan investasi perusahaan (Khasmir, 2016).

Salah satu rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan adalah Return On Assets (ROA). ROA yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya jika ROA negatif menunjukkan total aktiva yang digunakan tidak memberikan keuntungan. Informasi dari laporan keuangan tersebut mempunyai fungsi selain sebagai sarana informasi juga sebagai alat pertanggung jawaban manajemen kepada pemilik perusahaan dan gambaran indikator keberhasilan perusahaan serta bahan dalam pertimbangan pengambilan keputusan. Para investor biasanya menggunakan informasi tersebut sebagai tolak ukur dalam melakukan transaksi jual - beli saham suatu perusahaan (Harahap, 2017).

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan yaitu Corporate Social Responsibility, karena stakeholder theory berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu bentuk tanggung jawab kepada para stakeholder. Rustiarini (2015) menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi corporate social responsibility sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan merespon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Hal ini menunjukkan bahwa selain melihat kinerja keuangan, pasar juga memberikan respons yang positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan (Yuniasih & Wirakusuma, 2019). Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi seharusnya melaksanakan corporate social responsibility secara transparan. Namun kenyataannya masih banyak perusahaan yang belum melaksanakannya secara transparan. Masyarakat berharap perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor dan manajemen, tetapi juga pada masyarakat yang lebih luas

Selain pengungkapan CSR, isu lain yang diduga memperkuat pengaruh kinerja keuangan adalah kepemilikan manajerial. Dengan memiliki bagian saham dalam suatu perusahaan, keinginan dan

kepentingan manajer yang pada dasarnya berbeda dapat disatukan dengan keinginan dan kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri. Melalui kepemilikan manajerial manajer ikut merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan ikut pula menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan (ROA) yaitu Rasio leverage merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya. Dalam penelitian ini, rasio *leverage* yang akan digunakan adalah DER (Debt to Equity Ratio). DER merupakan rasio yang membandingkan antara total hutang dengan total modal. Rasio ini digunakan oleh para investor untuk melihat besarnya hutang perusahaan apabila dibandingkan dengan jumlah ekuitas perusahaan. Semakin tinggi angka rasio DER maka semakin besar hutang yang dimiliki oleh perusahaan dan semakin besar pula kewajiban yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Para investor cenderung menyukai perusahaan dengan tingkat DER yang rendah (Tandelilin, 2016).

Berdasarkan fenomena di Bursa Efek Indonesia, sub-sektor makanan dan minuman, yang masih tumbuh positif disokong oleh Grup Indofood, yaitu Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dan Indofood CPB Sukses Makmur Tbk (ICPB) dengan pertumbuhan laba 13,5% dan 10,24%. Selanjutnya, perusahaan menengah ke bawah seperti Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ), Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), dan Sariguna Primatirta Tbk (CLEO). Di sisi lain, terjadi penurunan laba pada beberapa emiten makanan dan minuman dengan kapitalisasi pasar (market cap) besar, bahkan yang menjadi market leader di sektornya. Sebut saja Unilever Indonesia Tbk (UNVR), Mayora Indah Tbk (MYOR), dan Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD). Laba bersih ketiga emiten tersebut turun masing-masing sebesar 4,37% untuk UNVR, 0,51% untuk MYOR, dan paling besar dialami GOOD mencapai 19,9%. Menurunnya kinerja emiten subsektor makanan dan minuman juga sesuai dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) (2020) mengenai pertumbuhan ekonomi sektor industri manufaktur, khususnya industri makanan dan minuman.

Pada kuartal I 2019, sektor industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 6,77 %. Meski tumbuh lebih tinggi dibandingkan kuartal IV 2018 yang hanya 2,74%, pertumbuhan kuartal pertama tahun 2019 ini merupakan yang terendah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya yang menyentuh 4 angka 8 hingga 12%. Perlambatan sektor makanan dan minuman ini sudah dirasakan setidaknya sejak pertengahan tahun 2018 lalu. Pertumbuhan sektor ini berturut-turut menurun sejak mencapai level tertinggi pada kuartal IV 2017 dengan pertumbuhan 13,77%. Menilik data lebih jauh, penurunan laba UNVR juga disebabkan oleh anjloknya penjualan dari segmen makanan dan minuman. Segmen ini hanya berhasil membukukan penjualan sebesar Rp 3,1 triliun atau turun sekitar 8,8% dibandingkan perolehan tahun lalu yang mencapai Rp 3,4 triliun. Segmen makanan dan minuman memberikan kontribusi 29% terhadap penjualan UNVR secara keseluruhan. Sedangkan segmen kebutuhan rumah tangga pada UNVR masih tumbuh tipis 2,7% dibanding tahun sebelumnya. Pada kuartal I 2019, penjualan segmen ini mencapai Rp 7,4 triliun dan menyumbang 71% dari total penjualan. Hal berbeda dialami dua emiten lainnya, MYOR dan GOOD yang juga mengalami penurunan laba namun disebabkan faktor lain. Peningkatan beban usaha yang lebih tinggi dari pertumbuhan penjualan yang akhirnya menggerus laba kedua perusahaan ini (idx.com. 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul skripsi "*Pengaruh Corporate Sosial Responbillity , Kepemilikan manajerial, dan Debt To Equity Ratioterhadap Return On Assets* (Studi empiris pada perusahaan sub sektor Food and Beverage tahun 2019-2020 yang terdaftar di BEI)"

METODE

Jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel, pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019: 16). Populasi dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan Perusahaan *food and beverage* di BEI 2019-2020. Adapun sampel dari penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2020 yang berjumlah 26 perusahaan dengan waktu penelitian selama 2 tahun sehingga totalnya adalah 52. Teknik analisis data yang digunakan berupa analisis regresi linier berganda yang diolah melalui software SPSS (*Statistics Product and Service Solution*). Adapun uji yang digunakan, diantaranya adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis (uji t dan uji F).

HASIL

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi variabel penelitian yaitu yaitu *CSR KM* dan *DER* serta *ROA*. Nilai yang dilihat dari statistik deskriptif adalah nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Deskripsi deskriptif seluruh variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 analisis deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
CSR	52	.02	.61	.205	5.2502
KM	52	.00	.99	.079	.0761
DER	52	.02	.47	.164	.5636
ROA	52	.04	.86	.171	1008.3953
Valid N (listwise)	52				

Berdasarkan hasil output pengujian statistik deskriptif dengan SPSS Ver. 16 pada tabel 4.2, dapat diketahui bahwa:

1. Variabel CSR (X1) memiliki nilai minimum sebesar 0,02 dan nilai maksimum sebesar 0,61 dengan nilai rata-rata 0,205 serta nilai standart deviasi 5,2502
2. Variabel Kepemilikan manajerial (X2) memiliki nilai minimum sebesar 0,0002 dan nilai maksimum sebesar 0,99 dengan nilai rata-rata 0,079 serta nilai standart deviasi 0,0761
3. Variabel DER (X3) memiliki nilai minimum sebesar 0,02 dan nilai maksimum sebesar 0,47 dengan nilai rata-rata 0,164 serta nilai standart deviasi 0,5636
4. Variabel ROA (Y) memiliki nilai minimum sebesar 0,04 dan nilai maksimum sebesar 0,86 dengan nilai rata-rata 0,171 serta nilai standart deviasi 1008,3953

1) Uji Normalitas

Tabel 2 Uji Normalitas

		CSR	KM	DER	ROA
N	Normal	52	52	52	52
	Kurtosis	.205	.079	.164	.171
Descriptive Statistics	Std.	5.2502	.0761	.5636	1008.3953
	Deviation				
Normal	Mean	.205	.079	.164	.171
	Std. Dev.	.0761	.5636	.1008	.3953
Kolmogorov-Smirnov Z	Asymptotic	.000	.000	.000	.000
	Significance	.000	.000	.000	.000
Lilliefors Significance		.000	.000	.000	.000

a. Test is two-tailed.

Data Memiliki Distribusi Normal jika $p \geq 0,05$ Jadi dapat disimpulkan semua variabel tersebut, memiliki distribusi data yang normal.

2) Uji Multikolinieritas

Tabel 3 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
		Collinearity Statistics
Model		Tolerance VIF
1	(Constant)	
	CSR	.698 1.433
	KM	.549 1.820
	DER	.474 2.111

a. Dependent Variable: ROA

Model regresi yang baik adalah regresi dengan tidak ditemukannya gejala korelasi yang kuat diantara variabel bebasnya (independen). Pengujian ini menggunakan matriks korelasi antar variabel bebas untuk melihat besarnya korelasi antar variabel independen. Hasil tabel menunjukkan tidak ada gejala multikolinearitas yang serius antar variabel bebas.

3) Uji Autokorelasi

Tabel 4 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.756a	.571	.166	3.04770	1.859

a. Predictors: (Constant), CSR, KM, DER

b. Dependent Variable: ROA

Berdasarkan uji yang telah dilakukan maka didapat nilai uji *Durbin-Watson* sebesar 1,859. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan *dl* dan *du*. Nilai *dl* merupakan nilai *durbin-watson statistics lower*, sedangkan *du* merupakan nilai *durbin-watson statistics upper*. Nilai *dl* dan *du* dapat dilihat dari tabel *durbin-watson* dengan $\alpha = 5\%$, n = jumlah data, K = jumlah variabel independen. Maka ditemukan nilai *dl* = 1,6016 dan nilai *du* = 1,7610, $K = 3$ dan $n = 52$.

Dengan demikian setelah di perhitungkan dan di bandingkan dengan tabel *Durbin-Watson*, bahwa nilai *Durbin-Watson* pada tabel diatas adalah sebesar 1.913 berada diantara *du* dan $4 - du$ ($Du < d < 4 - du$), yakni $1,7610 < 1,859 < 2,2390$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi dalam penelitian ini

4) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t Sig.
Model		B Std. Error	Beta	
1	(Constant)	8.412 5.853		1.437 .164
	CSR	2.094 2.211	.117	3.947 .353
	KM	1.427 1.020	.189	1.398 .175
	DER	.893 1.229	.011	3.075 .941

a. Dependent Variable: ROA

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa sig. pada masing-masing variabel CSR (X1) 0,353; GCG (X2) 0,175; dan DER (X3) 0,941, semuanya bernilai lebih dari 0.05. hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini. Maka variabel-variabel independen dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	8,412	5,834
	CSR	2,094	2,211
	KM	1,427	1,900
	DER	-,093	1,229

a. Dependent Variable: ROA

Berdasarkan hasil nalisis yang da pada tabel 4.8, didapat pula penurunan model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,412 + 2,094 X_1 + 1,427 X_2 - 0,093 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijabarkan Konstanta sebesar 8,412, rtinya apabila CSR, GCG, DER tidak da tau nilainya dalah 0, maka ROA nilainya sebesar 8,412

Koefisien regresi variabel CSR (X₁) sebesar 2,094, rtinya apabila CSR ditingkatkan 1 satuan, maka ROA mengalami kenaikan yang relatif sangat besar yaitu sebesar 2,094 satuan. Koefisien bernilai positif rtinya da hubungan searah ntara CSR dengan ROA. apabila CSR meningkat bisa membuat ROA meningkat.

Koefisien regresi variabel KM (X₂) sebesar 1,427, rtinya apabila KM ditingkatkan 1 satuan, maka ROA mengalami kenaikan yang cukup berarti, sebesar 1,427 satuan. Koefisien bernilai positif rtinya terjadi hubungan searah ntara KMDengan ROA. Semakin KMbaik maka kan semakin meningkat ROA

Koefisien regresi variabel DER (X₃) sebesar -0,093, rtinya apabila DER ditingkatkan 1 satuan, maka ROA mengalami penurunan yang cukup berarti, sebesar 0,093 satuan. Koefisien bernilai negatif rtinya terjadi hubungan berlawanan ntara DER dengan ROA. Semakin DERTurun maka kan semakin meningkat ROA.

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.7 R² Koefisien Determinasi

Model	R	Model Summary ^a		Std. Error of the Estimate
		R Square	Adjusted R Square	
1	.844	.891	.865	5,83474

a. Predictors: (Constant), CSR, KM, DER

b. Dependent Variable: ROA

Dari hasil tampilan output SPSS *model summary* besarnya *R square* (R^2) dalah 0,571 yang berarti sedang ketepatannya. Hal ini berarti 57,1 % variabel terikat yaitu ROA dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas yang terdiri dari CSR, KM, dan DER sedangkan sisanya 42,9 % dijelaskan oleh faktor yang lain diluar model tau diluar variabel penelitian

2) Uji Statistik t

Tabel 13.10.1
Coeficients

		t	Sig.
Model			
1	(Constant)	4.487	.837
	CSR	3.947	.004
	KM	1.888	.069
	DER	3.075	.004

a. Dependent Variable: ROA

1. Pada Variabel CSR memiliki nilai signifikan sebesar 0,024 dibawah 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial CSR terhadap ROA
2. Pada Variabel KM memiliki nilai signifikan sebesar 0,009 dibawah 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial GCG terhadap ROA
3. Pada Variabel DER memiliki nilai signifikan sebesar 0,044 dibawah 0,05 yang berarti terdapat pengaruh secara parsial DER terhadap ROA

3) Uji F

Uji F digunakan menguji da tidaknya pengaruh variabel-variabel independent dengan variabel dependent secara simultan.

Tabel 13.10.2
ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Model						
1	Regression	99.945	3	33.315	3.352	.014
	Residual	72.054	45	1.601		
	Total	172.000	48			

a. Model: (Constant), CSR, KM, DER
b. Dependent Variable: ROA

Sumber diolah dari output SPSS versi 16 (2021)

Dari hasil tampilan output SPSS dapat dilihat bahwa : F hitung sebesar 2.152 dengan tingkat signifikan 0,014 dibawah 0,05 hal ini berarti bahwa variabel bebas yang terdiri dari CSR, KM , DER secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu ROA

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan beberapa hal ntara lain :

1. *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *Return On assets* pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020
2. Kepemilikan Manejerial berpengaruh terhadap *Return On assets* pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020.
3. *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap *Return On assets* pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020.
4. *Corporate social responsibility*, Kepemilikan Manejerial dan *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap *Return On assets* pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020.

IMPLIKASI

Implikasi penelitian ini yaitu *Corporate social responsibility*, Kepemilikan Manejerial dan *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap *Return On assets* pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya dilakukan pada durasi 2 tahun yaitu 2019-2020, kemudian profitabilitas dan kinerja perusahaan tidak hanya diukur dari ROA saja, namun dapat diukur dengan variabel lain, sehingga diharapkan dapat meneliti menggunakan variabel lain yang dapat mengukur kinerja perusahaan, misalnya ROE, NPM dan lain-lain

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Z.. 2017. Pasar Modal Teori dan Aplikasi. Yayasan Pancar Siwah. Jakarta
- Brigham, F.; Joel F.. 2014. Manajemen Keuangan Buku II. Edisi Kedelapan. Jakarta.
- Darsono dan Ashari. 2015. Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan. Cetakan Kedua. ANDI, Yogyakarta.
- Dwiastanti, A. 2018. Analisis CSR, GCG, Ukuran Perusahaan dan Debt to Equity Ratio terhadap Profitabilitas Perusahaan Food and Beverage. Jurnal publikasi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kanjuruhan Malang
- Firda A, Estuti F. 2016. Pengaruh Return On Asset Dan Return On Equity Terhadap Return Saham Emiten LQ45. Jurnal STIE IPWIJA
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS Cetakan ke IV. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gibson 2018 Penilaian Kinerja. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Hadi. 2015. Pasar modal (Ed. ke-2). Graha Ilmu. Yogyakarta
- Hanafi, M. dan Abdul H, 2014, Analisis Laporan Keuangan., Edisi tujuh., UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Harahap, S. S. 2016. Analisis Laporan Keuangan. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Hendra S.. 2019. Manajemen Keuangan dan Akutansi Untuk Eksekutif Perusahaan, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Hermawan, S., & Amirullah. 2016. Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif. Media Nusa Creative. Malang
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2016. Standar Akuntansi Keuangan.: Ikatan Akuntansi Indonesia. Jakarta
- Indonesia Stock Exchange Bursa Efek Indonesia, laporan keuangan dan Tahunan Audited, <http://www.idx.co.id> diakses pada tanggal 19 November 2019 pukul 19.00
- Jogiyanto .2016. Teori Portofolio Dan Analisis Investasi. Edisi Tiga. Yogyakarta: DPFE UGM.

- Kasmir. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Mamduh M dan Abdul H. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Kelima. UPP STIM YKPN. Yogyakarta
- Munawir, S. 2017. Analisa Laporan Keuangan. Edisi Keempat. Yogyakarta: Liberty
- PerusahaanManufakturyangterdaftardiBEI . www.sahamok.com diakses pada tanggal 19 November 2019 pukul 19.00
- Primayudhana,M(2015) Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Ramadita,E, Leny S(2019) Pengaruh Biaya Produksi, Debt to equity ratio, dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas. JURNAL ASET (AKUNTANSI RISET), 11 (1), 2019, 159-168
- Rosdwianti,M. Dzulkhirom AR (2016) Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 38 No.2 September 2016
- Samsul, M. 2016. Pasar Modal & Manajemen Portofolia. Edisi Dua: Erlangga. Jakarta
- Sawir, A. 2015. Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan. Bumi Aksara. Jakarta
- Sujarweni, W.V. 2017. Analisis Laporan Keuangan teori, aplikasi dan hasil penelitian.:Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Susilo,M (2018) Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaanpada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 -2016. Diponegoro Journal Of Accounting Volume 2, Nomor 4, Tahun 2018
- Tandelilin, E., 2017, Pasar Modal Manajemen Portofolio & Investasi, PT. Kanisius. Depok
- Utari, D, Purwanti A dan Prawironegoro D. 2014. Manajemen Keuangan. Mitra Wacana Media. Jakarta
- Wilar,F F.,dkk (2018) Pengaruh Corporate Governance Terhadap Return On Asset (ROA) Pada Lembaga Pembiayaan Terdaftar Di Bei Tahun 2012-2016. Jurnal EMBAVol.6 No.4 September 2018, Hal. 2698 – 2707

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Syahrul Nur Lailatil Khasanah¹, Taudlikhul Afkar², Rina Fariana³

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

Koresponden: afkar@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profitabilitas, likuiditas, & leverage terhadap nilai perusahaan retail yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2015-2019. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan software IBM SPSS Statistics 20. Populasi yang digunakan terdiri dari 26 perusahaan retail dengan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh 7 perusahaan sebagai sampel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya profitabilitas yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas dan leverage tidak ada pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian secara simultan profitabilitas, likuiditas, & leverage ada pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : profitabilitas, likuiditas, leverage, nilai perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of profitability, liquidity, & leverage on the value of retail companies listed in Indonesia Stock Exchange in period 2015-2019. This study uses quantitative methods with multiple linear regression analysis consisting of descriptive statistics, classical assumption tests, and hypothesis testing with the help of IBM SPSS Statistics 20 software. The population used 26 retail companies with purposive sampling technique in order to obtain 7 companies as samples. The results of this study indicate that only profitability has an effect on firm value, while liquidity & leverage has no effect on firm value. Then simultaneously profitability, liquidity, & leverage affect the firm value.

Keywords : profitability, liquidity and leverage affect firm value.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan, & nilai ini sering dikaitkan dengan harga sahamnya. Menurut Noerirawan (2012), nilai perusahaan adalah suatu kondisi yang terpenuhi sebagai indikasi kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan selama bertahun-tahun beroperasi setelah didirikan. Menurut Husnan (2017), nilai bisnis didefinisikan sebagai harga yang akan dibayar oleh calon pembeli ketika sebuah bisnis dijual. Dengan membaiknya lingkungan ekonomi, persaingan di sektor bisnis semakin ketat. Ini karena semua bisnis bekerja untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, dengan meningkatkan nilai bisnis, itu meningkatkan kekayaan pemilik dan pemegang sahamnya. Nilai bisnis yang dimaksud adalah harga yang bersedia dibayar investor jika bisnis tersebut akan dijual. Karena penyebabnya adalah manajemen & bukan pemegang saham, meningkatkan bisnis mungkin tidak akan berhasil. Kepercayaan kepada pihak lain untuk mengelola perusahaan telah diberikan dari pemegang saham dan pemilik perusahaan sangat mengharapkan kepada pihak manajemen agar berusaha sebaik mungkin untuk meningkatkan nilai perusahaannya.

Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki, semakin tinggi nilai bisnis maka citra akan semakin baik. Laba memainkan peran penting dalam banyak aspek bisnis, karena dapat mencerminkan kinerja

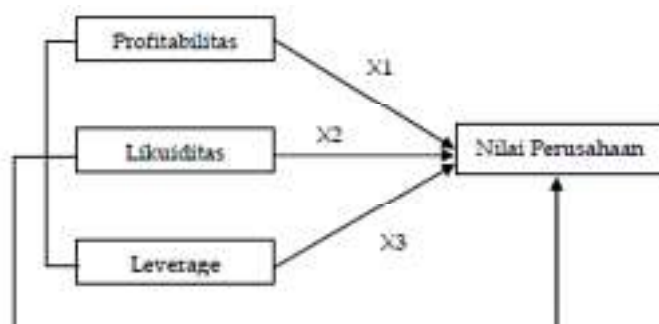
bisnis dengan menunjukkan efektivitasnya berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi nilainya. Menurut penelitian Ukhriyawati dan Putri (2016), likuiditas ada pengaruh sign. terhadap nilai perusahaan, sedangkan Prasetya dan Musdholifah (2020) berpendapat bahwa likuiditas tidak ada pengaruh sign. terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Hergianti (2020), leverage ada pengaruh sign. terhadap nilai perusahaan, sedangkan Fitri Prasetyorini (2013) menyatakan bahwa leverage tidak ada pengaruh sign. terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan oleh Lubis. (2017) menunjukkan bahwa hal ini mempengaruhi nilai bisnis yang menguntungkan. Profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba terhadap aktiva dan modal brutonya (Sartono 2008). Rasio ini diperhitungkan untuk harga saham dan dividen yang diterima oleh investor dan calon pemegang saham. Menurut Fahmi (2013:116), profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Keberhasilan suatu usaha tidak hanya dilihat dari laba yang dihasilkannya, tetapi dalam hal ini juga berkaitan dengan jumlah aset yang digunakan untuk menghasilkan laba yang dinyatakan.

Likuiditas mengacu pada kemampuan bisnis untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya yang harus dipenuhi segera setelah diklaim agar tetap likuid. Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi atau membayar kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Gultom, Agustina dan Wijaya (2013) menjelaskan bahwa perusahaan yang likuid cenderung memiliki peluang pertumbuhan yang lebih tinggi. Semakin likuid suatu perusahaan, semakin krediturnya dapat mempercayai dananya dan semakin berharga perusahaan tersebut bagi calon kreditur dan investor.

Syahyunan (2015) berpendapat bahwa leverage merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk melunasi seluruh hutangnya. Semakin tinggi rasio utang, semakin besar persentase total aset tetap sama, tetapi semakin besar utang yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi total utang, semakin tinggi checkout bisnis. Dan menurunkan rasio utang lebih baik karena utang yang dimiliki perusahaan juga lebih rendah, yang berarti risiko keuangan perusahaan lebih rendah karena pelunasan pinjaman.

Perbedaan hasil penelitian dari beberapa penelitian terdahulu inilah yang mendasari peneliti untuk mengkaji pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap nilai perusahaan Retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sehingga dapat di Tarik rumusan masalah apakah profitabilitas, likuiditas, dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan tujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas, likuiditas dan leverage ada pengaruh terhadap nilai perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kerangka konseptual



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

METODE

Penelitian ini menggunakan data dokumentasi, jenis data penelitiannya yang diarsipkan, memuat waktu suatu kejadian / suatu transaksi serta siapa yang terlibat dalam suatu kejadian. Jenis data yaitu data skunder atau data tidak langsung, berupa laporan keuangan tahunan perusahaan Retail dari Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019. Jumlah sampel diambil sebanyak 35 dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan statistic deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

HASIL

Statistik Deskriptif

Tabel 1.1
Hasil Uji Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	35	,81	62,23	9,4033	12,07246
ROA	35	,00	,46	,1093	,11546
CR	35	,72	8,08	2,2375	2,11308
DER	35	,22	4,29	1,6621	1,17499
Valid N (listwise)	35				

Sumber : Peneliti diolah

Dari tabel 1.1 diketahui jumlah pengamatan yang diambil sebanyak 35 data perusahaan Retail selama periode 2015-2019. Minimum yaitu nilai terkecil dari suatu rangkaian pengamatan, maksimum yaitu nilai terbesar dari suatu rangkaian pengamatan, mean yaitu nilai rata-rata dari keseluruhan data sedangkan deviasi standar yaitu akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi banyaknya data.

Uji Asumsi Klasik

Normalitas

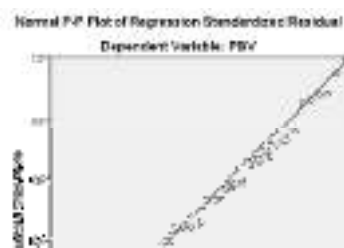
Tabel 1.2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	35
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	0E-7
Std. Deviation	7,40515551
Absolute	,072
Most Extreme Differences	
Positive	,066
Negative	-,072
Kolmogorov-Smirnov Z	,427
Asymp. Sig. (2-tailed)	,993

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Peneliti diolah



Hasil pengujian SPSS pada tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,993 > 5\%$. Jadi disimpulkan bahwa data pada penelitian berdistribusi normal sehingga model regresi dapat dilanjutkan.

Multikolinieritas

Tabel 1.3
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	,928	1,077
	CR	,507	1,972
	DER	,494	2,023

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Peneliti diolah

Hasil uji multikoliner menunjukkan VIF X1, X2, X3 < 10 dan nilai tolerance > 0,1 bisa disimpulkan tidak ada multikolinieritas. Artinya, Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage tidak ada hubungan dan tidak saling bebas dalam model regresi.

Autokorelasi

Tabel 1.4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1,076

a. Predictors: (Constant), DER, ROA, CR

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : Peneliti diolah

Hasil analisis yang disajikan pada model summary menunjukkan bahwa nilai statistic Durbin Watson sebesar 1,076 karena model regresi berada diantara -2 sampai +2 berarti tidak terjadi autokorelasi.

Heteroskedastisitas

Tabel 1.5
Hasil Uji Gletjer
Coefficients^a

Tabel Uji Glejser dapat dijelaskan bahwa Profitabilitas, Likuiditas, Leverage memiliki nilai seignifikansi > 5%, sehingga dapat diartikan tidak ada heteroskedastisitas. Artinya setiap data yang akan dianalisis memiliki kesamaan antar kelompok

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1.6
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	2,582	4,761		,542	,592
1 ROA	83,090	11,956	,795	6,949	,000
CR	-1,672	,884	-,293	-1,892	,068
DER	,892	1,610	,087	,554	,584

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Peneliti diolah

$$PBV = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$PBV = 2,582 + 83,090ROA - 1,672CR + 0,892DER + 4,761$$

Persamaan diatas maka didapatkan hasil:

1. Konstanta sebesar 2,582 , menunjukkan bahwa Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage bernilai (0) maka perubahan laba akan naik 2,582.
2. Profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi yang positif artinya setiap peningkatan Likuiditas 1 satuan maka perubahan laba perusahaan akan naik sebesar 83,090.
3. Likuiditas memiliki nilai koefisien regresi yang negatif artinya setiap kenaikan Leverage 1 satuan maka perubahan laba perusahaan akan mengalami penurunan sebesar
4. Leverage memiliki nilai koefisien regresi yang positif artinya setiap peningkatan Profitabilitas 1satuan maka perubahan laba perusahaan akan naik sebesar 0,892.

Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 1.7
Hasil Uji Hipotesis t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,582	4,761		,542	,592
1 ROA	83,090	11,956	,795	6,949	,000
CR	-1,672	,884	-,293	-1,892	,068
DER	,892	1,610	,087	,554	,584

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Peneliti diolah

P

Pada tabel 1.7 dapat dijelaskan pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen :

1. Variabel Profitabilitas (ROA) secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikan sejumlah $0,000 < 5\%$. Hasil penelitian membuktikan nilai t sebesar 6,949 sehingga H1 diterima. Dapat disimpulkan maka profitabilitas ada pengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel Likuiditas (CR) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikan 0,068 lebih dari 0,05. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar -1,892 sehingga hipotesis kedua ditolak. Dapat disimpulkan bahwa likuiditas tidak ada pengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Variabel *Leverage* (DER) secara signifikan tidak ada pengaruh terhadap nilai perusahaan karena nilai signifikan sebesar 0,584 yang berarti lebih dari 0,05. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 0,554 sehingga hipotesis ketiga ditolak. Dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji F

Tabel 1.8
Hasil Uji Statistik F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3090,873	3	1030,291	17,131	,000 ^a
	Residual	1864,435	31	60,143		
	Total	4955,308	34			

Pada tabel 1.8 didapatkan sign. sejumlah $0,000 < 5\%$ berarti data tersebut layak buat dilakukan penelitian karena secara bersama-sama variabel Profitabilitas, Likuiditas dan *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Koefisien Determinasi R^2

Tabel 1.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,790 ^a	,624	,587	7,75520

Sumber : Peneliti diolah

Tabel 1.9 diketahui bahwa hasil R square (R_2) bernilai 0,624 dapat diartikan variabel X_1 , X_2 , dan X_3 tersebut bisa mempengaruhi variabel Y dengan besar R square sebesar 0,624%, hal ini membuktikan bahwa variabel X ada berengaruh terhadap variabel Y.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas ada pengaruh sig. terhadap perubahan nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dari laba setelah pajak dengan total aset sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang berpengaruh terhadap harga saham yang diperoleh perusahaan. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar presentase keuntungan bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin baik karena dianggap perusahaan mampu mendapatkan laba yang tinggi dimana akan berdampak pada peningkatan harga saham perusahaan. Penelitian sekarang sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hergianti (2020) dan Prasetya & Musdholifah (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas ada pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Likuiditas tidak ada pengaruh sig. terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan Likuiditas yang tinggi tidak menjamin perusahaan mengalami penurunan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya Likuiditas yang rendah tidak menjamin mengalami kenaikan nilai perusahaan. Likuiditas ialah kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetya & Musdholifah (2020) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak ada pengaruh sign. terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Leverage tidak ada pengaruh sig. terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan Leverage yang tinggi tidak menjamin mengalami penurunan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya Leverage yang rendah tidak menjamin perusahaan mengalami kenaikan nilai perusahaan. Leverage ialah rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total ekuitas. Penelitian ini sejalan dengan Prasetya & Musdholifah (2020) yang menyatakan bahwa leverage tidak ada pengaruh sign. terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan secara simultan Profitabilitas, Likuiditas, Leverage berpengaruh sig. terhadap nilai perusahaan. berarti bertambah nilai likuiditas semakin bertambah pula profitabilitas karena mampu menambah jumlah nilai perusahaan.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas ada pengaruh sign. terhadap nilai perusahaan. artinya semakin tingginya profitabilitas maka nilai perusahaan akan ikut bertambah. Likuiditas tidak ada pengaruh sign. terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut dikatakan bahwa likuiditas bukan hal utama yang dapat dipertimbangkan oleh pihak investor dalam pengambilan keputusan. Leverage tidak ada pengaruh sign. terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan leverage bukan hal utama yang dapat dipertimbangkan oleh pihak investor dalam pengambilan keputusan. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage ada pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

IMPLIKASI

Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal tersebut dijadikan acuan untuk investor dalam menanamkan modal dan sebagai penambah modal bagi perusahaan. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan kemungkinan bisa terjadi penurunan nilai perusahaan akibat terlalu tinggi likuiditas. Hal tersebut bisa dijadikan acuan untuk investor dalam menanamkan modal sahamnya. Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan kemungkinan akan menyebabkan perusahaan bangkrut karena tingkat leverage yang tinggi.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas, likuiditas, dan leverage untuk mengetahui pengaruh terhadap nilai perusahaan dan sampel yang diambil sebanyak 35 laporan keuangan perusahaan retail periode 2015-2019.

DAFTAR PUSTAKA

- FITRI PRASETYORINI, B. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*.
- Hergianti, A. N. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(2), 1–20.
- Lubis, I. L., Sinaga, B. M., & Sasongko, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 458–465. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.458>
- Noerirawan, M. R. (2012). Pengaruh Faktor Internal dan Timeliness Laporan Keuangan. *Diss. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*.
- Prasetya, A. W., & Musdholifah. (2020). *Pengaruh Likuiditas Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Oleh Kebijakan Dividen*. 8.
- Syahyunan. 2015. *Manajemen Keuangan*. Penerbit Universitas Sumatra Utara Press. Medan.
- Ukhriyawati, C. F., & Putri, R. W. (2016). Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. *Jurnal Bening*, 3(1), 52–73.

PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA OPERASIONAL DAN PERPUTARAN PERSEDIAAN TERHADAP LABA BERSIH

Kavita Ulumiyah¹, Sugijanto²

Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia¹²

Koresponden : sugijanto@unipasby.ac.id²

Abstract

This observation aims to find out if production costs, operational costs and inventory turnover have an influence on net profit. This observation uses quantitative methods. In this observation, the samples used amounted to 12 manufacturing companies of various industries sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2015-2019. Purposive sampling technique was chosen as a technique in taking samples. Furthermore, this observation using secondary data. For sample collection techniques, this observation chooses to use documentation techniques. Researchers used data analysis techniques that are classic assumption test, multiple linear regression, partial test, simultaneous test and coefficient of determination. After analyzing the data, observations were obtained that prove that production costs, operational costs and inventory turnover have an influence on net profit with Sig value. 0.011, 0.010 and 0.025. The observations also prove that production costs, operational costs and inventory turnover together or simultaneously have an influence on net profit with Sig value. 0.000.

Keywords: production costs, operational costs, inventory turnover, net profits

Abstrak

Observasi ini mempunyai tujuan untuk menguji apakah biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan mempengaruhi laba bersih perusahaan. Observasi ini memakai metode kuantitatif. Dalam observasi ini, sampel yang dipakai berjumlah 12 perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Metode purposive sampling dipilih sebagai teknik dalam mengambil sampel. Selanjutnya, data pada observasi ini berupa data sekunder. Untuk metode pengumpulan sampel, observasi ini memilih untuk memakai teknik dokumentasi. Peneliti memakai metode analisis data yakni uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji parsial, uji simultan dan koefisien determinasi. Setelah menganalisis data, didapatkan hasil observasi yang membuktikan bahwa biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan mempengaruhi perolehan laba bersih dengan nilai Sig. masing-masing sejumlah 0,011, 0,010 dan 0,025. Hasil observasi juga membuktikan bahwa biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan secara bersamaan atau simultan memiliki pengaruh terhadap laba bersih dengan nilai Sig. sejumlah 0,000.

Keywords: biaya produksi, biaya operasional, perputaran persediaan, laba bersih

1. Introduction

Perusahaan bisa disebut berhasil dan sukses apabila mampu memenangkan persaingan dengan perusahaan lainnya, dengan salah satu indikator yaitu menghasilkan laba (Wahyuni & Gunawan, 2013). Laba merupakan tolak ukur dari seluruh kinerja perusahaan, yang mempunyai pengertian sebagai berikut: Laba = Penjualan – Biaya (Hanafi, 2010). Sedangkan laba bersih (net income) dapat didefinisikan sebagai laba yang berasal dari operasi perusahaan, selanjutnya ditambah dengan pendapatan non operasi (seperti pendapatan bunga), dari hasil penambahan tersebut akan dikurangi dari biaya non operasi (seperti biaya bunga) dan pajak penghasilan (Hery, 2018). Dalam meningkatkan dan mengoptimalkan laba bersih yang diperoleh, perusahaan dapat menempuh berbagai cara salah

satunya dengan menekan dan sejumlah biaya yang harus perusahaan keluarkan yaitu salah satunya biaya produksi dan biaya operasional.

Biaya produksi adalah pengeluaran biaya secara keseluruhan dalam memproduksi suatu produk maupun jasa yang bisa dikelompokkan menjadi tiga jenis yang berbeda yakni, biaya bahan secara langsung, biaya tenaga kerja secara langsung dan biaya overhead pabrik (Ardiyos, 2010). Biaya produksi yang tinggi bisa berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Hasil produksi oleh perusahaan akan dibatasi secara jumlah melalui penyesuaian dengan total biaya produksi. Saat hasil produksi secara jumlah terjadi pengurangan, pasti akan berpengaruh terhadap perolehan laba (Sayyida, 2014). Menekan biaya produksi menjadi hal yang sangat penting karena mempunyai pengaruh terhadap laba bersih suatu perusahaan. Manajemen pasti membutuhkan informasi secara rinci dari biaya produksi yang dikorbankan perusahaan untuk menghasilkan suatu pesanan jenis tertentu. Hal tersebut akan digunakan untuk menaksir apakah suatu pesanan jenis tertentu mampu memberikan laba atau sebaliknya malah mengakibatkan kerugian (Mulyadi, 2014). Apabila perusahaan berhasil menekan dan mengendalikan biaya produksi, harga pokok produksi akan lebih rendah sehingga dapat membuat perusahaan bertahan dalam persaingan pasar dan memperoleh laba yang optimal.

Selain Biaya Produksi, faktor penting lainnya yang mempengaruhi laba bersih adalah biaya operasional. Margaretha (2011) menyatakan apa yang dimaksud Biaya Operasional (operating expense) adalah jumlah total dari keseluruhan biaya yang mempunyai koneksi dengan operasional perusahaan namun tidak termasuk biaya-biaya dari kegiatan proses produksi yang dibagi menjadi: (1) biaya penjualan serta (2) biaya administrasi dan umum. Perusahaan memang memerlukan biaya operasional untuk mengoperasikan dan menjalankan semua kegiatannya. Apabila tidak ada biaya operasional, perusahaan akan merasa kesulitan dalam mengoperasikan dan menjalankan usahanya sehari-hari.

Jusuf (2017) menyatakan bahwa apabila perusahaan berhasil dan mampu meminimalkan biaya operasional, pasti laba yang optimal tidak sulit untuk didapatkan. Namun sebaliknya apabila perusahaan mengeluarkan biaya terlalu besar, laba yang diperoleh perusahaan bisa menurun. Anggaran biaya dan efisiensi biaya operasional merupakan indikator untuk mengetahui bagaimana upaya perusahaan dalam mencapai tujuannya (Herliani, 2012). Efisiensi merupakan salah satu hal penting dalam upaya menekan biaya operasional yang harus dilakukan perusahaan. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatan operasional harus dapat dikendalikan sebaik-baiknya dan tetap dilakukan meskipun sudah berjalan dengan baik agar tidak terjadi peningkatan biaya operasional.

Faktor lain yang mempengaruhi laba bersih adalah perputaran persediaan. Kasmir (2014) mengemukakan bahwa perputaran persediaan merupakan satu dari banyak rasio keuangan yang dipakai perusahaan untuk menaksir jumlah dana dari persediaan yang diletakkan tersebut berputar berapa kali dalam satu waktu periode. Raharjaputra (2011) menyatakan bahwa tingkat perputaran persediaan yang semakin tinggi memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang semakin besar, namun sebaliknya apabila tingkat perputaran persediaan rendah kemungkinan perusahaan mendapatkan keuntungan semakin kecil. Perputaran persediaan yang semakin tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mampu menjual produk dengan lebih cepat. Apabila semua produk terjual lebih cepat, perusahaan akan mendapatkan keuntungan lebih cepat pula sehingga laba bersih yang diperoleh mendapati penambahan.

2. Method

Dalam observasi ini, metode yang peneliti gunakan berupa metode kuantitatif dengan populasi yakni perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik purposive sampling dipilih untuk proses pengambilan sampel lalu didapatkan 12 perusahaan sebagai sampel. Penggunaan data sekunder dalam observasi ini diperoleh berdasarkan laporan tahunan (annual report) perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019 dengan teknik dokumentasi untuk pengumpulan datanya. Selanjutnya, observasi ini memakai uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan koefisien determinasi (R^2) untuk menganalisis data.

3. Result and Discussion

Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil	Kriteria	Keterangan
Normalitas	0,200	Sig. > 0,05	Normal
Multikolinieritas			
Biaya Produksi (X_1)	6,736	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Biaya Operasional (X_2)	3,032	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Perputaran Persediaan (X_3)	3,511	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Heteroskedastisitas			
Biaya Produksi (X_1)	0,325	Sig. > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Biaya Operasional (X_2)	0,408	Sig. > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Perputaran Persediaan (X_3)	0,834	Sig. > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Autokorelasi	0,068	Sig. > 0,05	Bebas Autokorelasi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Uji Normalitas

Tabel 1. diatas memperlihatkan nilai Sig. dari uji normalitas yang diperoleh sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga kesimpulan yang didapatkan adalah data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 1. diatas memperlihatkan nilai VIF yang diperoleh dari biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan masing-masing sebesar 6,736; 3,032; dan 3,511. Hal tersebut memperlihatkan bahwa nilai VIF dari uji multikolinieritas semua variabel < 10 sehingga kesimpulan yang didapatkan adalah tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Tabel 1. diatas memperlihatkan nilai Sig. yang diperoleh dari uji autokorelasi semua variabel > 0,05 sehingga hasil uji yang diperoleh tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Hasil
Konstanta	-0,013
Biaya Produksi	0,432
Biaya Operasional	0,293
Perputaran Persediaan	0,274

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 2. diatas memperlihatkan bagaimana bentuk persamaan regresi linier berganda yang dapat digunakan, yakni sebagai berikut:

$$Y = -0,013 + 0,432 X_1 + 0,293 X_2 + 0,274 X_3$$

Setelah mendapatkan bentuk persamaan regresi linier seperti diatas, maka akan dijelaskan maksud dari bentuk persamaan linier tersebut yaitu:

- (1) Nilai konstanta sejumlah -0,013 menunjukkan bahwa bila biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan bernilai 0 (nol), laba bersih menjadi bernilai -0,013.
- (2) Nilai koefisien variabel X_1 sebesar 0,432 menunjukkan arah hubungan yang ada antara biaya produksi terhadap laba bersih. Hal itu berarti kenaikan biaya produksi satu satuan akan memperbanyak jumlah laba bersih sebesar 0,432 namun X_2 dan X_3 dianggap tetap.
- (3) Nilai koefisien variabel X_2 sebesar 0,293 menunjukkan arah hubungan yang ada antara biaya operasional terhadap laba bersih. Hal itu berarti kenaikan biaya operasional satu satuan akan memperbanyak jumlah laba bersih sebesar 0,293 namun X_1 dan X_3 dianggap tetap.
- (4) Nilai koefisien variabel X_3 sebesar 0,274 menunjukkan arah hubungan yang ada antara perputaran persediaan terhadap laba bersih. Hal itu berarti kenaikan perputaran persediaan satu satuan akan memperbanyak jumlah laba bersih sebesar 0,274 namun X_1 dan X_2 dianggap tetap.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 3. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
Biaya Produksi	2,626	0,011
Biaya Operasional	2,654	0,010
Perputaran Persediaan	2,308	0,025

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 3. diatas memperlihatkan nilai Sig. yang diperoleh dari hasil uji parsial (uji t) sehingga kesimpulan dapat dipaparkan dibawah ini yaitu:

- (1) Biaya produksi dikatakan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih karena nilai Sig. yang diperoleh sejumlah 0,011 atau bernilai kurang dari 0,05. Bisa dilihat dari kesesuaian dengan kriteria pengambilan keputusan uji parsial (uji t) yang berarti bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih.

(2) Biaya operasional dikatakan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih karena nilai Sig. yang diperoleh sejumlah 0,010 atau bernilai kurang dari 0,05. Bisa dilihat dari kesesuaian dengan kriteria pengambilan keputusan uji parsial (uji t) yang berarti bahwa biaya operasional mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih.

(3) Perputaran persediaan dikatakan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih karena nilai Sig. yang didapatkan sejumlah 0,025 atau bernilai kurang dari 0,05. Bisa dilihat dari kesesuaian dengan kriteria pengambilan keputusan uji parsial (uji t) yang berarti bahwa perputaran persediaan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Hasil Uji F

Variabel	F	Sig.
Regression	64,104	,000 ^b

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. tersebut memperlihatkan nilai Sig. dari hasil uji simultan (uji F) sehingga kesimpulan yang dapat ditarik adalah biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan dikatakan mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap laba bersih sebab nilai Sig. 0,000 atau bernilai di bawah 0,05. Bisa diketahui dari kesesuaian dengan kriteria pengambilan keputusan uji simultan (uji F) yang berarti bahwa biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap laba bersih.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Variabel	R Square
Regression	0,774

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 5. memperlihatkan nilai R Square dari hasil koefisien determinasi (R²) sehingga kesimpulan yang dapat ditarik adalah laba bersih yang merupakan variabel terikat dipengaruhi oleh biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan yang merupakan variabel bebas sebesar 0,774 atau 77,4%. Sedangkan 0,226 atau 22,6% memperlihatkan laba bersih dipengaruhi oleh variabel lain namun variabel tersebut tidak disebutkan oleh peneliti.

4. Conclusion

1. Asumsi nomor satu menyebutkan bahwa biaya produksi diduga berpengaruh pada laba bersih. Bisa dibuktikan dari hasil penelitian dalam uji parsial (uji t) yakni dihasilkan nilai Sig. sebesar 0,011 yang mempunyai pengertian yaitu biaya memiliki pengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Biaya merupakan faktor yang mempengaruhi laba bersih. Tinggi rendahnya laba bersih memang benar dipengaruhi oleh biaya, salah satunya biaya produksi. Hal ini dikarenakan biaya produksi menentukan harga pokok produksi yang nantinya akan mengurangi penjualan sehingga didapatkan laba bersih yang

tercantum pada bagian laporan laba rugi. Menekan biaya produksi sangat diperlukan agar harga pokok produksi lebih turun lalu nantinya akan menyebabkan laba bersih yang didapat menjadi optimal.

2. Asumsi nomor dua menyebutkan bahwa biaya operasional diduga berpengaruh pada laba bersih. Bisa dibuktikan dari hasil penelitian dalam uji parsial (uji t) yakni dihasilkan nilai Sig. sebesar 0,010 yang mempunyai pengertian yaitu biaya operasional memiliki pengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Selain biaya produksi, faktor penting lainnya bisa memiliki pengaruh terhadap laba bersih adalah biaya operasional. Biaya operasional memang dikatakan sangat diperlukan oleh perusahaan agar semua kegiatan perusahaan dapat dioperasikan dan dijalankan dengan baik. Apabila tidak ada biaya operasional perusahaan akan kesulitan mengoperasikan atau menjalankan kegiatan usahanya sehari-hari. Meskipun demikian, efisiensi biaya operasional harus tetap dilakukan tanpa menghilangkan biaya operasional itu sendiri. Jika perusahaan berhasil melakukan efisiensi biaya operasional, laba bersih yang akan didapatkan akan menjadi optimal. Hal ini bisa terjadi karena biaya operasional merupakan salah satu unsur pengurang penjualan yang tercantum pada bagian laporan laba rugi sehingga hasil akhir akan didapatkan laba bersih.

3. Asumsi nomor tiga menyebutkan bahwa perputaran persediaan diduga berpengaruh pada laba bersih. Bisa dibuktikan dari hasil penelitian dalam uji parsial (uji t) yakni dihasilkan nilai Sig. sebesar 0,025 yang mempunyai pengertian yaitu perputaran persediaan memiliki pengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Faktor penting lainnya yang bisa memiliki pengaruh pada laba bersih selain biaya yakni perputaran persediaan. Persediaan yang berputar lebih cepat akan berdampak pada hasil penjualan perusahaan. Hal itu menunjukkan bahwa persediaan yang keluar atau barang yang terjual lebih banyak sehingga penjualan akan meningkat. Penjualan meningkat akan mempengaruhi seberapa tinggi laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan.

4. Asumsi nomor empat menyebutkan bahwa biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan diduga mempengaruhi tingkat laba bersih. Hal ini terbukti karena dari hasil penelitian dalam uji simultan (uji f) dihasilkan nilai Sig. sebesar 0,000 yang mempunyai pengertian yakni biaya produksi, biaya operasional dan perputaran memiliki pengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Hasil koefisien determinasi (R^2) menyebutkan bahwa aspek-aspek yang memiliki pengaruh terhadap laba bersih yakni biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan sebesar 0,774 atau 77,4%. Sedangkan 0,226 atau 22,6% menunjukkan laba bersih dipengaruhi oleh variabel lain namun variabel tersebut belum disebutkan oleh peneliti.

Setelah peneliti mengemukakan hasil penelitian beserta pembahasan diatas, dapat ditarik simpulan yang akan dijelaskan sebagai berikut. Biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan dalam perusahaan dapat mempengaruhi tingkat perolehan laba bersih baik saat berdiri sendiri maupun saat digabungkan antara ketiga aspek tersebut.

Implikasi

Hasil penelitian dan simpulan telah dikemukakan oleh peneliti diatas. Selanjutnya akan diperoleh implikasi sebagai berikut:

- (1) Penelitian memiliki harapan agar hasil penelitian ini bisa menjadi salah satu bagian dari peninjauan perusahaan untuk mengambil keputusan terhadap laba bersih.
- (2) Peneliti berharap penelitian ini akan berguna dan bisa menjadi sumber acuan bagi penelitian lainnya.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti bisa mengatakan bahwa penelitian ini masih mempunyai sejumlah keterbatasan. Keterbatasan tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut: (1) Peneliti mengambil sampel selama 5 periode saja; (2) Peneliti hanya mengambil satu sektor dari total sektor yang ada di BEI sejumlah sembilan; dan (3) Peneliti hanya menggunakan tiga variabel bebas, peneliti selanjutnya mungkin bisa menambah jumlah variabel bebas lainnya.

REFERENCES

- Ardiyos. (2010). Kamus Besar Akuntansi: Inggris-Indonesia. Jakarta: Citra Harta Prima. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=_wDdtAEACAAJ
- Hanafi, M. M. (2010). Manajemen Keuangan. Yogyakarta: BPFE.
- Herliani, R. (2012). Pengaruh Anggaran Biaya Terhadap Efisiensi Biaya Operasional Pada Asuransi Jiwa Bersama BumiPutera. Jurnal Mediasi.
- Hery. (2018). Analisis Laporan Keuangan, Integrated and Comprehensive Edition. Jakarta: Gramedia.
- Jusuf, J. (2017). Analisis Kredit Untuk Credit (Account) Officer. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. (2014). Analisis Laporan Keuangan.
- Margaretha, F. (2011). Manajemen Keuangan Untuk Manajer Non Keuangan. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. (2014). Akuntansi Biaya. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Raharjaputra, H. S. (2011). Manajemen Keuangan dan Akuntansi Untuk Eksekutif Perusahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Sayyida, S. (2014). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan. Performance “ Jurnal Bisnis & Akuntansi.” <https://doi.org/10.24929/feb.v4i1.62>
- Wahyuni, S., & Gunawan, A. (2013). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Perdagangan Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis UMSU.

PENGARUH CASH HOLDING, FINANCIAL RISK DAN BONUS PLAN TERHADAP INCOME SMOOTHING

Devi Savira S¹, Yuni Sukandani²

Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia¹²

Koresponden : sanuryadevi@gmail.com¹

Abstract

Income Smoothing is one form of profit management with a method of minimizing fluctuating profits to be normal. This research is trying to recognize the influence of cash holding (X1), financial risk (X2) and bonus plan (X3) on income smoothing (Y). The population in this research is an annual report of the sub-zone trade, services and investment industry recorded in the IDX in 2018-2019 and the illustration used is an annual report of 30 industries using purposive sampling as a sampling method. The procedure for collecting information using documentation analyzed using classical presumption tests, multiple linear regressions and t-test hypothesis tests and F-tests. t-tests report cash holding variables do not affect income smoothing with significant values of $0.557 > 0.05$. Financial risk does not affect income smoothing with a significant value of $0.683 > 0.05$. The bonus plan does not affect income smoothing with a significant value of $0.141 > 0.05$. The results of the F-test report the basis of cash holding, financial risk and bonus plan simultaneously do not affect income smoothing with a significant value of $0.349 > 0.05$. The results of this research can be used to consider potential investors in investing decisions.

Keywords: Cash Holding, Financial Risk, Bonus Plan

Abstrak

Income Smoothing ialah salah satu wujud manajemen laba dengan metode meminimalisir laba yang berfluktuasi supaya jadi normal. Riset ini dicoba untuk mengenali pengaruh dari cash holding (X1), financial risk (X2) dan bonus plan (X3) pada income smoothing (Y). Populasi dalam riset ini merupakan laporan tahunan industri sub zona perdagangan, jasa dan investasi yang tercatat di BEI tahun 2018- 2019 serta ilustrasi yang digunakan merupakan laporan tahunan 30 industri dengan memakai purposive sampling selaku metode pengambilan sampelnya. Tata cara pengumpulan informasi memakai dokumentasi yang dianalisis memakai uji anggapan klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis uji- t serta uji- F. Uji- t melaporkan variabel cash holding tidak mempengaruhi terhadap income smoothing dengan nilai signifikan $0,557 > 0,05$. Financial risk tidak mempengaruhi terhadap income smothing dengan nilai signifikan $0,683 > 0,05$. Bonus plan tidak mempengaruhi terhadap income smoothing dengan nilai signifikan $0,141 > 0,05$. Hasil dari uji- F melaporkan dasar cash holding, financial risk serta bonus plan secara simultan tidak mempengaruhi terhadap income smoothing dengan nilai signifikan $0,349 > 0,05$. Hasil riset ini bisa digunakan buat bahan pertimbangan calon investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi.

Keywords: Cash Holding, Financial Risk, Bonus Plan

1. Introduction

Aplikasi perataan laba (*income smoothing*) tidaklah perihal baru yang terjalin di tengah perekonomian Indonesia. *Income smoothing* (perataan laba) ialah salah satu wujud manajemen laba dengan metode meminimalisir laba yang berfluktuasi supaya jadi normal (Dewantari serta Badera, 2015: 539). Investor hendak tertarik dengan laba yang besar serta senantiasa normal, sehingga banyak manajemen industri yang kesimpulannya melaksanakan perataan laba buat meratakan fluktuasi laba. Investor cenderung mencermati nilai laba yang disajikan dalam laporan keuangan dengan tidak

memperhatikan proses dalam perolehan laba tersebut. Kecenderungan investor yang lebih berfokus pada data laba, merangsang manajemen melaksanakan *disfunctional behavior* (sikap menyimpang) berbentuk manajemen laba buat menciptakan laba yang dikira wajar untuk sesuatu industri. Aksi industri dalam memantapkan laba ini dengan melaksanakan aplikasi *income smoothing* (Fahrorozi, Sinarwati, Purnamawati, 2017: 2).

Alibi manajemen melaksanakan *income smoothing* (perataan laba), yakni dengan aliran laba yang normal hingga bisa menunjang dividen dengan tingkatan yang lebih besar. Industri kecil cenderung melaksanakan *income smoothing* sebab pihak manajemen tidak hendak sempat ingin melanggar perjanjian utang karena dengan laba yang bertambah menyebabkan pihak kreditur yakin buat membagikan pinjaman. Pada Industri dengan skala yang lebih besar diasumsikan mempunyai kecendrungan yang besar pula dalam melaksanakan perataan laba. Bersumber dalam teori akuntansi positif pada *Political Cost Hypothesis* dikemukakan apabila perusahaan berskala besar cenderung mengelola laba dengan melaksanakan *income decreasing* dikala mendapatkan laba besar untuk menghindari timbulnya peraturan baru dari pemerintah, contohnya menaikkan pajak pemasukan industri (Sari & et al, 2020: 49).

Sektor perdagangan, jasa dan investasi menjadi objek penelitian. Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) pada tahun 2019 mencatatkan jumlah penanaman modal yang terealisasi tahun 2019 mencapai 792 T dengan kenaikan 102,2%. Berbeda dengan penanaman modal yang terealisasi pada tahun 2018 bernilai 721,3 T. Perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi memiliki beberapa sub sektor yang berbasis komersial (berorientasi pada keuntungan), harus bertahan dan mampu memperluas perusahaan melalui persaingan yang kompetitif dengan meningkatkan kinerja perusahaan serta memiliki strategi bisnis yang dapat menarik pangsa pasar lebih besar.

Bersumber pada penjelasan di atas, hingga rumusan permasalahan dalam riset ini merupakan: (1) Apakah *cash holding* mempengaruhi terhadap *income smoothing*?, (2) Apakah *financial risk* mempengaruhi terhadap *income smoothing*?, (3) Apakah *bonus plan* mempengaruhi terhadap *income smoothing*? (4) Apakah *cash holding*, *financial risk* serta *bonus plan* secara simultan mempengaruhi *income smoothing*?

Sehingga, tujuan dari riset ini merupakan: (1) Buat mengenali pengaruh *cash holding* terhadap *income smoothing*. (2) Buat mengenali pengaruh *financial risk* terhadap *income smoothing*. (3) Buat mengenali pengaruh *bonus plan* terhadap *income smoothing*. (4) Buat mengenali pengaruh *cash holding*, *financial risk* serta *bonus plan* terhadap *income smoothing*.

KAJIAN PUSTAKA RISET TERDAHULU

Selaku bahan acuan dalam riset guna menguatkan sumber yang diteliti tadinya, hingga riset terdahulu yang digunakan dalam riset ini antara lain, riset yang dicoba oleh Natalie dan Astika (2016) melaporkan variabel *cash holding* serta profitabilitas, memiliki pengaruh positif terhadap *income smoothing*. Sebaliknya *bonus plan*, reputasi auditor serta *leverage* memiliki pengaruh negatif.

Berikutnya, riset yang dicoba oleh Fahrorozi, Sinarwati dan Purnamawati (2017) melaporkan variabel *cash holding* serta harga saham industri mempengaruhi terhadap *income smoothing*, sebaliknya EPS tidak mempengaruhi terhadap *income smoothing*. Setelah itu riset yang dicoba oleh Carroline dan Santioso (2020) melaporkan variabel *financial leverage*, *profitability* serta *cash holding* tidak mempengaruhi terhadap *income smoothing*.

LANDASAN TEORI

Teori agensi merupakan ikatan ataupun kontrak antara principal serta agent (Natalie & Astika 2016: 944). Teori keagenan mencerminkan ikatan antara agen dan principal hendak yang menyebabkan kesepakatan pendelegasian wewenang dari principal kepada agent. Agen yang memiliki

akses data lebih pada industri dituntut senantiasa transparan dalam pengelolaan industri. Manajer bertanggung jawab terhadap laporan keuangannya.

Income smoothing ataupun perataan laba merupakan usaha buat kurangi fluktuasi atas sebagian tingkatan laba yang dikira wajar untuk industri. Manajemen termotivasi buat melaksanakan perataan laba dengan bermacam alibi buat tujuan pajak, kompensasi ataupun bonus, serta tingkatkan persepsi pihak eksternal menimpa kinerja manajemen (Schroeder, Clark serta Cathey 2020: 187).

Cash holding merupakan *asset* likuid yang berperan sebagai perlengkapan manajer dalam melaksanakan operasional industri. *Cash holding* lebih mudah dikendalikan oleh manajer, sehingga menjadi motivasi manajer dalam melaksanakan keperluan pribadinya. Perihal ini bisa tingkatkan aplikasi *income smoothing* oleh sebab ciri jumlah kas yang ada dalam industri (Fachrorozi, Sinarwati & Purnamawati 2017: 03).

Resiko keuangan merupakan kegiatan menyelaraskan angka-angka dalam laporan keuangan dengan cara membandingkan antar satu angka dengan yang lain. Dalam riset ini rasio *financial risk* diukur memakai *leverage*. *Leverage* merupakan rasio untuk mengukur aktiva perusahaan yang dibiayai dengan utang. Dengan arti seberapa besar hutang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam makna luas dikatakan apabila *leverage* digunakan untuk mengukur keahlian industri guna membayar segala kewajibannya, dalam jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan mengalami likuidasi (Kasmir 2017: 151).

Bonus plan ataupun kompensasi bonus hendak diberikan industri kala manajemen sanggup penuhi sasaran yang diberikan oleh owner industri. Kompensasi bonus merupakan pembayaran sekalian yang diberikan sebab penuhi target kinerja (Simamora 2015: 522). Manajemen dengan skema kompensasi hendak memilah prosedur akuntansi yang bisa membagikan bonus (*reward*) guna kepentingannya. Keahlian manajemen diukur dengan *reward* yang diterima, dimana penerimaan *reward* bergantung pada laba yang diperoleh (Dwiadnyani & Mertha, 2018).

Bersumber pada rumusan permasalahan yang sudah dijabarkan, hingga hipotesis dari riset ini merupakan selaku berikut: (H1) *Cash holding* mempengaruhi terhadap *income smoothing*. (H2) *Financial risk* mempengaruhi terhadap *income smoothing*. (H3) *Bonus plan* mempengaruhi terhadap *income smoothing*. (H4) *Cash holding*, *financial risk* serta *bonus plan* secara simultan mempengaruhi *income smoothing*.

2. Method

Dalam riset ini, periset memakai tipe riset dengan tata cara kuantitatif. Populasi serta ilustrasi yang digunakan merupakan laporan tahunan industri sub zona perdagangan, jasa dan investasi yang tercatat di Bursa Dampak Indonesia tahun 2018–2019 yang berjumlah 30 industri. Metode pengambilan ilustrasi dari riset ini memakai *purposive sampling* dengan tata cara pengumpulan informasinya memakai tata cara dokumentasi.

Ada pula variabel dalam riset ini merupakan:

- 1) Variabel X1 yaitu *Cash holding*.

Cash Holding diukur melalui rerata nilai tahun 2018-2019, diformulasikan selaku berikut :

$$\text{Cash holding} = \frac{\text{Rerata Kas} + \text{Setara Kas}}{\text{Rerata Total Aset}}$$

- 2) Variabel X2 yaitu *Financial Risk*.

Financial risk diukur dengan *Leverage* yang bermanfaat buat menampilkan mutu kewajiban industri dan nilai komparatif antara angka rerata tahun 2018-2019 kewajiban dan aktiva perusahaan, diformulasikan berikut:

$$Leverage = \frac{\text{Rerata Total Hutang}}{\text{Rerata Total Aset}}$$

- 3) Variabel X3 yaitu *Bonus Plan*.

Bonus plan diukur dengan rerata nilai tahun 2018-2019 logaritma alami dari total bayaran gaji diformulasikan selaku berikut:

$$\text{Biaya Gaji} = \text{LN (Rerata total biaya gaji)}$$

- 4) Variabel Y yaitu *Income Smoothing*.

Income smoothing diukur dengan rerata nilai tahun 2018-2019 koefisien alterasi buat pergantian di untuk dengan koefisien alterasi buat pergantian penjualan diformulasikan selaku berikut:

$$\text{Income Smoothing} = \frac{\text{Rerata CV}\Delta I}{\text{Rerata CV}\Delta S}$$

3. Result and Discussion

Pengujian Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3,56709141
Most Extreme Differences	Absolute	,146
	Positive	,146
	Negative	-,128
Test Statistic		,146
Asymp. Sig. (2-tailed)		,103 ^c

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25.0 (Data Diolah)

Uji normalitas dicoba buat membenarkan informasi nilai residual ataupun pengganggu terdistribusi dengan wajar. Guna menguji normalitas dilakukan dengan statistik non- parametiks Kolmogorov- Smirnov (K- S), dimana bila nilai probabilitas > 0, 05 hingga informasi riset terdistribusi wajar. Dalam uji tersebut menampilkan angka normalitas Asymp.Sig. (2- tailed) 0, 103 > 0, 05 hingga bisa disimpulkan kalau informasi yang digunakan berdistribusi wajar ataupun penuh angapan normalitas.

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Cash Holding	,885	1,130
	Financial Risk	,892	1,122
	Bonus Plan	,985	1,016

a. Dependent Variable: Income Smoothing

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25.0 (data diolah)

Uji multikolinieritas ialah uji yang dilakukan guna membenarkan dalam suatu model regresi ada atau tidak ada korelasi antara variabel independen. Regresi yang efektif jika variabel bebasnya tidak mempunyai korelasi yang besar. Metode yang digunakan dengan menggunakan nilai tolerance serta VIF. Jika nilai VIF di bawah 10 serta nilai tolerance di atas 0,10 berarti tidak mengalami multikolinieritas. Bersumber pada tabel 2 dikenal nilai tolerance buat variabel *cash holding* sebesar 0,885 > 0,10, variabel *financial risk* sebesar 0,892 > 0,10, serta variabel *bonus plan* sebesar 0,985 > 0,10. Sedangkan nilai VIF buat variabel *cash holding* sebesar 1,130 < 10, variabel *financial risk* sebesar 1,122 < 10, variabel *bonus plan* sebesar 1,015 < 10. Hingga dasar pengambilan keputusan yang mengacu pada uji multikolinieritas disimpulkan kalau tidak terjaln indikasi multikolinieritas dalam informasi tersebut.

Model	Coefficients ^a		T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
(Constant)	-5,990	3,877	1,559	,138
Cash Holding	,425	2,784	,094	,922
Financial Risk	-,048	,029	-,357	,724
Bonus Plan	,094	,104	,291	,777

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25.0 (data diolah)

Uji heteroskedastisitas digunakan buat mengenali serta membenarkan apakah ada penyimpangan dari perbandingan varian antara pengamatan satu dengan yang yang lain. Buat mengenali terdapatnya heteroskedastisitas dalam model regresi merupakan dengan memandang nilai Sig variabel independen. Bila nilai Sig > 0,05 tidak terjaln heteroskedastisitas. Bersumber pada pengujian informasi yang dicoba dengan uji glejser guna mengenali model regresi terjaln ketidakteraturan residual antar satu variabel dengan variabel yang lain didapat nilai glejser variabel *cash holding* sebesar 0,872 > 0,05, variabel *financial risk* sebesar 0,051 > 0,05, serta variabel *bonus plan* sebesar 0,027 > 0,05. Hingga bisa disimpulkan kalau dalam model regresi ini tidak terjaln heteroskedastisitas terhadap informasi yang diuji.

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,342 ^a	,117	,015	3,7672684	1,860

a. Predictors: (Constant), Cash Holding, Financial Risk, Bonus Plan

b. Dependent Variable: Income Smoothing

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25.0 (data diolah)

Uji autokorelasi guna menguji model regresi khususnya terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (U) pada periode t dengan U pada periode t-1. Pengambilan keputusan bisa di amati dari nilai Durbin Watson (DW) antara 1,7206 s/d 2,2794 berarti tidak terdapat autokorelasi. Dari tabel 4 diperoleh nilai DW sebesar 1,860 cocok dengan kriteria pengambilan keputusan Durbin Watson ialah

terletak diantara 1, 7206 s/ d 2, 2794, yang maksudnya tidak terjalin autokorelasi terhadap informasi yang di uji.

Pengujian Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a	
	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	-9,093	6,981
Cash Holding	2,970	4,995
Financial Risk	-,017	,042
Bonus Plan	,445	,293

a. Dependent Variable: Income Smoothing

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25.0 (data diolah)

Penyajian dalam tabel 5, diperoleh persamaan regresi berikut:

$$Y = -9,093 + 2,970 X_1 - 0,017 X_2 + 0,445 X_3 + e$$

Diperoleh hasil nilai adjusted (R²) sebesar 0, 015 (1,5 %) berarti alterasi ataupun pergantian dari *income smoothing* (Y) sebesar 1,5% diakibatkan *cash holding* (X₁), *financial risk* (X₂), serta *bonus plan* (X₃) oleh sebaliknya sisanya sebesar 98, 5% bisa diakibatkan oleh variabel lain selain dalam riset ini.

Pengujian Hipotesis

Variabel Independen	t hitung	Sig.	Keterangan
Cash Holding (X ₁)	,595	,557	Tidak Signifikan
Financial Risk (X ₂)	-,413	,683	Tidak Signifikan
Bonus Plan (X ₃)	1,520	,141	Tidak Signifikan

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25.0 (data diolah)

Bersumber pada hasil uji- t pada tabel 6, menampilkan kalau *cash holding* mempunyai nilai t- hitung 0,595 dengan nilai signifikansi 0,557 lebih besar dari 0,05 (0, 557 > 0, 05), dengan demikian berarti H1 ditolak yang artinya *cash holding* (X₁) tidak mempengaruhi *income smoothing* (Y). Sehingga hipotesis pertama yang diajukan peneliti tidak diterima serta tidak teruji kebenarannya.

Financial risk mempunyai nilai t- hitung -0.413 dengan nilai signifikansi 0,683 lebih besar dari 0, 05 (0,683 > 0,05), dengan demikian berarti H2 ditolak. Dengan arti *financial risk* (X₂) tidak mempengaruhi *income smoothing* (Y). Hipotesis kedua yang diajukan peneliti ditolak.

Bonus plan mempunyai nilai t- hitung 1,520 dengan nilai signifikansi 0,141 lebih besar dari 0,05 (0,141 > 0,05) dengan demikian berarti H3 ditolak. Maksudnya, kalau *bonus plan* (X₃) tidak mempengaruhi terhadap *income smoothing* (Y). Hipotesis ketiga yang diajukan peneliti ditolak.

Variabel Dependen	F hitung	Sig.	Keterangan
Income Smoothing (Y)	1,14	,349	Signifikan

Sumber : Output IBM SPSS Statistic Versi 25.0 (data diolah)

Bersumber pada hasil tabel 7 Hasil Uji F, hingga bisa dipaparkan kalau Hipotesis keempat yang

berbunyi "*Cash Holding* (X1), *Financial Risk* (X2) serta *Bonus Plan* (X3) Mempengaruhi Secara Simultan terhadap *Income smoothing* pada Industri zona Perdagangan, Jasa serta Investasi yang Tercatat di Bursa Dampak Indonesia Periode 2018- 2019". Dari hasil perhitungan, didapatkan F-hitung sebesar 1,14 dengan nilai signifikansi sebesar 0,349 sehingga Sign. F lebih besar dari 0,05 ($0,349 < 0,05$), dengan demikian H4 ditolak. Maksudnya kalau X1, X2 dan X3 tidak mempengaruhi *Income Smoothing*(Y). Sehingga hipotesis keempat yang diajukan ditolak serta tidak teruji kebenarannya.

4. Conclusion

Bersumber pada hasil regresi berganda dengan aplikasi SPSS 25.0 serta ulasan yang ada dalam bab tadinya hingga bisa diberikan kesimpulan, koefisien determinasi diperoleh nilai Koefisien Determinasi (R²) sebesar 0,015. Maksudnya, *Cash Holding* (X1), *Financial Risk* (X2) serta *Bonus Plan* (X3) Mempengaruhi *Income smoothing* sebesar 1,5% sebaliknya 98,5% dipengaruhi oleh faktor- faktor lain diluar variabel independennya. Sebaliknya, buat hasil pengujian hipotesisnya bisa disimpulkan selaku berikut:

1. Dari hasil uji-t diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,595 dengan taraf signifikansi sebesar 0,557 hingga bisa dikatakan kalau *cash holding* tidak mempengaruhi *income smoothing* dan hipotesis pertama ditolak.
2. Dari hasil uji-t diperoleh nilai t-hitung sebesar -0,413 dengan taraf signifikansi sebesar 0,683 hingga bisa dikatakan kalau *financial risk* tidak mempengaruhi *income smoothing* sehingga hipotesis kedua yang berbunyi "*Financial Risk* mempengaruhi *Income Smoothing* pada industri zona perdagangan, jasa serta investasi yang tercatat di Bursa Dampak Indonesia tahun 2018- 2019" ditolak.
3. Dari hasil pengujian hipotesis memakai uji-t diperoleh nilai t- hitung sebesar 1,520 dengan taraf signifikansi sebesar 0,141 ($0,141 > 0,05$) hingga bisa dikatakan kalau *bonus plan* tidak mempengaruhi *income smoothing* sehingga hipotesis ketiga yang berbunyi "*Bonus Plan* mempengaruhi terhadap *Income Smoothing* pada industri zona perdagangan, jasa serta investasi yang tercatat di Bursa Dampak Indonesia tahun 2018- 2019" ditolak.
4. Dari hasil pengujian hipotesis memakai uji-f diperoleh nilai f- hitung sebesar 1,14 dengan taraf signifikansi sebesar 0,349 ($0,349 < 0,05$) hingga bisa dikatakan kalau *cash holding*, *financial risk*, serta *bonus plan* tidak mempengaruhi secara simultan pada *income smoothing* sehingga hipotesis keempat yang berbunyi "*Cash Holding*, *Financial Risk*, serta *Bonus Plan* tidak mempengaruhi secara simultan terhadap *Income Smoothing* pada industri sub zona perdagangan, jasa serta investasi yang tercatat di Bursa Dampak Indonesia periode 2018- 2019" ditolak.

IMPLIKASI

Implikasi dari hasil riset ini merupakan buat mengenali terbentuknya *dysfunctional behavior* (sikap menyimpang) yang berbentuk aksi industri dalam memantapkan laba ialah dengan melaksanakan aplikasi *income smoothing* dalam laporan keuangan. Perihal ini disebabkan *cash holding*, *financial risk*, serta *bonus plan* bisa berikan pengaruh manajemen terhadap *income smoothing*.

Dalam upaya mengoptimalkan laporan keuangan, industri butuh mencermati resiko sistematis yang diukur dengan *cash holding* sebab resiko tersebut tidak bisa dihilangkan dengan melaksanakan gratis *cash flow* lewat laporan keuangan serta lebih efisien dalam melaksanakan *bonus plan* sehingga bisa tingkatkan pemasukan (deviden) cocok yang diharapkan oleh investor. Tidak hanya itu, industri sebaiknya tingkatkan efisiensi serta produktivitas industri supaya *financial risk* menampilkan nilai yang positif. Nilai yang positif menampilkan sudah terjalin nilai tambah murah untuk industri sehabis industri membayarkan seluruh kewajiban hutangnya menampilkan industri sanggup penuhi kewajibannya dengan baik serta laba yang dihasilkan pula hendak normal serta tidak berfluktuasi sehingga mempunyai keyakinan investor buat melaksanakan investasi pada industri serta pihak kreditur percaya buat membagikan pinjaman kembali..

KETERBATASAN PENELITIAN

Riset ini mempunyai keterbatasan antara lain populasi serta ilustrasi yang digunakan cuma sebatas industri zona perdagangan, jasa serta investasi sehingga riset ini tidak bisa digunakan selaku penentu terhadap riset yang memakai obyek industri lain. tidak hanya itu, variabel yang digunakan cuma 3 variabel, diharapkan buat riset berikutnya bisa menaikkan variabel lain semacam likuiditas, dimensi industri, kepemilikan manajerial serta variabel yang lain.

REFERENCES

- Carolline, & Santioso, L. (2020). Pengaruh Financial Leverage, Profitability dan Cash Holding terhadap Income Smoothing. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, Vol.2, No.7, 1353-1361.
- Dewantari, N. P. S., & Badera, I. D. N. (2015). Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Dan Financial Leverage Sebagai Prediktor Perataan Laba. *Jurnal Akuntansi Universitas Udaya*, Vol.10, No.2, 538-553.
- Dwiadnyani, N. M., & Mertha, I. M. (2018). Pengaruh Bonus Plan dan Corporate Governance pada Income Smoothing. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.24, No.2, 1600-1631.
- Fachrorozi, Sinarwati, N. K., & Purnamawati, I. G. A. (2017). Pengaruh Cash Holding, Harga Saham Perusahaan, Dan Earning Per Share Terhadap Income Smoothing (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol.7, No.1.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sari, S. Y., & et al., (2020). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Income Smoothing Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Perkebunan Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Akuntansi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang*, Vol.4, No.1, 48-56.
- Schroeder, R. G., Clark, M. W., & Cathey, J. M. (2020). *Teori Akuntansi Keuangan*. Jakrta: Salemba Empat

PENGARUH LIKUIDITAS, EFEKTIVITAS MODAL KERJA TERHADAP PROFITABILITAS PADA PT. UNILEVER INDONESIA, Tbk DI BEI

Sahilah Rizki Saputri¹, Sigit Prihanto Utomo²
Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia¹²
Koresponden : sigitprihanto0@gmail.com²

Abstract

This study aims to identify the effect of liquidity and the effectiveness of working capital on profitability at PT. Unilever Indonesia, Tbk. The independent variables that are determined are liquidity and working capital effectiveness, liquidity measurement uses the current ratio and working capital turnover measurement for working capital effectiveness, on the other hand the dependent variable determined is profitability by measuring return on assets. The population in the research is data from the financial statements of PT. Unilever Indonesia, Tbk in 2012-2019, the sample is the profit and loss statement and the quarterly balance report of PT. Unilever Indonesia, Tbk in 2012-2019. Quantitative research methods are used with purposive sampling as a sample, and data collection techniques using documentation. Data analysis used multiple linear regression method through SPSS 25 for windows application. The test results obtained from the calculation of the t test that liquidity (QR) has a positive and significant effect on profitability (ROA), and the effectiveness of working capital (WCT) has a positive and significant effect on profitability (ROA). While testing the calculation of the F test of all variables also has a positive and significant effect on profitability (ROA).

Keywords: *Liquidity, Effectiveness of Working Capital, Profitability.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan dalam mengenali adanya pengaruh likuiditas serta efektivitas modal kerja terhadap profitabilitas pada PT. Unilever Indonesia, Tbk. Variabel bebas yang ditetapkan ialah likuiditas serta efektivitas modal kerja, pengukuran likuiditas memakai current ratio serta pengukuran working capital turnover untuk efektivitas modal kerja, sebaliknya variabel terikat yang ditetapkan ialah profitabilitas dengan pengukuran return on asset. Populasi dalam riset merupakan data laporan keuangan PT. Unilever Indonesia, Tbk tahun 2012- 2019, sampelnya merupakan laporan laba rugi serta laporan neraca per triwulan PT. Unilever Indonesia, Tbk tahun 2012- 2019. Digunakannya metode penelitian jenis kuantitatif dengan pemilihan sampelnya purposive sampling, serta teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi. Analisis data memakai metode regresi linier berganda melalui aplikasi SPSS 25 for windows. Hasil pengujian yang diperoleh dari perhitungan Uji t bahwasannya likuiditas (QR) berpengaruh positif serta signifikan terhadap profitabilitas (ROA), serta efektivitas modal kerja (WCT) berpengaruh positif serta signifikan terhadap profitabilitas (ROA). Sedangkan pengujian perhitungan Uji F seluruh variabel juga berpengaruh positif serta signifikan terhadap profitabilitas (ROA).

Keywords: *Likuiditas, Efektivitas Modal Kerja, Profitabilitas*

1. Introduction

Dalam pertumbuhan persaingan umum dikala ini menekan industri untuk sanggup bersaing dengan industri yang lain, dengan mengestimasi dan siap mengalami apapun situasi agar tetap bertahan pula sanggup menggapai kemajuan persaingan antar industri. Tiap perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasional senantiasa ditunjukan pada tujuan tertentu. Salah satu tujuan perusahaan ialah mencari keuntungan yang optimal, tidak hanya untuk mencari keuntungan industri pula wajib memiliki pengembangan usaha supaya bisa menata likuiditas, mengelola efektivitas modal

kerja serta tetap berkompeten dalam meningkatkan profitabilitas industri. Analisis yang bisa digunakan dalam mengetahui perihal tersebut, ialah memakai analisis rasio keuangan, seperti rasio likuiditas memakai current ratio, efektivitas modal kerja digunakannya rasio aktivitas dengan working capital turnover serta rasio profitabilitas dengan return on asset.

Rasio likuiditas ialah sesuatu kebutuhan industri buat mengganti aset jadi kemampuan dalam mendapatkan sesuatu kas (Harahap, 2016). Guna serta maksud rasio likuiditas merupakan untuk memperkirakan hendak kemampuan industri dalam melunasi kewajibannya yang lekas habis waktunya (Hery, 2018). Dalam menaksir likuiditas bisa memakai current ratio. Current ratio merupakan pengukuran daya kapasitas likuiditas dalam membayar hutang jangka pendeknya yang lekas habis waktunya dikala ditagih dengan mengenakan aktiva lancarnya (Kasmir, 2016). Likuiditas mempunyai keterkaitan erat dengan profitabilitas, diakibatkan likuiditas memperlihatkan ketersediaan modal kerja industri dikala melaksanakan aktivitas operasional. Bila likuiditas terus menjadi tinggi dalam penuhi aktivitas operasionalnya, hingga terus menjadi besar tingkatan keuntungan dalam profitabilitas industri yang didapatkan. Namun tidak sedikit industri tidak bisa membayar kewajiban hutangnya pada waktu yang sudah ditetapkan diakibatkan dana industri yang kurang cukup dalam penuhi hutang yang sudah jatuh tempo tersebut. Pengukuran likuiditas bisa diukur memakai aset lancar dibagi dengan kewajiban lancarnya. Rasio lancar sebesar 100% yang dipunyai industri sudah dikira mempunyai likuiditas yang baik.

Efektivitas modal kerja ialah kemampuan industri yang jadi tolak ukur keberhasilan sasaran usaha yang sudah ditetapkan dengan menggunakan modal kerja industri secara pas (Munawir, 2016). Tujuan modal kerja dalam industri merupakan Untuk penuhi kebutuhan akan likuiditas sesuatu industri (Kasmir, 2016). Ada pula guna dari modal kerja ialah industri hendak terlindungi akan penyusutan modal kerja diakibatkan turunnya nilai aset lancar (Munawir, 2016). Berartinya pengelolaan modal kerja yang pas sebab modal kerja sangat dibutuhkan untuk jalannya usaha industri. Industri wajib sanggup mengawasi perputaran modal kerja supaya bisa kembali pada waktu yang sudah ditetapkan, dengan lancarnya industri dalam mengelola perputaran modal kerja maka aktivitas operasional industri ditentukan bakal mudah tanpa terdapatnya kekurangan dana pada dikala membiayai pengeluaran industri. Perputaran modal kerja yang cepat maka jua akan cepat pula industri menghasilkan laba. Dari komponen modal kerja terdapat sebagian penanda yang dijalankan dalam menghitung efektivitas modal kerja ialah dengan working capital turnover (WCT). WCT dimaksud sebagai rasio yang gunanya memproyeksikan efektif tidaknya modal kerja perusahaan dalam waktu tertentu (Kasmir, 2016). Modal kerja yang dikelola secara baik akan menggapai sukses dalam memproduksi barang serta jasa. Dengan modal kerja yang layak tanpa terdapatnya kekurangan dana, hingga aktivitas penciptaan industri akan mudah serta tujuan industri pula terpenuhi. Apabila industri hadapi kesusahan modal kerja serta pendanaan keuangan akan sistem pabrikasi, maka keuntungan serta pemasukan yang diperoleh industri akan hilang.

Profitabilitas ialah kemampuan industri dalam memperoleh laba secara optimal dengan dimensi persentase dalam memperhitungkan pemasukan laba cocok dengan tingkatan yang diterima, tingkatan profitabilitas yang besar tingkatan efisiensi dalam melaksanakan aktivitas operasi industri, menjadikan industri mempunyai kemampuan dalam menghasilkan laba secara maksimum (Kasmir, 2016). Dalam menggapai tujuan tersebut industri akan senantiasa mengoptimalkan labanya yang gunanya buat mencari profitabilitas. Tujuan dari rasio profitabilitas merupakan sebagai pengukuran pertumbuhan laba industri antara tahun saat ini dengan tahun tadinya (Kasmir, 2016), pula sebagai alat dalam mengukur

keuntungan bersih terhadap penjualan sehabis pajak (Agnes Sawir, 2015). Ada pula penanda dalam mengukur rasio profitabilitas ialah dengan memakai return on asset. Return on asset dimaksud sebagai pengukuran kemampuan profitabilitas dalam memperoleh laba dilihat dari segala aset yang dimiliki industri sehingga sanggup menggapai profit yang diinginkan. Dengan memakai rasio profitabilitas industri, manajer serta pihak lain dapat mengenali gimana tingkatan kemampuan keuangan sesuatu industri, sehingga bisa mencerminkan kondisi finansial dengan modal yang sudah ditanamkan.

Perusahaan PT. Unilever, Tbk bila sanggup penuhi kewajiban hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjangnya dalam kondisi likuid, maka keuangan industri dikatakan dalam keadaan baik. Supaya keuangan industri dikatakan dalam kondisi sehat, hingga industri membutuhkan pengelolaan dana secara maksimal sehingga bisa tercapainya tujuan industri, salah satu maksud utama ialah mendapatkan laba yang optimal. Dengan demikian dalam mencari tau pengaruh likuiditas dan efektivitas modal kerja terhadap profitabilitas di PT Unilever Indonesia dikerjakannya analisis dengan digunakannya rasio keuangan. Semacam current ratio, working capital turnover serta return on asset sehingga dapat mengenali baik ataupun tidaknya kinerja industri tersebut.

2. Method

Dalam penelitian menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif yang termasuk kedalam jenis penelitian sebab- akibat, yaitu dimana penelitian ini lebih menekankan akan hubungan kausalitas antara pengaruh likuiditas dan efektivitas modal kerja terhadap profitabilitas. Riset ini dilakukan pada PT. Unilever Indonesia, Tbk dimana informasi yang diperoleh sudah dipublikasikan oleh web BEI.

Digunakannya data laporan keuangan PT. Unilever Indonesia, Tbk tahun 2012- 2019 sebagai populasi, serta digunakannya laporan neraca dan laporan laba rugi PT. Unilever Indonesia, Tbk sepanjang 8 tahun yakni tahun 2012- 2019, diambil dari tahun triwulan I 2012 sampai dengan triwulan IV 2019 sebagai sampelnya, menggunakan purposive sampling atau biasa disebut sampel bertujuan dalam pengambilan sampelnya. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam riset ini yang termasuk ke dalam sumber data sekunder. Teknik analisis datanya menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik(uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi), analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis(uji t, uji F dan uji koefisien determinasi R^2).

3. Result and Discussion

Analisis Data Penelitian

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
QR (X1)	32	60,56	91,08	75,6691	8,70156
WCT (X2)	32	1,18	9,45	4,4281	2,30956
ROA (Y)	32	7,93	46,66	24,3200	11,90718
Valid N (listwise)	32				

Sumber : SPSS 25, data diolah penulis 2021

Pada tabel 1 tersebut, variabel *Current Ratio (QR)* mempunyai nilai minimum 60,56, nilai maximum 91,08, nilai mean sebesar 75,6691, serta sebesar 8,70156 nilai standar deviasinya, artinya lebih kecilnya nilai standar daripada nilai mean, didapati bahwa penyebaran nilainya merata karenan penyimpangan datanya rendah. *Working Capital Turnover (WCT)* dari 32 buah sampel diketahui sebesar 1,18 dari nilai minimumnya, sebesar 9,45 nilai maksimumnya, nilai mean PT unilever Indonesia, Tbk periode 2012-2019 sebesar 4,4281, serta nilai deviasi sebesar 2,30956, yang artinya nilai mean working capital turnover periode 2012-2019 lebih besar dari nilai standar, ini menunjukkan meratanya penyebaran nilai jadi terjadinya penyimpangan data rendah. *Return On Asset (ROA)* dari 32 buah sampel diketahui sebesar 7,93 untuk nilai minimum, sebesar 46,66 untuk nilai maksimum, nilai rata-rata PT unilever Indonesia, Tbk periode 2012-2019 sebesar 24,3200, serta nilai deviasi sebesar 11,90718, yang artinya nilai standar lebih rendah dari nilai working capital turnover periode 2012-2019, didapati bahwa meratanya penyebaran nilai jadi terjadinya penyimpangan data rendah.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	5.14055546
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.134
	Negative	-.089
Test Statistic		.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.152 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : SPSS 25, data diolah penulis 2021

Pada tabel 2, hasil uji normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov yang digunakan telah layak digunakan sebagai penelitian karena variabel berdistribusi normal, dapat diketahui sebesar 0,152 pada nilai Asymp. Sig (2-tailed) nya yang lebih besar dari 0,05 signifikansi (p-value).

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

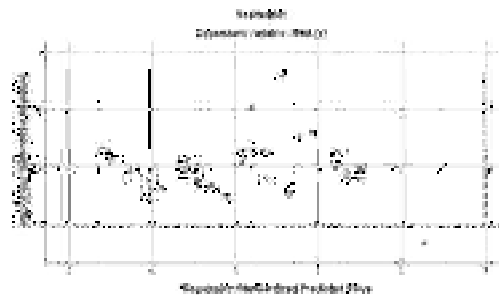
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-44.131	14.548		-3.061	.005		
	QR (X1)	.554	.184	.405	3.387	.002	.460	2.223
	WCT (X2)	5.803	.816	1.161	9.708	.000	.460	2.223

a. Dependent Variable: ROA (Y)

Sumber : SPSS 25, data diolah penulis 2021

Dari tabel 3 tersebut, hasilnya dapat disimpulkan bahwa tidak adanya masalah dengan multikolinearitas dari kedua variabel tersebut tidak karena lebih rendahnya nilai VIF dari 10 (QR 2,223, WCT 2,223) dan tidak kurangnya nilai *tolerance* dari 0,1, sehingga model (QR 0,450 WCT 0,450) dapat diartikan terlepas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Grafik Scatterplot

Sumber : SPSS 25, data diolah penulis 2021

Pada gambar 1 tersebut, terlihat bahwa grafik scatterplot kumpulan titik pada gambar menyebar secara acak pada sumbu Y diatas ataupun dibawah angka 0. Jadi diartikan bahwa hasil uji terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,902 ^a	,814	,801	5,31497	1,630

a. Predictors: (Constant), WCT (X2), QR (X1)

b. Dependent Variable: ROA (Y)

Sumber : SPSS 25, data diolah penulis 2021

Pada tabel 4 tersebut, sebesar 1,630 pada nilai Durbin-Watson dengan nilai $dL = 1,309$ serta $dU = 1,574$. Jadi didapatkan nilai 2,426 dari $4 - dU$ sebesar $4 - 1,574$. dan nilai $4 - dL$ sebesar $4 - 1,309 = 2,691$, sehingga diartikan bahwa uji penelitian ini tidak terjadinya indikasi autokorelasi baik negatif maupun positif dikarenakan nilai D-W terletak diantara dU serta $4 - dU$ ($dU < d < 4 - dU = 1,309 < 1,574 < 2,426$).

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-44,101	14,549		-3,031	,005		
	QR (X ₁)	,554	,164	,405	3,387	,002	,450	2,223
	WCT (X ₂)	5,883	,616	1,161	9,708	,000	,450	2,223

a. Dependent Variable: ROA (Y)

Sumber : SPSS 25, data diolah penulis 2021

Pada tabel 5, perumusan persamaan model regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = -44,101 + (0,405 X_1) + (1,161 X_2) + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan yaitu antara lain :

a = Persamaan regresi linier berganda di atas, diketahui sebesar -44,101 pada nilai konstanta. Nilai konstanta sebesar -44,101 berarti jika variabel *current ratio* dan *working capital turnover* adalah nol maka nilai *return on asset* adalah sebesar konstanta yaitu -44,101.

$b_1 = 0,405$, memperlihatkan variabel likuiditas / QR (X₁) berpengaruh positif, yang diartikan apabila *current ratio* meningkat 1% maka profitabilitas / ROA (Y) juga akan naik sebesar 0,405 atau 40,5% dan dianggap konstan dari asumsi variabel lain.

$b^2 = 1,161$, menunjukkan variabel efektivitas modal kerja / WCT (X₂) berpengaruh positif, artinya apabila *working capital turnover* meningkat 1% maka profitabilitas / ROA (Y) juga akan naik sebesar 1,161 atau 116,1% dan dianggap konstan dari asumsi variabel lain.

Uji Hipotesis

Uji t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-44,101	14,548		-3,031	,005		
	QR (X ₁)	,554	,164	,405	3,387	,002	,450	2,223
	WCT (X ₂)	5,883	,616	1,161	9,708	,000	,450	2,223

a. Dependent Variable: ROA (Y)

Sumber : SPSS 25, data diolah penulis 2021

Penentuan t tabel dengan $\alpha = 0,05$, $n = 32$ dan $k = 2$ didapat nilai t tabel, $t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,025 ; 29)$, dilihat t tabel dan didapatkan nilai yaitu 2,045. Dari uji hipotesis secara parsial pada setiap masing-masing variabel independen dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Hipotesis 1

Pada tabel 6 diatas, dilakukan uji statistik secara parsial didapatkan sebesar 3,387 pada nilai t hitung dan t tabel sebesar 2,045 maka lebih besarnya t hitung daripada t tabel ($3,387 > 2,045$). Tabel di atas juga memperlihatkan sebesar 0,002 pada nilai signifikan, sehingga nilai $\text{sig} = 0,002 < 0,05$, yang diartikan likuiditas (QR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas (ROA). Hasil uji t

berarti menunjang hipotesis H_1 dapat diterima bahwa likuiditas (QR) berpengaruh positif serta signifikan terhadap profitabilitas (ROA).

b. Hipotesis 2

Pada tabel 6 diatas, dilakukan uji statistik secara parsial didapatkan 9,708 pada nilai t hitung dan t tabelnya 2,045, maka lebih besarnya t hitung daripada t tabel ($9,708 > 2,045$). Ditunjukkan sebesar 0,00 pada nilai signifikan, sehingga nilai $\text{sig} = 0,00 < 0,05$, diartikan efektivitas modal kerja (WCT) berpengaruh positif terhadap profitabilitas (ROA). Hasil uji t mengungkapkan hipotesis H_2 dapat diterima jadi efektivitas modal kerja (WCT) berpengaruh positif serta signifikan terhadap profitabilitas (ROA).

Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	DF	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3575,993	2	1787,997	63,294	,000 ^b
	Residual	819,218	29	28,249		
	Total	4395,211	31			

a. Dependent Variable: ROA (Y)

b. Predictors: (Constant), WCT (X2), QR (X1)

Sumber : SPSS 25, data diolah penulis 2021

Dapat dilihat Tabel 7 diatas, ditunjukkan bahwa sebesar 63,294 pada nilai F hitung dengan sebesar 3,32 pada nilai nilai F tabel, sehingga lebih besarnya F hitung daripada F tabel ($63,294 > 3,32$). Hasil perhitungan di atas ditunjukkan bahwa nilai signifikan adalah $0,000 < 0,05$, maka diartikan bahwa likuiditas (QR) dan efektivitas modal kerja (WCT) berpengaruh positif serta signifikan secara simultan terhadap profitabilitas (ROA).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,902 ^b	,814	,801	5,31497	1,630

a. Predictors: (Constant), WCT (X2), QR (X1)

b. Dependent Variable: ROA (Y)

Sumber : SPSS 25, data diolah penulis 2021

Dari tabel 8 diatas, dapat ditunjukkan bahwa sebesar $0,801 = 80,1\%$ pada nilai adjust R Square (R^2), ini diartikan bahwa variabel independen Current Ratio dan Working Capital Turnover berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Return On Asset sebesar 80,1% (adjust R Square). Sedangkan selebihnya 19,9% ($100\% - 80,1\%$) di luar model ini diuraikan oleh variabel lain.

4. Conclusion

Pada hasil data yang telah dianalisis di atas dengan menggunakan software SPSS 25, dapat diambil kesimpulan data yang dipergunakan dalam penelitian berdistribusi normal serta hasil analisis regresi linier berganda memperlihatkan semua hipotesis diterima, mulai dari hipotesis pertama, kedua sampai hipotesis ketiga. Simpulan hasil data analisis yaitu sebagai berikut :

1. Hasil pengujian dan pembahasan hipotesis, likuiditas (QR) terhadap profitabilitas (ROA) lewat uji t dengan nilai signifikansi 0,002, secara parsial menunjukkan likuiditas berpengaruh positif serta signifikan dengan nilai Beta 0,405 terhadap profitabilitas. Maka diartikan bahwa dalam meningkatkan profitabilitas (ROA) likuiditas mempunyai peran yang penting.
2. Efektivitas modal kerja (WCT) terhadap profitabilitas (ROA) dengan signifikansi 0,000 melalui uji t, secara parsial menunjukkan efektivitas modal kerja berpengaruh positif serta signifikan terhadap profitabilitas. Maka diartikan bahwa dalam meningkatkan profitabilitas (ROA) efektivitas modal kerja mempunyai peran yang penting.
3. Likuiditas (QR) dan efektivitas modal kerja (WCT) terhadap profitabilitas dengan signifikansi 0,000 melalui uji F, menunjukkan secara simultan juga berpengaruh positif serta signifikan terhadap profitabilitas (ROA).

IMPLIKASI

Beberapa implikasi dalam riset yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Likuiditas (QR) pengaruhi profitabilitas (ROA), hal ini mengindikasikan bahwa apabila semakin tinggi likuiditas perusahaan dalam kemampuan membayar kewajibannya, maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba atau profitabilitas semakin meningkat. Oleh karena itu PT Unilever Indonesia Tbk harus meningkatkan aktiva lancar dan mengurangi utang lancar agar dapat meminimalisir terjadinya penurunan profitabilitas.
2. Efektivitas modal kerja (WCT) mempengaruhi profitabilitas (ROA), perihal ini mengindikasikan bahwa efektivitas modal kerja suatu perusahaan harus menjadi pertimbangan dalam perusahaan karena mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas. Apabila semakin tinggi efektivitas modal kerja dilihat dari perputaran modal kerja, maka semakin cepat dana yang diinvestasikan ke kas sehingga semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba dan profitabilitas perusahaan meningkat. Oleh karena itu PT Unilever Indonesia Tbk disarankan untuk lebih meningkatkan perputaran modal kerja karena termasuk faktor pendorong dalam profitabilitas, jadi kinerja perusahaan akan tetap dalam kondisi yang baik.

KETERBATASAN PENELITIAN

Untuk membatasi permasalahan dari fokus penelitian yang telah ditetapkan, maka peneliti hanya fokus meneliti pada indikator variabel yang telah ditentukan yaitu variabel likuiditas diukur dengan *current ratio*, variabel efektivitas modal kerja digunakan pengukuran dengan *working capital turnover* dan variabel profitabilitas digunakan pengukuran dengan *return on asset*, peneliti tidak menganalisis selain dari indikator variabel tersebut dan peneliti hanya melakukan penelitian di PT. Unilever Indonesia, Tbk.

REFERENCES

- Agnes Sawir. 2015. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Agung Laksana. (2015). Efektivitas Pengelolaan Modal Kerja Dalam Usaha Menjaga Likuiditas Dan Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2) , 40-53.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2016. *Analisis Kritis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hery. 2017. *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep dan Analisis*. Jakarta: Grasindo.
- Hery. 2018. *Analisis Laporan Keuangan : Integrated and Comprehensive Edition. Cetakan Ketiga*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Kasmir . 2018. *Analisis Laporan Keuangan* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan* . Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Munawir, S. 2016. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Analisis Faktor yang Mempengaruhi CAR pada Bank Umum Syariah di Indonesia

Luluk Qoirul Khasanah¹, Taudlikhul Afkar², Rina Fariana³

Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia¹²³

Koresponden : afkar@unipasby.ac.id ²

Abstract

Capital adequacy (CAR) is one of the indicators of banking health, so that banks are required to have sufficient capital to support losses or risks that may occur to the bank. The obligations of banks in conducting business activities must pay attention to the principle of prudence, where the most fundamental aspect of this principle is the Capital Adequacy Ratio or abbreviated as CAR. The purpose of this study is to discuss CAR which can be influenced by Credit Risk (NPF), Profitability (ROA), company size (Size) and liquidity (FDR). In 2015 to 2019 there were 15 Islamic commercial banks registered with the Financial Services Authority (OJK). Of the 15 Islamic commercial banks, the researcher only focuses on the financial statements of 8 Islamic commercial banks as the research sample. Researchers used multiple linear regression with hypothesis testing (t-test) as a method of research data analysis. The results of individual hypothesis testing (t-test) show that the NPF variable has an influence on the level of capital adequacy as represented by CAR. meanwhile, the variables ROA, Size and FDR have no effect on the acquisition of the bank's capital adequacy level.

Keywords: Capital Adequacy Ratio, NPF, ROA, FDR, Size

Abstrak

Kecukupan modal (CAR) menjadi salah satu indikator kesehatan perbankan, sehingga bank diharuskan memiliki modal yang cukup untuk menyangga kerugian atau risiko yang mungkin terjadi pada bank. Kewajiban bank dalam melakukan kegiatan usaha harus memperhatikan prinsip kehati-hatian, dimana aspek yang paling mendasar pada prinsip tersebut ialah Capital Adequacy Ratio atau disingkat dengan CAR. Tujuan penelitian ini untuk membahas CAR yang mampu dipengaruhi oleh Risiko Kredit (NPF), Profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (Size) dan likuiditas (FDR). Di tahun 2015 sampai 2019 ada sebanyak 15 bank umum syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dari 15 bank umum syariah, peneliti hanya berfokus pada laporan keuangan 8 bank umum syariah sebagai sampel penelitian. Peneliti menggunakan regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis (Uji-t) sebagai metode analisis data penelitian. Hasil pengujian hipotesis secara individu (uji-t) menunjukkan variabel NPF memberikan pengaruh pada tingkat kecukupan modal yang direpresentasikan dengan CAR. sedangkan variabel ROA, Size dan FDR tidak memiliki pengaruh pada perolehan tingkat Kecukupan modal perbankan.

Keywords: Capital Adequacy Ratio, NPF, ROA, FDR, Size

1. Introduction

Modal adalah sumber dana bank yang digunakan untuk menjalankan operasional usahanya (Afkar, 2015). Jika suatu bank mengalami penurunan jumlah modal maka akan mempengaruhi pada kegiatan operasional bank. Kecukupan modal yang sesuai dan memadai merupakan gambaran suatu bank untuk melindungi dari kerugian yang tidak terduga. Semakin besar tingkat CAR pada bank maka semakin bagus kemampuan bank menanggung risiko kerugian (Ulva, Utomo, Afkar, 2019). Risiko kredit merupakan risiko bank yang menunjukkan kerugian dikarenakan gagal bayar atau ketidakmampuan dari nasabah atas kewajiban pembayaran pembiayaan yang telah diterima nasabah yang disebabkan oleh faktor eksternal (Afkar, 2015).

Upaya menyehatkan permodalan bank maka bank harus memperoleh keuntungan. (Kasmir, 2010) menjelaskan bahwa keuntungan atau yang disebut dengan Profitabilitas merupakan analisis rasio keuangan yang digunakan untuk menilai kapasitas perusahaan terhadap perolehan keuntungan berupa ukuran persentasi. Masalah profitabilitas merupakan hal penting untuk perkembangan bank dalam kaitannya dengan kepercayaan nasabah untuk menyimpan dananya. Ketika nilai keuntungan pada suatu bank mengalami kenaikan maka permodalan pada bank ikut meningkat.

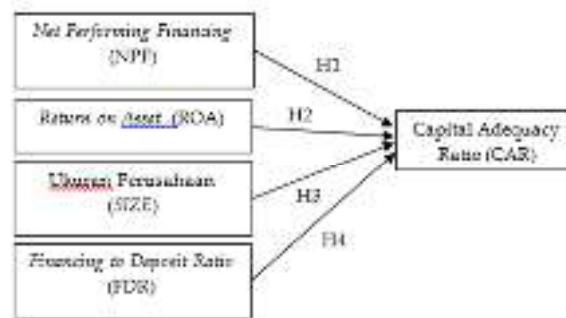
Bank dalam meningkatkan keuntungan dengan cara memperhatikan tinggi rendahnya likuiditas bank. Kapasitas bank untuk mencukupi kewajiban finansial akan jatuh tempo merupakan arti likuiditas. Ketika bank mencapai kapasitasnya dalam memenuhi kewajiban yang dimiliki maka tingkat likuiditas pada bank cukup baik. (Muljono, 2002) mengatakan bahwa permasalahan likuiditas merupakan suatu problem yang sulit bagi pihak manajemen perbankan dikarenakan tingkat likuiditas tinggi mampu mengancam kredibilitas suatu bank. Ketika terjadi kewajiban secara mendadak sumber dana sangat diperlukan untuk mengantisipasi jika bank tidak mampu menutupi kebutuhan likuiditasnya.

Aspek permodalan dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan bank, dimana penentu ukuran perusahaan berdasarkan total asset, dan asset perbankan memperlihatkan aktiva yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan. Meningkatnya nilai total asset yang sejalan dengan kinerja operasional akan meningkatkan kepercayaan pihak eksternal pada industri perbankan. Ketika terjadi peningkatan kepercayaan tersebut, maka para investor akan tertarik untuk menginvestasikan modalnya dengan begitu akan mampu mempengaruhi permodalan perbankan.

Bank Indonesia telah menetapkan syarat-syarat untuk menentukan besaran nilai rasio kecukupan modal, maka harus melihat faktor-faktor yang mampu menentukan besaran nilai tersebut. (Andhika, 2017) indikator risiko kredit pada bank umum syariah yaitu NPF kepanjangan dari *Non Performing Financing*, hasil pengujian menunjukan NPF berpengaruh positif signifikan pada CAR. (Afkar, 2014) mengatakan hal yang sama dalam penelitiannya bahwa risiko kredit atau NPF memiliki pengaruh positif signifikan terhadap CAR atau rasio kecukupan modal, risiko kredit direspresentasikan oleh *Non Performing Financing* ditunjukkan oleh pembiayaan kurang lancar mampu berpengaruh pada kecukupan modal bank umum syariah, penurunan rasio kecukupan modal disebabkan karena terdapat pembiayaan yang tidak dapat ditagih.

(Sakinah, 2011) menyatakan pengaruh *Ratio on Asset* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap rasio kecukupan modal direspresentasikan dengan CAR, namun terjadi perbedaan dengan pernyataan (Andhika, 2017) jika profitabilitas dengan pengukuran *Ratio on Equity* (ROE) memberikan pengaruh negatif signifikan pada perolehan CAR, menunjukan bahwa ketika nilai ROE mengalami kenaikan maka rasio kecukupan modal perbankan akan menurun. Peneliti (Sakinah, 2011) mengatakan FDR atau likuiditas mempunyai pengaruh positif signifikan pada tingkat perolehan CAR dan didukung oleh hasil penelitian (Andhika, 2017) likuiditas perbankan direspresentasikan dengan *Financing to Deposito Ratio* (FDR) secara persial berpengaruh positif signifikan dengan kecukupan modal pada perbankan syariah. Azizah dan taswan (2019) memberikan gambaran lain bahwa LDR memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap CAR. Penelitian (Andhika, 2017) mengatakan faktor *Size* atau ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap tingkat kecukupan modal. Namun terjadi perbandingan terbalik dengan hasil penelitian (Azizah dan Taswan, 2019) *size* mempunyai pengaruh signifikan dan positif pada perolehan nilai CAR. Bersumber pada kajian pustaka yang dipaparkan sebelumnya, terdapat beberapa peneliti yang menunjukan ketidakkonsistenan hasil penelitiannya, maka peneliti akan mengkaji dan melakukan penelitian bagaimana risiko kredit (NPF) *Size*, Profitabilitas (ROA) dan likuiditas (FDR) dalam kaitannya pada perolehan nilai CAR Perbankan Umum Syariah.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

H1 : Risiko Kredit (NPF) memberikan pengaruh pada perolehan nilai CAR

H2 : Size memberikan pengaruh pada perolehan nilai CAR

H3 : Tingkat Profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh pada perolehan nilai CAR

H4 : Tingkat Likuiditas (FDR) memiliki pengaruh pada perolehan nilai CAR

2. Method

Metode penelitian yang diterapkan yaitu dengan pendekatan kuantitatif. Dimana data dalam bentuk angka-angka, data peneliti menunjuk pada data sekunder berupa runtut waktu atau *time series*. Pada tahun 2015 hingga 2019 berjumlah 15 bank umum Syariah di Indonesia merupakan populasi penelitian. 8 bank umum syariah dengan laporan keuangan triwulan ke 4 pada yang dijadikan sampel penelitian berdasarkan kriteria pengambilan yang telah ditentukan (*purposive sampling*). Variabel penelitian antara lain *Non Performing Financing* (NPF), *Return on asset* (ROA), *Size*, *Financing to Deposit Ratio* (FDR) serta *Capital Adequacy Ratio* (CAR). peneliti menggunakan regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis secara parsial (uji-t) sebagai analisis data penelitian.

3. Result and Discussion

Laporan keuangan triwulan ke 4 diperoleh secara *time series* selama 5 tahun yaitu 2015 hingga 2019 dari 8 Bank Umum Syariah di Indonesia dijadikan data penelitian. Data tersebut berhubungan terhadap permasalahan penelitian meliputi NPF, Size, ROA dan FDR. Data diuji melalui program bantuan SPSS

Tabel 1. Hasil Pengujian Uji Asumsi Klasik

Pengujian data		Hasil Analisis	Kesimpulan
Asumsi Klasik	normalitas	diperoleh dari metode uji kolmogorof smirov besarnya Asymp. Sig. (2-tailed) (0,325> 0,05)	disimpulkan dalam model regresi ini dinyatakan data terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas
	Uji Multikolinieritas	diperoleh nilai Tolerance untuk Variabel <i>Non Performing Financing</i> (X1) adalah 0,525 > 0,10. Nilai Variance Infation Fatcor (VIF) untuk Variabel Non Performing Financing	model regresi tidak terjadi kolerasi sehingga data tidak menunjukan adanya gejala multikolinieritas.

	(X1) adalah 1,904 < 10,00.	
	Size (X2) perolehan Tolerance senilai 0,904 > 0,10. Variance Infation Factor (VIF) menunjukan 1,106 < 10,00.	
	Return On Asset (X3) adalah 0,775 > 0,10 dan untuk perolehan Variance Infation Factor (VIF) sebesar 1,291 < 10,00.	
	Financing to Deposit Ratio (X4) senilai 0,613 < 0,10 lalu perolehan Variance Infation Factor (VIF) 1,632 > 10,00.	
Heterokedastisitas	nilai signifikan variabel NPF 0,468 > 0,05, variabel Size 0,606 > 0,05, variabel ROA 0,289 > 0,05 dan FDR 0,455 > 0,05 dan memiliki t tabel senilai 1,6859 dimana t hitung < dari nilai t tabel diperoleh nilai t hitung NPF 0,734 < 1,686 nilai t hitung variabel Size 0,521 < 1,686 nilai t hitung ROA -1,077 < 1,686 nilai t hitung FDR -0,755 < 1,686	artinya tidak terjadi gejala heterokedastisitas.
uji autokolerasi	nilai Asymp. Sig 0,423 yang berarti < 0,05	data tidak mengandung gejala autokorelasi

Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil analisis regresi linier berganda

Persamaan Garis Linier Berganda	Constant	= 4,273
	X1	= -0,154
	X2	= -1,606
	X3	= 0,045
	X4	= -0,262
Koefisien Kolerasi	R	= 0,505
	Adjstuted R Square (R ²)	= 0,17

Persamaan garis regresinya sebagai berikut:

$$Y = 4,273 - 0,154X_1 - 1,606X_2 + 0,045X_3 - 0,262X_4$$

Berdasarkan model persamaan regresi linier berganda diatas, koefisien variabel terikat bernilai positif sebesar 4,273, hal ini berarti variabel bebas bernilai 0. Nilai koefisien regresi $X_1 = -0,524$ (negative), hal ini berarti kenaikan rasio NPF akan diikuti dengan penurunan CAR. variabel $X_2 = -1,606$ (Negarif), hal ini berarti setiap kenaikan Size akan diikuti dengan penurunan CAR. $X_3 = 0,045$ (positif) artinya setiap kenaikan nilai ROA maka akan diikuti dengan kenaikan CAR. $X_4 = -0,262$ (negative) hal ini berarti setiap terkenaikan FDR maka CAR akan mengalami penurunan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian menunjukkan nilai Adjusted R Square 0,17 menunjukkan variabel NPF, Size, ROA dan FDR dapat mempengaruhi variabel terikat CAR sebesar 17% sedangkan 83% dapat dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji Hipotesis

Tabel 3. Hasil uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	4,278	1,918		2,229	,033
1. lg_n1	-,368	,099	-,401	-,362	,648
2. lg_n2	-,280	1,342	-,308	-,205	,836
3. lg_n3	,245	,045	,916	5,402	,000
4. lg_n4	-,262	,136	-,290	-,193	,856

Tabel 3 menunjukkan perolehan nilai signifikan untuk NPF sebesar $0,035 < 0,05$ dapat diartikan NPF mampu memberikan pengaruh pada perolehan CAR. Size memiliki nilai signifikan sebesar $0,229 > 0,05$ maka Size tidak memiliki pengaruh terhadap CAR. variabel *Return on asset* signifikan sebesar $0,318 > 0,05$ Artinya, bahwa variabel ROA tidak memberikan pengaruh pada perolehan CAR. Nilai sig. variabel FDR sebesar $0,613 (p > 0,05)$ bahwa FDR tidak memberi pengaruh pada tingkat perolehan CAR. maka hipotesis pertama diterima dan hipotesis kedua, ketiga, keempat yang diajukan ditolak.

PEMBAHASAN

Pengaruh NPF pada Perolehan Nilai CAR

Hasil dari uji hipotesis variabel NPF didapatkan nilai signifikan kurang dari 0,05 dan t hitung bernilai negatif maka NPF berpengaruh pada perolehan nilai CAR. Berpengaruhnya risiko kredit atau NPF disebabkan karena ketidakmampuan nasabah dalam membayar kewajiban pada kurun waktu yang telah disepakati sebelumnya. Pembiayaan kurang lancar dan bermasalah menyebabkan terjadinya penurunan keuntungan yang akan diperoleh. Sehingga bank akan menggunakan sumber dana yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan saat melakukan kegiatan operasionalnya. Tinggi rendahnya nilai NPF menggambarkan bank sedang dalam keadaan baik atau buruk, dimana informasi ini akan dimanfaatkan investor dalam pengambilan keputusan untuk menanamkan modalnya. Bertambahnya kepercayaan investor dan masyarakat hal ini bank akan mempunyai sumber dana yang maksimal untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Hasil penelitian selaras dengan penelitian Oktaviana (2016) menunjukkan *Non Performing Financing* mampu memberikan pengaruh negatif pada perolehan nilai CAR. Namun hasil tersebut bertolak belakang dengan penelitian (Afkar, 2015) terdapat pengaruh signifikan dan bernilai positif antara risiko kredit dan kecukupan modal. Afkar (2015) berpendapat kredit macet yang besar atau melebihi batas kecukupan modal perbankan syariah hal ini mampu menjadikan perbankan akan rentan terjadinya kebangkrutan.

Pengaruh Size terhadap Capital Adequacy Rasio

Hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti diperoleh memperoleh bahwa variabel Size atau ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh pada nilai perolehan CAR. Skala perusahaan dinilai dari jumlah aktiva perusahaan. Total asset tidak memberikan pengaruh terhadap tingkat kecukupan modal karena ketika total asset perbankan rendah hal ini dipengaruhi oleh pertumbuhan *market share* perbankan umum syariah melambat dibawah 6% (Firman, 2019) dengan demikian ukuran perusahaan tidak selalu mempengaruhi kecukupan modal suatu bank. Hasil penelitian yang didapat tidak sejalan dengan teori Kuniawan (2013) menyatakan bahwa perubahan ukuran perusahaan akan mempengaruhi besar kecilnya modal. Hasil pengujian Sejalan dengan Buyuksalvarci dan Abdioglu (2011) memperoleh hasil variabel Size tidak berpengaruh signifikan terhadap CAR, berbeda dengan penelitian (Dewi dan putu, 2017) bahwa Size berpengaruh negative signifikan terhadap Capital Adequacy Ratio.

Pengaruh ROA pada perolehan CAR

Hipotesis penelitian menyatakan adanya pengaruh ROA terhadap CAR, hasil uji-t menunjukkan nilai signifikan variabel ROA lebih besar dari 0,05 maka tidak ada pengaruh ROA pada perolehan CAR. ROA diukur berdasarkan perbandingan laba sebelum pajak dengan total modal tidak mempengaruhi tingkat kecukupan modal perbankan. Hal ini terjadi karena komponen modal disetor lebih mendominasi daripada laba tahun berjalan sebelum pajak, menurut POJK Nomor 5/POJK.03/2015 laba tahun berjalan dapat di perhitungkan sebagai komponen modal setelah dikurang tafsiran pajak penghasilan terutang sebesar 50%. Penentuan komposisi modal yang tidak signifikan dari laba saat ini akan menyebabkan perubahan laba bank pada tahun tersebut, dan perubahan ini tidak akan berdampak signifikan terhadap perubahan jumlah modal bank. Hasil menunjukkan perbedaan pada teori Dendawijaya (2009) menyatakan semakin besar nilai ROA maka semakin baik posisi bank dari segi penggunaan aset dan semakin besar keuntungan yang diperoleh. Bukian dan gede (2016) dalam penelitiannya menunjukkan ROA tidak memiliki pengaruh signifikan pada perolehan CAR Hal ini dikarenakan keuntungan operasional yang diukur dengan ROA tidak selalu menyebabkan kenaikan tingkat kecukupan modal. Pernyataan tersebut menunjukkan perbedaan dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan Benny (2017) menunjukkan ROA memiliki hubungan positif dan memiliki nilai signifikansi pada tingkat kecukupan modal.. besaran nilai ROA suatu bank, akan menyebabkan perolehan keuntungan yang tinggi sehingga keadaan bank semakin baik dari segi penggunaan asset (Benny, 2017).

Pengaruh *Financing to Deposit Ratio* terhadap CAR

Hasil penelitian menunjukkan variabel FDR mendapatkan nilai signifikan lebih tinggi dari 0,05 sehingga hingga FDR tidak berpengaruh pada CAR. FDR tidak memiliki pengaruh pada perolehan nilai CAR karena penyaluran jumlah pembiayaan yang tinggi akan menimbulkan dampak penurunan kondisi likuiditas bank namun nilai CAR tidak akan mengalami kekurangan sebab tingkat likuiditas tidak melebihi jumlah dana yang dihimpun, dengan begitu bank tidak menambah modal disetor untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Hal ini tidak sesuai dengan teori naik turunnya nilai likuiditas akan sebanding dengan perubahan modal. Perubahan tingkat likuiditas sejalan dengan perubahan modal, sehingga likuiditas mempunyai pengaruh positif terhadap struktur modal (Kurniawan, 2013). Sorongan (2020) dalam penelitiannya variabel FDR tidak mempengaruhi pada nilai CAR. Hasil berbanding terbalik pada penelitian Roymon (2018) hasil yang diperoleh terdapat pengaruh yang positif dengan nilai signifikansi LDR pada tingkat perolehan CAR. jika tingkat likuiditas perbankan syariah rendah atau tidak mampu mengelola uang dengan baik dengan adanya uang menganggur dapat menyebabkan peluang memperoleh laba menjadi menurun (Afkar, 2017).

4. Conclusion

SIMPULAN

1. Risiko kredit yang dinilai dengan NPF mempunyai pengaruh negatif signifikan pada perolehan nilai CAR, arti negatif adalah ketika pembiayaan mengalami masalah akan menyebabkan penurunan pada laba perbankan yang diterima, sehingga bank menggunakan sumber dana yang dimiliki untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Pembiayaan macet yang terlalu sering terjadi pada bank, sebab yang ditimbulkan perbankan syariah rentan terhadap terjadinya kebangkrutan dimana bank akan menutup kebutuhan sumber dana yang dibutuhkan dengan modal sendiri, hal ini akan menurunkan tingkat perolehan nilai CAR perbankan.
2. Ukuran perusahaan atau *Size* tidak mempengaruhi pada perolehan nilai *Capital Adequacy Ratio*, maksud dari negatif antara *Size* dan CAR. Pengukuran *Size* menggunakan total asset perbankan terjadi peningkatan bank lebih cenderung menempatkan sumber dananya pada aktiva produktif, Sedangkan aktiva yang produktif mengandung risiko yang cukup besar, maka terjadi penurunan kecukupan modal dan berdampak pada CAR yang akan menurun.
3. Profitabilitas dengan pengukuran ROA tidak mempengaruhi nilai CAR, arti positif ialah tingginya rasio ini diikuti dengan tingginya *Capital Adequacy Ratio* atau meningkatnya nilai

perolehan ROA maka profit yang diperoleh perbankan akan bertambah. Maka kecukupan modal pada suatu bank terpenuhi.

4. Likuiditas bank dengan pengukuran FDR tidak mempunyai pengaruh pada perolehan nilai CAR, Arah negative pada uji-t artinya bahwa tingginya tingkat likuiditas maka bank memiliki kondisi yang riskan akan ketidak mampuan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, namun rendahnya tingkat likuiditas bank maka akan terjadi idle money atau dana mengganggu sehingga bank terlihat kurang maksimal dalam penyaluran pembiayaan.

IMPLIKASI

1. *Non Performing Financing* dalam penelitian ini mempengaruhi meningkatnya Kecukupan modal (CAR), dalam hal ini ketika terjadi kredit macet pada perbankan maka akan mempengaruhi kecukupan modal bank.
2. *Size* dalam penelitian ini tidak berpengaruh pada tingkat kecukupan modal, perbankan dengan total asset tinggi cenderung mengandung risiko akan mempengaruhi kecukupan modal yang ada.
3. *Return On Asset* dalam penelitian ini tidak mempengaruhi meningkatnya kecukupan modal, ketika perolehan *Return on Asset* meningkat sebagai wujud penerimaan keuntungan operasional maka modal suatu bank akan bertambah. Dengan begitu keuntungan akan mempengaruhi kecukupan modal perbankan.
4. Likuiditas bank yang direpresentasikan dengan FDR ini tidak mempunyai pengaruh pada peningkatan nilai kecukupan modal, tingkat likuiditas bank yang terlalu tinggi mengakibatkan menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat pada bank karena bank memiliki keterbatasan dana saat mencukupi kewajiban yang telah jatuh tempo. Maka dari itu bank berupaya menjaga tingkat likuiditasnya sehingga tidak menurunkan kecukupan modal bank.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya melakukan analisis faktor yang mempengaruhi CAR dengan variabel penelitian NPF, *Size*, ROA dan FDR. Bank Umum Syariah di Indonesia selama rentan waktu 5 tahun dari 2015 hingga 2019 digunakan sebagai data penelitian.

REFERENCES

- Afkar, Taudlikhul. 2018. Influence Analysis of Non Performing Financing by Profit-Loss Sharing Financing Contract to Probability of Islamic Commercial Bank In Indonesia. *Akrual: Jurnal Akuntansi*. 10(1): 1-14. DOI: [Http://dx.doi.org/ 10.26741/jaj.v10n1.p1-14](http://dx.doi.org/10.26741/jaj.v10n1.p1-14)
- Afkar. 2015. Pengaruh Risiko Kredit Terhadap Kecukupan Modal Perbankan Syariah di Indoneisa. *Jurnal Ekosiana*. Vol.1, No.2 September 2015
- Afkar, Taudlikuhul. 2014. Pengaruh Non Performing Finance Terhadap Likuiditas Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pasca Krisis Keuangan Global). *Ekonsiana Jurnal Ekonomi Syariah*. Volume 1 No 2, September 2014
- Andhika, Y.D., dan Suprayogi, Noven. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Capital Adequacy Ratio (CAR) Bank Umum Syariah di Indonesia. *et al/Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol-4 No. 4 april 2017
- Azizah, Diana Isma dan Taswan. 2019. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kecukupan Modal pada Bank Umum. *Prosiding SENDI_U* ISBN:978-979-3649-99-3, hal 586-598
- Bukian, Ni Made Winda Parascintya., dan Gede Merta. 2016. Pengaruh Kualitas Aset, Likuiditas, Rentabilitas dan Efisiensi Operasional terhadap Rasio Kecukupan Modal. *E-jurnal Manajemen Unud*. Vol.5 No.2, 2016: 1189-1221

- Buyuksalvarci, Ahmet & Abdioglu, Hasan. 2011. Determinants of capital adequacy ratio in Turkish Banks. *Journal of Business Management*. Vol. 5 No 27, November.
- Dendawijaya, Lukman. 2005. *Manajemen Perbankan*. Edisi Kedua. Bogor : Ghalia Indonesia
- Dewi, Ayusta Riana dan I Putu. 2017. Pengaruh Size, Likuiditas, Risiko Kredit dan Rentabilitas terhadap Rasio Kecukupan Modal. *E-jurnal Manajemen Unud*. Vol x No.x
- Firman, Deden (2019). Ojk Akui Perlambatan Pertumbuhan Aset Perbankan Syariah. *Bisnis.com*, 28 Oktober 2019
- Gumanti, tatang A. 2009. *Teori Sinyal Manajemen Keuangan*. *Usahawan* No.06 Edisi 38. Hal 4
- Kasmir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kurniawan, Galih Dwi. 2013. Pengaruh Likuiditas, ukuran perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Struktur modal (studi empiris pada perusahaan sektor perdagangan ritel di BEI periode 2009-2011). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Muljono, T.P. 2002. *Analisis Laporan Keuangan Untuk Perbankan*. Jakarta: Djambatan.
- Oktaviana, Rheza. 2016. Pengaruh Size, ROA, FDR, Npf dan BOPO terhadap Capital Adequacy Ratio pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2010-2014. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang
- Panjaitan, Roymon. 2018. Pengaruh Rasio Laba atas Investasi, Rasio Hutang atas Ekuitas, Rasio Kredit atas Dana Pihak Ketiga, dan Rasio Kredit Macam terhadap Rasio Kecukupan Modal (Studi Kasus Bank BTPN,tbk tahun 2010-2015). *Aset ESSN 1693-928X*. Vol 20 No. 2, hal.155-122
- Sakinah, Fitria. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Capital Adequacy Ratio (CAR) pada Bank Syariah di Indonesia Periode Maret 2009- Desember 2011. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Setiono, Benny Agus. 2017. Pengaruh Return on Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE) terhadap Capital Adequacy Ratio (CAR) Sektor Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhan*. Vol. 7 No.2, Maret 2017
- Sorongan, Fangky A. 2020. Pengaruh Rentabilitas, Non Performing Loan (NPL), likuiditas dan inflasi terhadap kecukupan modal (CAR) pada bank Pembangunan Daerah periode 2016-2019. *JMRSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 11(2):224-243. DOI:10.2019/JRMSI.011.2.02

PENGARUH LEVERAGE, FREE CASH FLOW, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN

Nurmala Indria Alfiyana¹, Siti Istikhoro²
Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya, Indonesia¹²
Koresponden : istitic@gmail.com²

Abstract

One of the company's goals is to obtain funds that can be used to finance activities, both in capital and expanding investment. In achieving this goal, the owner of capital gives the authority to make decisions in terms of funding, including dividend policy. Dividend policy is a rule or investment decision made by the company's management to manage the company's income to be given to investors, in general the purpose of the dividend policy is so that the company can make decisions regarding the distribution according to the number of shares distributed by investors. The quantitative approach chosen by the author in this study, the population used by the author is the discovery of shipping companies listed on the IDX for the 2015-2019 period and 9 companies used as samples. Obtained 45 observations after data transformation by purposive sampling. The results obtained indicate that leverage has a relationship and has no effect on dividend policy, on the contrary free cash flow and size have a relationship and influence on dividend policy.

Keywords: Leverage, free cash flow, company size, dividend policy

Abstrak

Salah satu tujuan perusahaan yaitu mendapatkan dana yang dapat digunakan untuk membiayai aktivitas, baik dalam modal ataupun perluasan investasi. Dalam menggapai tujuan tersebut, pemilik modal memberikan wewenang manajer untuk mengambil keputusan dalam hal pendanaan, salah satunya mengenai kebijakan dividen. Kebijakan dividen ialah suatu aturan atau keputusan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk melakukan tata kelola pendapatan perusahaan yang akan diberikan kepada para investor, pada umumnya tujuan dari adanya kebijakan dividen ialah agar perusahaan dapat mengambil keputusan terkait pembagian dividen sesuai jumlah saham yang diinvestasikan oleh investor. Pendekatan secara kuantitatif dipilih oleh penulis pada penelitian ini, populasi yang digunakan oleh penulis ialah perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI periode 2015-2019 serta 9 perusahaan dipakai sebagai sampel. Didapatkan 45 populasi pengamatan setelah dilakukan transformasi data dengan purposive sampling. Hasil yang diperoleh memberikan fakta bahwa leverage tidak mempunyai hubungan dan tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen, sebaliknya free cash flow dan ukuran perusahaan mempunyai hubungan dan berpengaruh terhadap kebijakan dividen.

Keywords: Leverage, free cash flow, ukuran perusahaan, kebijakan dividen

1. Introduction

Persaingan bisnis saat ini sudah semakin ketat, sehingga membuat seluruh manajemen perusahaan harus mencari solusi yang tepat dan sesuai dalam merespons keadaan ini dengan bijaksana. Semakin berat tantangan bisnis yang harus dihadapi oleh semua perusahaan akan membuat risiko kerugian yang harus ditanggung oleh perusahaan juga menjadi lebih besar, hal ini dikarenakan tidak stabilnya kondisi pasar sasaran yang diakibatkan krisis ekonomi yang sedang melanda, oleh sebab itu manajemen perusahaan mempunyai peran penting dalam membawa perusahaan yang dikelolanya ke situasi yang lebih baik. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, setiap perusahaan membutuhkan sumber dana yang tidak sedikit apabila ingin membesarkan perusahaannya agar bisa

bersaing dengan para kompetitor. Hal ini membuat manajemen perusahaan harus menerapkan strategi dan rencana tepat untuk bisa memperoleh dana tersebut sebagai modal usaha.

Modal usaha perusahaan menjadi salah satu poin penting yang harus tersedia dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Mayoritas perusahaan yang sudah besar saat ini sebelumnya mengandalkan modal usaha dari pembiayaan perbankan ataupun dari modal usaha investor, kedua cara ini dapat ditempuh oleh manajemen perusahaan dengan cara meyakinkan bahwa proyek usaha yang akan dijalankan ialah proyek usaha jangka panjang yang akan menghasilkan pendapatan yang besar, sehingga hal tersebut akan menjadi salah satu strategi untuk meyakinkan pihak peminjam modal untuk bersedia menanamkan modal usahanya, selain itu perusahaan juga harus memberikan timbal balik berupa pembagian hasil usaha yang adil kepada pemodal.

Perusahaan didirikan agar bisa mencapai tujuan yang sudah ditetapkan, secara umum didirikannya perusahaan untuk mendapatkan laba sebanyak mungkin, hal ini dilakukan agar perusahaan dapat menjaga posisi keuangannya agar tetap sehat atau stabil serta menjaga kepercayaan para investor yang sudah bersedia untuk menanamkan modalnya, kunci utama perusahaan agar terhindar dari kerugian ialah dengan melakukan pengambilan keputusan yang tepat dalam mengelola keuangan perusahaan, selain itu manajemen perusahaan juga harus bisa memprediksi besaran pendapatan dan pengeluaran perusahaan pada periode selanjutnya. Para investor selalu berharap agar perusahaan tempat menanamkan modalnya untuk konsisten dalam mengelola perusahaan, sehingga para investor merasa aman dengan modalnya.

Kuangan perusahaan menjadi hal penting yang harus selalu diperhatikan oleh manajemen perusahaan apabila ingin terus melanjutkan kegiatan operasionalnya. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan jangka pendek serta jangka panjangnya harus direncanakan dengan baik, sebab dengan melihat kondisi perekonomian saat ini, perusahaan harus ekstra kerja keras agar dapat memenuhi target yang sudah direncanakan sebelumnya. Kondisi keuangan perusahaan menjadi indikasi baik buruknya sistem tata kelola manajemen yang sudah dilakukan saat ini, sehingga sangat penting untuk memperhatikan segala aspek perusahaan agar dapat berjalan dengan baik.

Setiap perusahaan sudah seharusnya memperbaiki perekonomiannya agar dapat melaksanakan aktivitas operasionalnya. Salah satu tujuan perusahaan yaitu mendapatkan dana yang dapat digunakan untuk membiayai aktivitas bisnis yang sudah direncanakan, baik dalam modal ataupun ekspansi investasi. Dalam menggapai tujuan tersebut, pemilik modal memberikan wewenang manajer untuk mengambil keputusan dalam hal pendanaan perusahaan. Sumber pendanaan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi 2, yakni sumber dana internal serta eksternal. Salah satu cara untuk mendapatkan sumber dana dari luar atau eksternal ialah dengan menjual saham perusahaan kepada para investor. Bila arus pendanaan baik, perusahaan dapat membagikan dividen kepada pemegang saham sesuai dengan jumlah saham yang dimiliki oleh para investor.

Dividen menjadi pertimbangan penting para investor sebelum melakukan investasi, para investor akan melihat besaran dividen yang dibagikan oleh perusahaan tersebut pada periode waktu tertentu. Artinya secara umum dividen ialah pembagian hasil usaha yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan para investor yang sudah bersedia untuk menanamkan modalnya. Selain itu, manajemen perusahaan juga harus menjaga nama baik perusahaan agar memiliki riwayat yang baik, sehingga para investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya dikemudian hari. Setiap perusahaan yang dikelola oleh manajemen yang handal dan profesional akan lebih dipercaya oleh para investor dalam menjaga posisi keuangan perusahaan ditengah perekonomian sedang tidak stabil. Tentu saja hal ini harus dimanfaatkan sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan modal para investor agar tetap bersedia menanamkan modalnya untuk kepentingan modal usaha perusahaan jangka panjang.

Kebijakan dividen ialah suatu aturan atau keputusan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk melakukan tata kelola pendapatan perusahaan yang akan diberikan kepada para investor, pada umumnya tujuan dari adanya kebijakan dividen ialah agar perusahaan dapat mengambil keputusan

terkait pembagian deviden sesuai jumlah saham yang diinvestasikan oleh investor. Perusahaan mempunyai kewenangan dalam membagikan deviden dengan kondisi atau situasi tertentu, apabila perusahaan mendapatkan laba secara maksimal, maka manajemen perusahaan dapat membagikannya secara langsung kepada para investor, akan tetapi ketika perusahaan mengalami penurunan pendapatan, maka manajemen perusahaan dapat mengambil langkah untuk menahan deviden para investor terlebih dahulu, agar dapat digunakan kembali menjadi modal usaha. Manajemen harus memprioritaskan kondisi keuangan perusahaan terlebih dahulu agar stabil, sebelum mengambil keputusan untuk membagikan deviden kepada para investor (Hery, 2016).

Pasar modal menjadi salah satu solusi yang tersedia bagi perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya agar lebih besar dan dikenal oleh masyarakat luas, pasar modal memberikan kesempatan bagi perusahaan agar dapat memperoleh modal usaha dari investor, jangkauan produk investasi pada pasar modal sangat luas, sehingga seluruh perusahaan yang sudah *go public* berkesempatan mempunyai modal tambahan untuk dikelola menjadi modal usaha, para investor bisa leluasa memilih perusahaan tujuan investasi menyesuaikan nilai saham yang akan dibeli. Saat ini kondisi investasi semakin meningkat, mayoritas investor ialah anak muda yang mulai memahami tentang pasar modal, tentu saja hal ini menjadi potensi besar bagi perusahaan dan menjadi salah satu edukasi pentingnya menjadi seorang investor perusahaan. Dengan semakin banyaknya pihak penyedia layanan trading saham, membuat *trend* investasi semakin besar tiap tahunnya, pelayanan ini akan sangat membantu bagi perusahaan yang membutuhkan modal usaha serta bagi investor untuk mempelajari lebih jauh lagi terkait investasi.

Dalam berinvestasi melalui pasar modal, para investor tidak hanya mendapat hasil deviden yang diberikan oleh perusahaan, akan tetapi para investor akan lebih memahami cara menganalisa pergerakan ekonomi suatu perusahaan dilihat dari laporan keuangan perusahaan, pengalaman berinvestasi akan mendorong seorang investor untuk lebih bersemangat dalam berinvestasi kembali dikemudian hari.

Terdapat beberapa alternatif yang bisa dipilih oleh para investor dalam memperlakukan deviden yang dimilikinya, selain mendapatkan deviden secara langsung atau tunai, para investor juga dapat menanamkan kembali deviden yang didapatkannya kepada pihak perusahaan untuk dikelola kembali menjadi modal usaha, dengan pertimbangan akan mendapatkan deviden jauh lebih besar lagi di periode yang akan datang serta dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan usahanya.

Deviden menjadi salah satu komponen penting yang dipertimbangkan oleh investor sebelum berinvestasi. Selain itu, pembagian deviden dapat mempengaruhi minat investor di masa mendatang, dikarenakan hal tersebut dapat menjadi keuntungan tersendiri bagi mereka atas investasi yang mereka lakukan ke perusahaan. Jadi kebijakan deviden dapat menjadi keputusan sulit yang harus diputuskan oleh manajemen perusahaan.

Leverage ialah keputusan mengenai struktur modal perusahaan. *Leverage* sebagai sumber dana eksternal, dapat digunakan perusahaan untuk menutupi kekurangan dalam pembayaran deviden sebagai upaya pencapaian tujuan perusahaan. Manajer keuangan dapat memiliki peran kembali dalam keputusan tersebut, sehingga perusahaan tidak sampai mengalami kerugian yang dapat mengganggu kestabilan perusahaan.

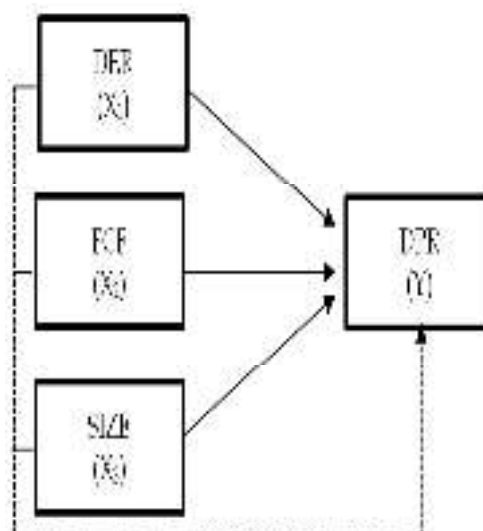
Free cash flow yang dimiliki oleh perusahaan dapat dilihat dari laporan arus kas perusahaan, sebab laporan arus kas memperlihatkan beberapa akun keuangan yakni aktivitas operasional perusahaan, pendanaan, transaksi serta investasi yang dijalankan oleh perusahaan. *Free cash flow* dapat dijadikan sebagai alat untuk memprediksi yang tepat oleh manajemen perusahaan terkait rencana jangka panjang perusahaan (Trisna & Gayatri, 2019).

Ukuran perusahaan memperlihatkan kondisi perusahaan secara umum dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Setiap perusahaan yang ingin berkembang harus berani mengambil risiko dalam mencari modal usaha, modal usaha perusahaan mayoritas didapatkan dari investor, sehingga perusahaan harus masuk ke dalam pasar modal (Riyanto, 2016). Agar perusahaan dapat mendapatkan

lebih banyak modal dari investor, maka perusahaan harus meningkatkan ukuran atau nilai perusahaan, sebab para investor akan berasumsi bahwa semakin besar nilai perusahaan, maka deviden yang didapatkan juga akan besar, hal tersebutlah yang menjadi tujuan utama para investor. Selain itu dengan tingginya kesadaran dalam berinvestasi juga menjadi indikasi bahwa dimasa mendatang akan menjadi potensi besar perusahaan dalam mendapatkan modal usaha, sehingga dari sekarang manajemen perusahaan harus merencanakan strategi agar bisa menarik minat investor dalam menanamkan modal usahanya.

Objek riset yang digunakan merupakan perusahaan transportasi sub sektor pelayaran. Perusahaan pelayaran ialah industri jasa (transportasi) yang vital untuk negara maritim seperti Indonesia. Dengan adanya perusahaan ini dapat membantu kemajuan peningkatan ekonomi melalui ekspor- impor serta jasa transportasi barang ataupun penumpang. Pasang surut yang dihadapi dalam dunia pelayaran serta perkapalan begitu terasa ketika pengerjaan proyek Tol Laut dilakukan oleh pemerintah Indonesia, yang menjadikan Indonesia sebagai poros maritim. Prinsip dan konsep dari Tol Laut tersebut adalah untuk memperkuat jalur pelayaran dan logistik, dilakukan pelayaran terjadwal dan secara rutin dari barat hingga timur Indonesia.

Kerangka Konseptual



Gambar 1.
Kerangka Konseptual

2. Method

Pendekatan secara kuantitatif dipilih oleh penulis pada penelitian ini, Populasi yang digunakan oleh penulis ialah perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI periode 2015-2019 serta 9 perusahaan dipakai sebagai sampel. Didapatkan 45 populasi pengamatan setelah dilakukan transformasi data dengan purposive sampling.

3. Result and Discussion

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
Residual	0,200	0,05	Normal

Dari tabel diatas menyatakan bahwa data telah terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 3.
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
DER_X1	0,947	1,056	Bebas Multikolinieritas
FCF_X2	0,283	3,535	Bebas Multikolinieritas
SIZE_X3	0,281	3,561	Bebas Multikolinieritas

Sesuai hasil tabel tersebut dapat diketahui bahwa data tersebut tidak terjadi gejala multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
DER_X1	0,307	Bebas Heteroskedastisitas
FCF_X2	0,818	Bebas Heteroskedastisitas
SIZE_X3	0,428	Bebas Heteroskedastisitas

Tabel tersebut telah menunjukkan bahwa data terbukti terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 5.
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin Watson	Keterangan
1	1,863	Bebas Autokorelasi

Diperoleh DW 1,863. Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan Durbin Watson yaitu berada diantara 1,6662 sampai 2,3338, berarti data terbebas dari gejala autokorelasi.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6.
Hasil Uji Analisi Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Unstandardized Coefficients B
1	<i>Constant</i>	0,951
2	DER_X1	-0,053
3	FCF_X2	0,002
4	SIZE_X3	0,087

Diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,951 - 0,053 X1 + 0,002 X2 + 0,087 X3$$

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7.
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,780	0,609	0,580

Diperoleh R Square sebesar 0,609 atau 60,9%. Artinya variabel bebas berkontribusi sebesar 66,9% sedangkan 39,1% oleh faktor lain.

Uji Hipotesis

1. Ujit-t

Tabel 7.
Hasil Uji-t (Parsial)

Variabel	t_{hitung}	Sig.	Keterangan
DER_X1	-1,853	0,071	Tidak Signifikan
FCF_X2	2,960	0,005	Signifikan

SIZE_X3	3,083	0,004	Signifikan
---------	-------	-------	------------

Tabel diatas menunjukkan bahwa *Leverage* memperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,853 & signifikansi sebesar 0,071.

Free Cash Flow memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,960 & signifikansi sebesar 0,005.

Ukuran Perusahaan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,083 & signifikansi sebesar 0,004.

2. Uji F

Tabel 8.
Hasil Uji F (Simultan)

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.
DER_X1, FCF_X2, SIZE_X3	4,959	2,833	0,002

Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 4,959 dengan taraf signifikansi sebesar 0,002 maka, F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($4,959 > 2,833$) Sig. $F < 0,05$.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil	Kriteria	Keterangan
Normalitas	0,200	Sig. > 0,05	Normal
Multikolinieritas			
Biaya Produksi (X_1)	6,736	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Biaya Operasional (X_2)	3,032	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Perputaran Persediaan (X_3)	3,511	VIF < 10	Bebas Multikolinieritas
Heteroskedastisitas			
Biaya Produksi (X_1)	0,325	Sig. > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Biaya Operasional (X_2)	0,408	Sig. > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Perputaran Persediaan (X_3)	0,834	Sig. > 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
Autokorelasi	0,068	Sig. > 0,05	Bebas Autokorelasi

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Uji Normalitas

Tabel 1. diatas memperlihatkan nilai Sig. dari uji normalitas yang diperoleh sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga kesimpulan yang didapatkan adalah data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 1. diatas memperlihatkan nilai VIF yang diperoleh dari biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan masing-masing sebesar 6,736; 3,032; dan 3,511. Hal tersebut memperlihatkan bahwa nilai VIF dari uji multikolinieritas semua variabel < 10 sehingga kesimpulan yang didapatkan adalah tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Tabel 1. diatas memperlihatkan nilai Sig. yang diperoleh dari uji autokorelasi semua variabel > 0,05 sehingga hasil uji yang diperoleh tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Hasil
Konstanta	-0,013
Biaya Produksi	0,432
Biaya Operasional	0,293
Perputaran Persediaan	0,274

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 2. diatas memperlihatkan bagaimana bentuk persamaan regresi linier berganda yang dapat digunakan, yakni sebagai berikut:

$$Y = -0,013 + 0,432 X_1 + 0,293 X_2 + 0,274 X_3$$

Setelah mendapatkan bentuk persamaan regresi linier seperti diatas, maka akan dijelaskan maksud dari bentuk persamaan linier tersebut yaitu:

- (1) Nilai konstanta sejumlah -0,013 menunjukkan bahwa bila biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan bernilai 0 (nol), laba bersih menjadi bernilai -0,013.
- (2) Nilai koefisien variabel X_1 sebesar 0,432 menunjukkan arah hubungan yang ada antara biaya produksi terhadap laba bersih. Hal itu berarti kenaikan biaya produksi satu satuan akan memperbanyak jumlah laba bersih sebesar 0,432 namun X_2 dan X_3 dianggap tetap.
- (3) Nilai koefisien variabel X_2 sebesar 0,293 menunjukkan arah hubungan yang ada antara biaya operasional terhadap laba bersih. Hal itu berarti kenaikan biaya operasional satu satuan akan memperbanyak jumlah laba bersih sebesar 0,293 namun X_1 dan X_3 dianggap tetap.
- (4) Nilai koefisien variabel X_3 sebesar 0,274 menunjukkan arah hubungan yang ada antara perputaran persediaan terhadap laba bersih. Hal itu berarti kenaikan perputaran persediaan satu satuan akan memperbanyak jumlah laba bersih sebesar 0,274 namun X_1 dan X_2 dianggap tetap.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 3. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
Biaya Produksi	2,626	0,011
Biaya Operasional	2,654	0,010
Perputaran Persediaan	2,308	0,025

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 3. diatas memperlihatkan nilai Sig. yang diperoleh dari hasil uji parsial (uji t) sehingga kesimpulan dapat dipaparkan dibawah ini yaitu:

- (1) Biaya produksi dikatakan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih karena nilai Sig. yang diperoleh sejumlah 0,011 atau bernilai kurang dari 0,05. Bisa dilihat dari

kesesuaian dengan kriteria pengambilan keputusan uji parsial (uji t) yang berarti bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih.

(2) Biaya operasional dikatakan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih karena nilai Sig. yang diperoleh sejumlah 0,010 atau bernilai kurang dari 0,05. Bisa dilihat dari kesesuaian dengan kriteria pengambilan keputusan uji parsial (uji t) yang berarti bahwa biaya operasional mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih.

(3) Perputaran persediaan dikatakan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih karena nilai Sig. yang didapatkan sejumlah 0,025 atau bernilai kurang dari 0,05. Bisa dilihat dari kesesuaian dengan kriteria pengambilan keputusan uji parsial (uji t) yang berarti bahwa perputaran persediaan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba bersih.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Hasil Uji F

Variabel	F	Sig.
Regression	64,104	,000 ^b

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4. tersebut memperlihatkan nilai Sig. dari hasil uji simultan (uji F) sehingga kesimpulan yang dapat ditarik adalah biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan dikatakan mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap laba bersih sebab nilai Sig. 0,000 atau bernilai di bawah 0,05. Bisa diketahui dari kesesuaian dengan kriteria pengambilan keputusan uji simultan (uji F) yang berarti bahwa biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap laba bersih.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Variabel	R Square
Regression	0,774

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Tabel 5. memperlihatkan nilai R Square dari hasil koefisien determinasi (R²) sehingga kesimpulan yang dapat ditarik adalah laba bersih yang merupakan variabel terikat dipengaruhi oleh biaya produksi, biaya operasional dan perputaran persediaan yang merupakan variabel bebas sebesar 0,774 atau 77,4%. Sedangkan 0,226 atau 22,6% memperlihatkan laba bersih dipengaruhi oleh variabel lain namun variabel tersebut tidak disebutkan oleh peneliti.

4. Conclusion

SIMPULAN

1. Dapat disimpulkan tidak ada pengaruh *leverage* terhadap kebijakan deviden.
2. Dapat disimpulkan ada pengaruh *free cash flow* terhadap kebijakan deviden.
3. Dapat disimpulkan ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap kebijakan deviden.
4. Disimpulkan secara simultan ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

IMPLIKASI

Sesuai hasil temuan yang telah didapatkan oleh penulis, maka perusahaan harus dapat mempertahankan dividen serta memutuskan dengan bijak mengenai kebijakan dividen yang akan diambil. Umumnya para pemegang saham berkeinginan agar dividen perusahaan dapat stabil. Dividen menjadi pertimbangan penting para investor sebelum melakukan investasi, para investor akan melihat besaran dividen yang dibagikan oleh perusahaan tersebut pada periode waktu tertentu. Namun keputusan mengenai kebijakan dividen tetap ada pada manajemen perusahaan, keputusan mengenai pengalokasian dana apakah akan dijadikan laba ditahan sebagai upaya penambahan dana operasional perusahaan atau dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen.

Melalui kebijakan dividen, manajemen perusahaan akan diberikan keleluasaan dalam memprioritaskan kondisi perusahaan. Kebijakan dividen menjadi suatu aturan atau keputusan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk melakukan tata kelola pendapatan perusahaan yang akan diberikan kepada para investor, pada umumnya tujuan dari adanya kebijakan dividen ialah agar perusahaan dapat mengambil keputusan terkait pembagian dividen sesuai jumlah saham yang diinvestasikan oleh investor.

Selain itu, pasar modal sangat penting bagi perusahaan. Pasar modal menjadi salah satu solusi yang tersedia bagi perusahaan yang ingin mengembangkan usahanya agar lebih besar dan dikenal oleh masyarakat luas, pasar modal memberikan kesempatan bagi perusahaan agar dapat memperoleh modal usaha dari investor, jangkauan produk investasi pada pasar modal sangat luas, sehingga seluruh perusahaan yang sudah *go public* berkesempatan mempunyai modal tambahan untuk dikelola menjadi modal usaha, para investor bisa leluasa memilih perusahaan tujuan investasi menyesuaikan nilai saham yang akan dibeli. Saat ini kondisi investasi semakin meningkat, mayoritas investor ialah anak muda yang mulai memahami tentang pasar modal, tentu saja hal ini menjadi potensi besar bagi perusahaan dan menjadi salah satu edukasi pentingnya menjadi seorang investor perusahaan. Dengan semakin banyaknya pihak penyedia layanan trading saham, membuat *trend* investasi semakin besar tiap tahunnya.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan tidak begitu kesulitan dalam pembagian dividen dikarenakan keputusan kebijakan dividen tidak bergantung pada besarnya tingkat *leverage* yang seharusnya dapat dijadikan opsi lain untuk memuaskan investor. Perusahaan dengan berhati-hati dapat menjadikan *Free cash flow* yang tersedia serta dijadikan sebagai alat untuk memprediksi kebijakan dividen di masa mendatang. Selain daripada itu, dapat diperkuat dengan adanya besar kecilnya aktivitas pada perusahaan yang akan berdampak pada nilai aset atau aktiva perusahaan.

Perusahaan yang memiliki tingkat *free cash flow* yang tinggi akan lebih cenderung untuk membagikan dividen, sebab perusahaan mempunyai kesanggupan untuk membagikan dividen tunai yang didasarkan oleh kas perusahaan yang stabil.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Periode laporan keuangan terbatas yakni tahun 2015-2019, sehingga bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah data penelitian dengan tahun terbaru.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambah ataupun menggunakan variabel di luar yang digunakan pada penelitian saat ini untuk dapat memperkuat adanya pengaruh signifikan antar variabel.

REFERENCES

- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hery. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Edisi 1. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Services.

- Natalia dkk. (2020). Pengaruh MVA, DER, Serta EPS Terhadap Harga Saham Perusahaan Restoran, Hotel dan Pariwisata. Riset dan Jurnal Akuntansi.
- Riyanto, Bambang. 2016. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Rimadani, D. dkk. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Effective Tax Rate. Jurnal Akuntansi.
- Rochmah, NH dan Ardianto. (2020). Catering dividend: Dividend premium and free cash flow on dividend policy. Cogent Business & Management.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Trisna, I Kadek Edi Rian., dan Gayatri. 2019. Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Free Cash Flow dan Leverage Terhadap Kebijakan Dividen. (ISSN 2302-8556). Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana
- Yuningsih, NN. Novitasari, NL. (2020). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2016-2018. Journal of Applied Management and Accounting Science.



Journal of
Sustainability
Business Research

**Nomor ISSN :
2746 - 8607**