

PENGARUH PERSEPSI HARGA , KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT LOGAM SEJATI

Maulana Alif Hidayat¹, I Made Bagus Dwiarta², Ferry Hariawan³

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

Korespondensi : madebagus@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Makna dari bentuk analisis ini bermaksudkan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Logam Sejati. Nilai sampel 74 responden dengan menggunakan *sampling jenuh* dan *non probability sampling*. Dengan melihat hasilnya memiliki pengaruh secara parsial antara kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. sedangkan persepsi harga tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk Persepsi Harga, kualitas layanan dan citra merek terdapat pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan

Kata kunci : Persepsi Harga , Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The meaning of this form of analysis aims to analyze the effect of price perception, service quality and brand image on customer satisfaction at PT Logam Sejati. The sample value is 74 using saturated sampling and non-probability sampling. By looking at the results, there is a partial influence between service quality and brand image on customer satisfaction. while the price perception has no partial effect on customer satisfaction. For Price Perception, service quality and brand image there is a simultaneous influence on customer satisfaction.

Keywords : price perception, service quality, brand image, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Sekarang ini, bisnis semakin berkembang disebabkan karena adanya ide kreatif serta inovatif dari banyak pengusaha. persaingan yang semakin ketat terutama dalam memasarkan produk dalam usaha dan meningkatkan kualitas layanannya kepada pelanggan, lebih diperhatikan karena dapat mempertahankan loyalitasnya. Tiap perusahaan harus sigap dan mampu dalam persaingan ketat untuk memperluas pangsa pasar yang lebih besar.

Strategi dalam persaingan bisnis antara produk, untuk mendapatkan ketertarikan dari konsumen terhadap produk yang akan atau telah dipasarkan menjadi sebuah hal yang paling utama agar mampu menghadapi persaingan dalam memasarkan suatu produk. Salah satu produk yang juga menjadi kebutuhan pelanggan adalah produk rumah tangga seperti fitting pipa MDN yang memiliki fungsi menyambung pipa supaya aliran air dapat mengalir dengan lancar.

Hal yang tidak akan pernah luput dari perhatian di dalam suatu rumah tangga adalah kemampuan seseorang dalam memasang atau juga memperbaiki untuk melakukan seperti pertukangan dalam rumah tangga, itu dibutuhkan peralatan yaitu alat perkakas pertukangan. PT Logam Sejati adalah salah satu perusahaan yang sudah banyak di kenal masyarakat dalam menjual produk pertukangan, seperti kuas cat, kran, dan fitting pipa. Untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan ini tentu saja memperhatikan bagian-bagian yang menjadi masalah dalam menarik perhatian dari pelanggan mereka agar selalu mengandalkan perusahaan ini dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. ini menjadi bagian terpenting apalagi dalam menentukan harga dan kualitas layanan yang dapat di lihat dari sebuah persepsi.

Citra merek juga perlu diperhatikan perusahaan PT Logam Sejati agar tidak menurunkan standar dari citra merek produk yang mereka design dengan sebaik mungkin. Untuk dapat mempertahankan keutuhan dari citra merek produk dari suatu perusahaan, perusahaan tersebut harus menentukan apakah produk yang mereka keluarkan sudah sesuai dengan persepsi harga dari produk tersebut. selain itu juga, kualitas layanan sangat berperan penting dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dari tiap perusahaan memerlukan metode yang baik untuk dapat menarik pelanggan dalam melakukan transaksi.

Dari uraian umum di atas, untuk itu penulis mengajukan penelitian guna meneliti masalah tersebut. Adapun judul yang penulis ambil adalah **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Logam Sejati”**.

METODE

Suatu Cara untuk meneliti di dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel yang diambil pada PT. Logam Sejati sebanyak 74 responden, dengan teknik non probability sampling-sampel jenuh. Penelitian pada perusahaan ini dengan cara membagikan angket/kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

A. Uji validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas untuk ke-4 variabel dinyatakan valid untuk seluruh butir pernyataan yang dalam instrumen item berjumlah > 0,3.

B. Uji reliabilitas

Nilai *Cronbach's alpha* > 0,6 dikatakan reliabel. Pada penelitian ini setiap pernyataan sudah reliabel.

UJI ASUMSI KLASIK

A. Uji normalitas

Tabel 1.1
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,99930687
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,072
	Negative	-,084
Kolmogorov-Smirnov Z		,726
Asymp. Sig. (2-tailed)		,668
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Output SPSS

Tabel 1.1 terdapat nilai yang berdistribusi normal yaitu $0,668 > 0,05$.

B. Uji multikolinearitas

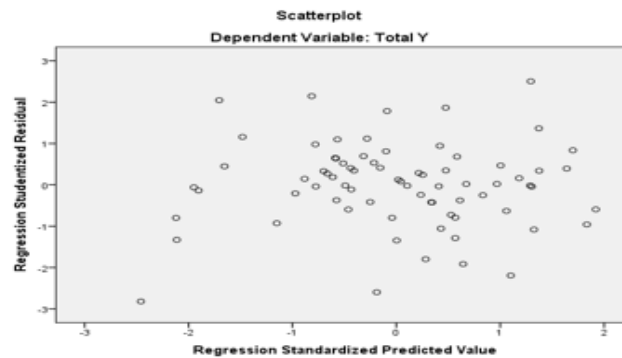
Tabel 1.2
Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,557	1,794
,533	1,875
,912	1,096

Sumber: Hasil Output SPSS

Tabel 1.2 sudah menunjukkan hasil residu untuk keseluruhan variabel dilihat pada tolerance dan $VIF < 10$.

C. Uji heterokedastisitas



Sumber: Hasil Output SPSS

Gambar 4.1

Uji Heterokedastisitas

Gambar 1.1, untuk scatterplot terlihat pada titik secara acak menunjukkan pola yang tidak jelas. Berarti tidak ada gejala heterokedastisitas.

D. Uji autokorelasi

Tabel 1.3

Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1,979

Sumber: Hasil Output SPSS

Tabel 1.3, tabel DW di duga tidak ada autokorelasi. Nilainya menunjukkan 1,979.

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Tabel 1.4
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
			Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,330	2,492		1,738	,087		
	Total X1	,018	,081	,018	,217	,829	,557	1,794
	Total X2	,514	,056	,770	9,220	,000	,533	1,875
	Total X3	,224	,073	,196	3,075	,003	,912	1,096

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Hasil Output SPSS

Hasil dari tabel 1.4 di lihat bahwa analisis regresi linier berganda :

- Nilai constata (a) 4,330, dengan menunjukan pada variabel bebas Persepsi Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Citra Merek (X3) sama dengan 0, dan variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat 4,330
- Nilai constata variabel Persepsi Harga (X1) 0,018, dapat disimpulkam tiap menurun satuan persepsi harga menyebabkan ada tingkatan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,018
- Nilai constata variabel Kualitas Layanan (X2) 0,514, dapat disimpulkam tiap menurun satuan Kualitas Layanan menyebabkan ada tingkatan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,514
- Nilai constata variabel Citra Merek (X3) 0,224, dapat disimpulkam tiap menurun satuan Citra Merek menyebabkan ada tingkatan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,224

UJI HIPOTESIS

- Uji t

Tabel 1.5
Hasil Uji t

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,330	2,492		1,738	,087		
	Total X1	,018	,081	,018	,217	,829	,557	1,794
	Total X2	,514	,056	,770	9,220	,000	,533	1,875
	Total X3	,224	,073	,196	3,075	,003	,912	1,096

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Hasil Output SPSS

Menunjukkan :

1. Diperoleh nilai t-hitung 0,217 dan signifikan 0,829 > 0,5. Artinya persepsi harga tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan
2. Diperoleh nilai t-hitung 0,770 dan signifikan 0,000 < 0,5. Artinya kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan
3. Diperoleh nilai t-hitung 0,196 dan signifikan 0,003 < 0,5. Artinya citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan

b) Uji F

Tabel 1.6

Uji F

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	830,054	3	276,685	66,374	.000 ^b
	Residual	291,798	70	4,169		
	Total	1121,851	73			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X3, Total X1, Total X2

Sumber: Hasil Output SPSS

Diperoleh nilai F-hitung 66,374 dan signifikan sebesar $0,000 < 0,5$.

SIMPULAN

1. Persepsi harga tidak pengaruh pada kepuasan pelanggan
2. Kualitas layanan memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan
3. Citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan
4. Variabel persepsi harga, kualitas layanan, dan citra merek berpengaruh secara sig. dan simultan Terhadap variabel Kepuasan Pelanggan

IMPLIKASI

Penelitian ini amat sangat berguna bagi PT Logam Sejati dalam meningkatkan persepsi harga, kualitas layanan dan citra merek untuk memenuhi kepuasan pelanggannya. Jika perusahaan ini dapat lebih memperhatikan apa yang menjadi kendala dalam perusahaan, apalagi terhadap harga yang diberikan relatif terjangkau, pastinya akan membawa dampak positif dan pelanggan akan terus setia dalam melakukan transaksi pada PT Logam Sejati.

KETERBATASAN PENELITIAN

Waktu yang telah diberikan kepada responden untuk mengirim jawaban tidak digunakan baik, sehingga membutuhkan waktu yang lama juga dalam menganalisis hasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiastari, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim di Jakarta. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 87-106.
- Herliza, R., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung). *eProceedings of Management*, 3(2).
- Resti, D., & Soesanto, H. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal of Management*, 28-39.

Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness* Terhadap Kepuasan Pengguna SIA (Studi Kasus Pada Cv. Rizqy Mobile & Comp)

Syahdan Tiranda¹, Fauziyah²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : syahdantiranda24@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan guna menguji dampak Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna SIA pada CV. Rizqy Mobile & Comp. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, serta sampel sebanyak 40 pekerja. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah metode kuesioner dengan menggunakan skala likert 5 poin. Teknik telaah data yang dipakai pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memperlihatkan bahwa secara parsial (uji t) kualitas sistem informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna SIA, sebaliknya kualitas informasi dan *perceived usefulness* tidak memiliki hubungan terhadap kepuasan pengguna SIA. Pada hasil analisis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi, kualitas informasi, dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna SIA pada CV. Rizqy Mobile & Comp. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas sistem informasi, kualitas informasi, dan *perceived usefulness* maka akan meningkatkan kepuasan pengguna SIA.

Kata kunci : Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, *Perceived Usefulness*, Kepuasan Pengguna

ABSTRACT

This research was conducted to test the influence of Information System Quality, Information Quality, and Perceived Usefulness on Accounting Information System User Satisfaction on CV. Rizqy Mobile & Comp. The sampling method in this study used a non-probability sampling method, with a sample of 40 employees. The data collection technique used is a questionnaire method using a 5-point likert scale. The data analysis techniques used in this study are quantitative descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results of the analysis showed that partially (t-test) the quality of the information system had a positive and significant effect on the satisfaction of users of the accounting information system, while the quality of information and perceived usefulness had no influence on the satisfaction of users of the accounting information system. The results of the simultaneous analysis (F test) showed that the quality of the information system, the quality of information, and perceived usefulness had a positive and significant effect on the satisfaction of users of the accounting information system on the CV. Rizqy Mobile & Comp. This shows that the better the quality of the information system, the quality of information, and perceived usefulness, it will increase the satisfaction of users of the accounting information system.

Keywords : Information System Quality, Information Quality, *Perceived Usefulness*, User Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis yang kian maju disertai oleh semakin majunya teknologi, menuntut para pelaku bisnis untuk memakai teknologi hampir disemua aspek kehidupan. Semakin banyak usaha yang menggunakan teknologi dalam kemajuan usahanya ini didukung oleh tingkat keefisienan, penghematan waktu, penghematan biaya serta sistem manajemen yang baik dalam bisnisnya. Penerapan teknologi informasi (TI) guna mendukung kegiatan operasional suatu organisasi baik dalam skala kecil ataupun besar, bertumbuh menjadi kebutuhan dasar dalam menghadapi era global. Sebagai upaya dalam memanfaatkan perkembangan teknologi informasi adalah dengan menggunakan SIA. Tujuan adanya SIA, yaitu untuk mendukung operasi-operasi dalam perusahaan yang berjalan sehari-hari serta mendukung

pengambilan keputusan dalam manajemen perusahaan. Sistem informasi tersusun dari masukan yang diolah atau diproses dan akan menghasilkan keluaran berupa informasi yang berbentuk pesan, perintah, hasil suatu pengambilan keputusan yang di program, skenario dan simulasi, dan aturan pengambilan keputusan (Mulyadi, 2016). Sedangkan sistem informasi adalah sebuah langkah yang dilakukan dalam mengolah data menjadi informasi yang diperlukan oleh individu maupun organisasi dalam mengambil suatu keputusan (Tulodo, A. B., & Solichin, 2019). Kepuasan pemakai adalah salah satu ukuran keberhasilan implementasi suatu sistem. Menurut (Mulyadi, 2016) tiap sistem dibuat untuk mengatasi sesuatu yang berulang kali atau yang secara rutin terjadi. Kepuasan pemakai dapat dikatakan sebagai perilaku karena pemakai akan memakai sistem berulang kali apabila dia merasakan manfaat dan mendapatkan kepuasan dari sistem. Suatu sistem dapat dikatakan efektif dalam implementasinya apabila bisa memberikan informasi yang berkualitas baik dan bermanfaat bagi manajemen. Menurut Jogiyanto (2007) dalam penelitian (Fahmi et al., 2020) menyebutkan bahwa persepsi manfaat pemakaian merupakan ciri seseorang tersebut percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. Ada beberapa cara untuk bisa melihat penerapan sistem dikatakan berhasil, salah satunya yaitu apabila dipenuhi dengan tiga kondisi, pemakaian sistem meningkat, persepsi pemakaian atau kualitas sistem lebih baik, atau kepuasan pemakai informasi meningkat.

Berbagai penelitian mengenai pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan *Perceived Usefulness* telah dilakukan diantaranya adalah Kualitas sistem informasi menunjukkan keberhasilan suatu sistem pada hal konsisten dengan kebutuhan pemakai, sudah memenuhi ekspektasi pemakai, fleksibel, adaptif, serta dapat diandalkan. Penelitian yang dilakukan (Monica dan Arisman 2018) menyatakan bahwa kualitas sistem informasi tidak berdampak positif terhadap kepuasan pemakai. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rukmiyati & Budiarta, 2016) yang menyebutkan bahwa kualitas sistem informasi berdampak positif terhadap kepuasan pemakai. Kualitas informasi menunjukkan seberapa jauh informasi secara konsisten dapat memenuhi harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk menjalankan pekerjaan mereka. Penelitian yang dilakukan (Khairunnisa dan Yunanto 2017) menyatakan bahwa kualitas informasi tidak berdampak positif terhadap kepuasan pemakai. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pawirosumarto 2016) yang menyatakan bahwa kualitas informasi berdampak positif pada kepuasan pemakai. *Perceived Usefulness* menunjukkan tingkat kepercayaan seseorang bahwa teknologi yang akan dipakai bisa meningkatkan kinerjanya. (Tina Sugiharto, Bambang Umiyati, Indah 2019) menemukan hasil bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pemakai. Lain hal dengan penelitian (Ginting dan Marlina 2017) yang menemukan *perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pemakai.

CV. Rizqy Mobile & Comp adalah perusahaan yang bergerak pada penjualan barang elektronik. Pada perkembangannya CV. Rizqy Mobile & Comp mengusung konsep modern channel store yang ada di Gresik, sehingga pada tahun akhir tahun 2014 merubah konsep dari awalnya tradisional store menjadi modern store. CV. Rizqy Mobile & Comp menjalankan tugas-tugas bisnis guna mencapai tujuan dari perusahaan tersebut, salah satu dari fungsi tersebut adalah akuntansi. Akuntansi berperan penting bagi perusahaan, tanpa adanya pengelolaan pencatatan yang baik maka perusahaan tidak bisa berjalan dengan baik. Kepuasan pemakai sia tentunya didasari oleh kualitas sia. Permasalahan dalam penelitian ini seperti yang diusulkan oleh Jogiyanto (2010) bahwa masalah dalam sistem antara lain keluhan dari pelanggan, tanggapan yang terlambat terhadap langganan, kesalahan-kesalahan manual yang tinggi, dan file-file yang kurang teratur. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dibutuhkan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness* Terhadap Kepuasan Pemakai Sia Pada CV. Rizqy Mobile & Comp.

METODE

Penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif karena menganalisis serta menjabarkan hasil kuesioner dan metode analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda. Penentuan sampel dilandaskan pada metode *non probability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019) cara pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi tiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel yang dipakai yang berhubungan dengan kepuasan pemakai sia. kriteria sampel dalam penelitian adalah pekerja CV Rizqy Mobile & Comp yang masih bekerja dan terlibat langsung dalam pemakaian sia. Teknik yang akan dipakai pada penelitian ini adalah metode angket (kuesioner). Angket adalah cara pengumpulan data yang dikerjakan dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono, 2019). Instrumen yang dipakai untuk mengukur variabel penelitian ini memakai skala likert 5 poin, yaitu jawaban responden berupa pilihan dari 5 pilihan alternatif yang ada, antara lain : Sangat Setuju (5), Setuju (4), Ragu-Ragu (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden

1. Berdasarkan Jabatan

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Jabatan	Frekuensi	Persentase %
Kepala Toko	1	2,5
Keuangan	4	10,0
Gudang	6	15,0
Kasir	8	20,0
Sales	21	52,5
Total	40	100,0

Sumber : Data diolah penulis (2022)

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa persentase karakteristik responden berdasarkan jabatan didominasi oleh sales sebanyak 21 pekerja dengan persentase sebesar 52,5%. CV. Rizqy Mobile & Comp menyerap banyak tenaga kerja dengan jabatan sebagai sales dikarenakan posisi sebagai sales mampu menunjang peningkatan penjualan pada CV. Rizqy Mobile & Comp, selain itu sales juga berperan sebagai pemakai sia pada CV. Rizqy Mobile & Comp.

2. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Laki-laki	15	37,5
Perempuan	25	62,5
Total	40	100,0

Sumber : Data diolah penulis (2022)

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa banyak pekerja CV. Rizqy Mobile & Comp berjenis kelamin laki-laki sebesar 15 pekerja dengan persentase senilai 37,5% dan pekerja berjenis kelamin perempuan sebanyak 25 dengan persentase sebesar 62,5%. Dapat diketahui pekerja di CV. Rizqy Mobile & Comp didominasi oleh perempuan.

3. Berdasarkan Umur

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase %
18-20 Tahun	1	2,5
21-30 Tahun	28	70,0
31-40 Tahun	10	25,0
41-50 Tahun	1	2,5
>50 Tahun	0	0
Total	40	100,0

Sumber : Data diolah penulis (2022)

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa pekerja CV. Rizqy Mobile & Comp didominasi oleh pekerja yang memiliki rentang usia 21-30 tahun dengan jumlah pekerja sebanyak 28 pekerja dengan persentase sebesar 70%, persentase tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan persentase item yang lain karena pada CV. Rizqy Mobile & Comp menyerap banyak tenaga kerja dengan usia produktif yaitu pada usia 21-30 tahun.

4. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Umur	Frekuensi	Persentase %
SMA Sederajat	26	65,0
Diploma	8	20,0
S1	6	15,0
S2	0	0
Total	40	100,0

Sumber : Data diolah penulis (2022)

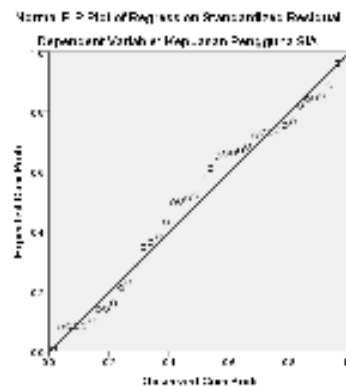
Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa pekerja CV. Rizqy Mobile & Comp didominasi oleh pekerja dengan pendidikan terakhir SMA Sederajat dengan jumlah pekerja sebesar 26 pekerja dengan persentase senilai 65%. Pendidikan SMA Sederajat pada CV. Rizqy Mobile & Comp paling banyak menempati jabatan sales, karena pada posisi tersebut kriteria pada saat rekrutmen pekerja adalah minimal pendidikan SMA Sederajat.

B. Uji Validitas, Reabilitas, dan Asumsi Klasik

Uji instrumen dilakukan dengan menggunakan hasil jawaban dari 40 responden dan diolah menggunakan program SPSS. Hasil itu memperlihatkan bahwa dari tabel hasil uji validitas menunjukkan nilai r hitung tiap item variabel Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, *Perceived Usefulness*, dan Kepuasan Pemakai Sia lebih besar dibandingkan dengan nilai kritis 0,30. Hal ini menunjukkan bahwa indikator atau kuesioner yang dipakai oleh tiap variabel dinyatakan valid untuk dipakai sebagai alat ukur variabel. Pada tes reabilitas, diperoleh nilai koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* (α) pada variabel Kualitas Sistem Informasi (X_1) sebesar 0,912, Kualitas Informasi (X_2) sebesar 0,898, *Perceived Usefulness* (X_3) sebesar 0,947, dan Kepuasan Pemakai Sia (Y) sebesar 0,870. Dari semua variabel, nilai koefisien reliabilitas *cronbach's alpha* (α) lebih dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrument atau kuesioner yang dipakai telah andal dan reliabel.

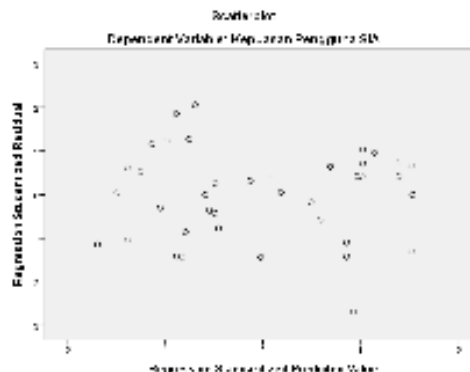
Tes normalitas dipakai untuk menguji apakah pada suatu model regresi, variabel bebas, variabel terikat atau keduanya memiliki penyebaran normal atau tidak. Guna mempermudah dalam perhitungan maka dipakai program SPSS dimana N adalah jumlah sampel, jika nilai statistic $>0,50$ maka penyebaran normal. Dari hasil pengujian diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0,772 yang artinya data yang dipakai pada

penelitian ini berpenyebaran normal sehingga dapat memenuhi syarat untuk dianalisis. Tes ini dilakukan dengan pendekatan P-Plot. Menurut hasil dari Scatterplot pada gambar 4.1 dapat terlihat bahwa plot titik-titik mengikuti garis diagonal yang artinya dalam pengujian plot, variabel menyebar normal.



Gambar 4.1 Normalitas Plot

Tes heteroskedastisitas bertujuan guna menguji adanya perbedaan varian residual suatu rentang waktu pengamatan ke rentang waktu pengamatan yang lain. Teknik memperkirakan ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model bisa dilihat melalui pola gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik data tersebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik data tidak berkumpul hanya diatas atau dibawah saja, persebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar lalu menyempit dan melebar kembali, persebaran titik-titik data tidak berpola.



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Merujuk pada hasil dari Scatterplot pada gambar 4.2 dapat dilihat plot yang berbentuk titik-titik mempunyai pola yang jelas serta titik-titik sebaran diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka bisa dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Tes multikolinearitas bertujuan guna menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel bebas. Pada tes multikolinearitas diperoleh hasil pengujian dengan nilai Tolerance variabel Kualitas Sistem Informasi senilai 0,692 ($>0,10$), Kualitas Informasi senilai 0,331 ($>0,10$), dan *Perceived Usefulness* senilai 0,372 ($>0,10$). Nilai VIF variabel Kualitas Sistem Informasi senilai 1,445 (<10), variabel Kualitas Informasi senilai 3,020 (<10), dan *Perceived Usefulness* senilai 2,686 (<10). Merujuk pada hasil tersebut maka bisa dinyatakan bahwa regresi linier berganda yang dipakai dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas sehingga memenuhi syarat untuk dianalisis. Tes autokorelasi bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi linear terdapat hubungan antara pengganggu pada rentang waktu t dengan kesalahan pengganggu pada rentang waktu t-1. Tes ini

dilakukan dengan pendekatan Durbin Watson. Hasil uji DW (*Durbin-Watson*) diketahui senilai 1,903 (berada diantara 1,55 s.d 2,46) maka hasil yang didapat adalah tidak ada autokorelasi.

C. Analisis Data Menggunakan Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan guna mengetahui apakah terdapat hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil analisis regresi linear berganda :

Tabel 4.5
Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	29.691	5.986
Kualitas Sistem Informasi (X ₁)	0.394	0.127
Kualitas Informasi (X ₂)	0.319	0.315
<i>Perceived Usefulness</i> (X ₃)	-.098	0.301

Sumber : Hasil pengolahan data primer (2022)

Hasil analisis tabel 4.15 diatas didapatkan model persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 29,691 + 0,394X_1 + 0,319X_2 + (-0,098)X_3 + e$$

Persamaan garis regresi dari tiap variabel diatas bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien Konstanta

Merujuk pada hasil pengujian pada tabel 4.15 menunjukkan nilai koefisien konstanta senilai 29,691. artinya apabila variabel persepsi Kualitas Sistem Informasi (X₁), Kualitas Informasi (X₂), dan *Perceived Usefulness* (X₃) bernilai nol, maka nilai variabel Kepuasan Pemakai Sia (Y) adalah 29,691.

2. Koefisien Kualitas Sistem Informasi (X₁)

Merujuk pada hasil pengujian pada tabel 4.15 menunjukkan nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Sistem Informasi (X₁) memiliki nilai positif senilai 0,394. Hal ini menunjukkan apabila kualitas sistem informasi mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pemakai sia akan naik senilai 0,394 dengan persepsi variabel independen lainnya dianggap stabil. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dengan variabel dependen.

3. Koefisien Kualitas Sistem (X₂)

Merujuk pada hasil pengujian pada tabel 4.15 menunjukkan nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Informasi (X₂) memiliki nilai positif senilai 0,319. Artinya, apabila kualitas informasi mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pemakai sia akan naik senilai 0,319 dengan persepsi variabel independen lainnya dianggap stabil. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dengan variabel dependen.

4. Koefisien *Perceived Usefulness* (X₃)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.15 menunjukkan nilai koefisien regresi variabel *Perceived Usefulness* (X₃) senilai -0,098. Hal itu menunjukkan pengaruh negative antara variabel *Perceived Usefulness* dan Kepuasan Pemakai Sia. Hal ini artinya jika variabel *perceived usefulness* mengalami kenaikan senilai 1%, maka sebaliknya variabel kepuasan pemakai sia akan mengalami penurunan senilai 0,098. Dengan persepsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.

D. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tabel 4.6
Uji t (Parsial)

Variabel	t	Sig.
(Constant)	4.960	.000
Kualitas Sistem Informasi (X ₁)	3.107	.004
Kualitas Informasi (X ₂)	1.014	.371
<i>Perceived Usefulness</i> (X ₃)	-.326	.746

Sumber : Data primer diolah (2022)

Merujuk pada tabel 4.16 dapat disimpulkan hasil dari pengujian t (parsial) adalah sebagai berikut :

1. Pada variabel Kualitas Sistem Informasi (X₁), nilai $t_{hitung} = 3,107$ dengan sig $0,004 < 0,05$, artinya variabel Kualitas Sistem Informasi (X₁) berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pemakai Sia (Y). Dengan begitu hipotesis yang menyatakan Kualitas Sistem Informasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pemakai Sia di terima.
2. Pada variabel Kualitas Informasi (X₂), nilai $t_{hitung} = 1,014$ dengan sig $0,371 > 0,05$, artinya variabel Kualitas Informasi (X₂) tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pemakai Sia (Y). Dengan begitu hipotesis yang menyatakan Kualitas Informasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pemakai Sia di tolak.
3. Pada variabel *Perceived Usefulness* (X₃), nilai $t_{hitung} = -0,326$ dengan sig $0,746 > 0,05$, artinya variabel *Perceived Usefulness* (X₃) tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pemakai Sia (Y). Dengan begitu hipotesis yang menyatakan *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Kepuasan Pemakai Sia di tolak.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 4.7
Uji F (Simultan)

	F	Sig.
Regression	7.086	.001 ^a

Sumber : Data primer diolah (2022)

Merujuk pada tabel 4.17 hasil pengolahan data pada tabel bisa dilihat bahwa, nilai $F_{hitung} = 7,086$ dengan nilai sig $0,001 < 0,05$, maka keputusan yang dapat diambil adalah H₀ di tolak dan H_a di terima. Berarti variabel Kualitas Sistem Informasi (X₁), Kualitas Informasi (X₂), dan *Perceived Usefulness* (X₃) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pemakai Sia (Y).

E. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.8
Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Hasil
Regression	0,319

Sumber : Data primer diolah (2022)

Merujuk pada tabel 4.18 bisa dilihat bahwa nilai dari koefisien determinasi pada *Adjusted R-Square* senilai 0,319 atau 31,9% yang berarti bahwa 31,9% dari Kepuasan Pemakai Sia dapat dipengaruhi oleh ketiga variabel independen yaitu Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness*, sedangkan sisanya 68,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Hasil Pembahasan

Pengaruh Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Sia

Merujuk pada hasil tes analisis bisa disimpulkan bahwa kualitas sistem informasi dalam penelitian ini berpengaruh positif terhadap kepuasan pemakai sia. Dalam teori Delone dan McLean (1992) dalam (Setiorini et al., 2018) yang menyebutkan bahwa kualitas sistem informasi dapat mengukur kesuksesan teknikal dengan asumsi melihat dari sudut pandang persepsi pemakai (*user*). Kualitas sistem informasi diukur dari seberapa efektif kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, dan kebijakan prosedur dari sistem informasi yang dipakai bisa menyajikan informasi kebutuhan pemakai. Sistem informasi yang berkualitas yaitu yang memenuhi keandalan akan mengoptimalkan kinerja pemakai dan organisasinya. Berdasarkan definisi diatas, kepuasan pemakai dapat dikatakan berhasil apabila sistem informasi yang dipakai memiliki kemudahan dalam pemakaiannya, kecepatan akses dalam pemrosesan data, memiliki keamanan yang baik, serta mengikuti perkembangan sistem informasi sehingga dapat memenuhi keandalannya. Sehingga, semakin baik kualitas sistem informasi maka semakin meningkatkan kepuasan pemakai, begitu sebaliknya apabila kualitas sistem yang dihasilkan kurang berkualitas maka hal tersebut dapat menurunkan tingkat kepuasan pemakainya.

Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rukmiyati & Budiarta, 2016) yang menyatakan Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness* berpengaruh positif pada Kepuasan Pemakai Akhir Sistem Informasi. Hal itu menunjukkan semakin baik kualitas sistem informasi, kualitas informasi, dan *perceived usefulness* maka akan meningkatkan kepuasan pemakai akhir software akuntansi. Namun, hasil penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tulodo & Solichin, 2019) yang menyebutkan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh kepada kepuasan pemakai, sedangkan kualitas informasi dan *perceived usefulness* berpengaruh kepada kepuasan pemakai, dan kepuasan pemakai terhadap kinerja individu.

Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Sia

Merujuk pada hasil tes analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi dalam penelitian ini tidak berpengaruh kepada kepuasan pemakai sia. Dalam teori Delone dan McLean dalam (Utomo et al., 2017) yang menjelaskan bahwa kualitas informasi merupakan keluaran berupa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi yang dipakai. Dalam kualitas informasi terdapat indikator pengukur keberhasilan suatu informasi yang meliputi kelengkapan informasi yang dihasilkan sehingga pemakai akan menggunakannya secara berkala karena merasa puas akan sistem informasi tersebut. Bentuk penyampaian informasi yang memudahkan pemakai untuk memahami informasi yang dihasilkan oleh suatu sistem informasi mencerminkan kualitas informasi yang baik, selain itu informasi yang akurat juga dianggap dapat meningkatkan kepuasan pemakai teknologi informasi.

Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Amalia & Pratomo, 2016) yang menyatakan Kualitas Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pemakai Sia. Namun hasil penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agustina et al., 2021) yang menyatakan bahwa secara parsial dan simultan kualitas sistem dan kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pemakai sia pada PT Indomarco Prismatama Cabang Banjarmasin, hal ini dikarenakan pekerja merasa puas dengan sia yang dipakai perusahaan tersebut.

Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna Sia

Merujuk pada hasil tes analisis dapat disimpulkan bahwa *Perceived Usefulness* dalam penelitian ini tidak berpengaruh kepada Kepuasan Pemakai Sia. Dalam teori TAM yang disebutkan oleh Hartono (2018) dalam (Santi & Sudiasmo, 2020) salah satu hal yang mempengaruhi TAM adalah persepsi manfaat pemakai yang seberapa jauh seseorang percaya bahwa memakai teknologi informasi bisa meningkatkan

kinerja pemakai teknologi informasi, hal ini dapat terlihat dari indikator yang dipakai dalam mengukur persepsi kebermanfaatan teknologi informasi antara lain meliputi pemakaian yang lebih sering dan berulang-ulang karena dianggap dapat mempercepat pekerjaan, menambah produktivitas, memiliki efektivitas dalam menjadikan pekerjaan lebih mudah, serta memiliki tingkat kerumitan yang sedikit. Semakin tinggi persepsi manfaat pengguna maka akan semakin menaikkan tingkat kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Amalia & Pratomo, 2016) yang menyatakan *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh signifikan kepada kepuasan pengguna sia, namun secara bersama-sama menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi, kualitas informasi, dan *perceived usefulness* memiliki pengaruh kepada kepuasan pengguna sia. Pada hasil penelitian ini diketahui tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Reza et al., 2020) yang menyatakan bahwa secara parsial *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap kepuasan pemakai, namun kedua variabel tersebut yaitu kualitas sia dan *perceived usefulness* berpengaruh terhadap kepuasan pemakai.

Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna Sia

Kualitas sistem informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness* yang diuji secara simultan kepada Kepuasan Pemakai Sia menunjukkan hasil signifikan yang membuktikan bahwa hipotesis pertama H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut berarti bahwa secara bersama-sama Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness* berpengaruh kepada Kepuasan Pemakai Sia.

Kepuasan pemakai sistem informasi merupakan salah satu alat ukur tingkat keberhasilan implementasi atau pemakaian sebuah sistem informasi, kepuasan tersebut merupakan penilaian yang menyangkut apakah kinerja suatu sistem informasi dikatakan baik atau buruk, dan apakah sistem informasi yang dipakai sesuai atau tidak dengan tujuan pemakainya. Dengan memperhatikan hal-hal yang mampu mempengaruhi Kepuasan Pemakai dalam memakai sia maka penting juga adanya Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness* yang baik. Apabila hal-hal tersebut bernilai baik dimata pemakai Sia, maka akan menimbulkan kepuasan bagi pemakai sia.

SIMPULAN

Merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka bisa diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Kualitas Sistem Informasi berpengaruh positif kepada Kepuasan Pemakai Sia pada CV. Rizqy Mobile & Comp. (2) Kualitas Informasi tidak berpengaruh kepada Kepuasan Pemakai Sia pada CV. Rizqy Mobile & Comp. (3) *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh kepada Kepuasan Pemakai Sia pada CV. Rizqy Mobile & Comp. (4) Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan *Perceived Usefulness* berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pemakai Sia pada CV. Rizqy Mobile & Comp.

IMPLIKASI

Merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka implikasi yang bisa diberikan peneliti sebagai berikut : (1) Bagi peneliti selanjutnya supaya dapat menambah jumlah variabel yang berhubungan dengan Kepuasan Pemakai SIA. Hal ini agar dapat diketahui lebih banyak lagi hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pemakai sia. (2) Penelitian selanjutnya diharapkan untuk tidak memberi batasan perusahaan saat pengambilan sampel hanya pada satu perusahaan, sehingga bisa mewakili populasi yang lebih luas.

KETERBATASAN PENELITIAN

Beberapa keterbatasan pada penelitian ini, antara lain : 1. Objek penelitian hanya tertuju pada satu perusahaan saja. 2. Pada tahap pengambilan data, informasi yang disampaikan responden melalui kuesioner terkadang belum menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, ini karena adanya

perbedaan pendapat, persepsi dan pemahaman pada tiap responden, serta karena hal lain seperti hal kejujuran pada saat pengisian angket.

PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE MS GLOW PADA KONSUMEN MS GLOW DESA BARENGKRAJAN KRIAN, SIDOARJO

Safira Denny iswanto¹, Tony Susilo Wibowo, Nashrudin Latief

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : safiradenny88@gmail.com¹, tonysus_sw@unipasby.ac.id²

Penampilan dimasa kini adalah suatu hal yang harus diperhatikan, tidak oleh Wanita namun juga pria. Termasuk dalam dunia pekerjaan penampilan adalah suatu hal yang penting bagaimana diri kita menghargai orang lain atau client. Perkembangan skincare saat ini telah berkembang pesat terutama skincare brand local yang banyak digemari oleh masyarakat di indonesia. Semua ni karena kekuatan media social yang sudah dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan. sehingga konsumen memiliki sudut pandang dalam memperhatikan harga, citra merek, dan kualitas produk dalam memutuskan pembelian. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan non-probability sampling untuk mengambil sampel menggunakan kuesioner yang diberi skor pada skala Likert. Penelitian ini melibatkan 85 partisipan yang semuanya konsumen dari skincare ms GLOW. Dengan hasil dari penelitian yang telah dikaji kali ini menunjukkan jika Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk MS GLOW.

Kata kunci: Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Appearance today is something that must be considered, not by women but also men. included in the world of work appearance is an important thing how we respect other people or clients. The development of skincare is currently growing rapidly, especially local skincare brands which are much favored by people in indonesia. All this because of the power of social media that has been used well by the company. so that consumers have a point of view in paying attention to price, brand image, and product quality in deciding to purchase. in this study, a non-probability sampling approach was used to take samples using a questionnaire that was scored on a Likert scale. This study involved 85 participants who were all consumers of MS GLOW skincare. With the results of the research that has been reviewed this time, it shows that Price Perception, Brand image, and Product Quality have a simultaneous effect on the Purchase Decision of MS GLOW products..

Keywords : Price Perception, Brand image, Product Quality, and Purchase Decision

PENDAHULUAN

Penampilan di masa kini adalah suatu hal penting yang harus di miliki perempuan maupun laki-laki. Ditambah dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat membuat beberapa produk akan memiliki waktunya untuk viral di kalangan masyarakat. Tentu perkembangan skincare di indonesia sudah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Kini

wirausaha kosmetik ataupun skincare sudah tidak takut lagi mengepakkan sayapnya pada pemasaran di indonesia. Hal ini di buktikan berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada kuartal i-2020 pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional termasuk kosmetik tumbuh 5,59%. Pertumbuhan pasar kosmetik di indonesia juga diproyeksikan naik 7% pada 2021. (sumber : databoks.katadata.co.id).

Sebuah hasil survei dari Kompas.co.id (2021) mengenai produk skincare terlaris dari top 10 brand lokal. Dimana hasil survei bahwa dengan banyaknya produk skincare lokal yang beredar dipasaran dengan merek yang berbeda-beda. Pada periode 1-18 februari menunjukkan ranking pertama produk skincare merek MS GLOW, ranking kedua scarlett, ranking ketiga somethinc, ranking keempat avoskin, ranking kelima wardah, ranking keenam whitelab, ranking ketujuh bio beauty lab, ranking kedelapan emina, ranking kesembilan elsheSkin, dan ranking kesepuluh everwhite. Dapat kita ketahui bahwa pada ranking dua, tiga, empat, lima, enam, tujuh, delapan, sembilan, sepuluh merupakan merek dari kompetitor. Untuk produk MS.Glow sendiri yakni berada di ranking pertama, hal ini menunjukkan bahwa produk skincare merek MS GLOW banyak peminatnya dan bisa di bilang berhasil dalam persaingan dengan beberapa merek lainnya.

Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi persaingan dalam dunia industri saat ini, terbilang sangat ketat dan terus berubah seiring dengan perubahan teknologi, budaya, perkembangan dunia usaha serta kebutuhan konsumen. Pada saat sekarang ini, gejala mengkonsumsi bermacam-macam produk telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Hal ini terlihat dari semakin tingginya konsumsi produk mulai produk makanan, minuman, pakaian, otomotif hingga produk kosmetik seperti produk kecantikan. Perusahaan yang

bergerak di bidang produk kecantikan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen membuat perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang kecantikan selalu melakukan inovasi dan kreativitasnya. Tujuannya adalah untuk membawa keuntungan jangka panjang dan pengembangan bagi perusahaan.

Dalam proses pencapaian tersebut, konsumen melakukan banyak penentuan sebelum membeli produk yang akan mereka beli, salah satunya adalah persepsi harga. Harga menjadi salah satu isyarat penting dalam pemasaran baik jasa maupun barang yang akan diterima. Dimana harga juga merupakan salah satu isyarat yang digunakan oleh konsumen dalam hal pertimbangan. Namun tidak hanya persepsi harga saja, perusahaan juga harus membangun citra merek sehingga dapat dengan tepat menyampaikannya pada konsumen hal yang menarik, unik, dan kelebihan yang dimiliki oleh MS GLOW itu sendiri. Kebiasaan konsumen memandang citra merek sebagai pemahaman pada produk yang dirasakan. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek. Keberadaan citra merek tersebut juga memberikan dampak bagi perusahaan, yang pertama pemahaman baik akan membawa keuntungan bagi perusahaan dan membuat nama baik perusahaan dikenal secara meluas, yang kedua pemahaman buruk akan berdampak kergian bagi perusahaan dan bisa

membuat konsumen beralih ke merek yang lain.

Dalam menghadapi kompetitor yang bergerak di bidang yang sama, setiap perusahaan harus mempunyai keunggulan tersendiri. Perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk. konsumen yang pemakai produk kosmetik mereka akan melihat dari segi kualitasnya dengan demikian konsumen dapat menentukan pilihannya. Kualitas produk sangat penting bagi konsumen karena kebanyakan konsumen membeli produk barang maupun jasa, kualitas selalu diprioritaskan. Sehingga untuk memperoleh kualitas yang baik terhadap barang yang akan dibeli, uang berapapun yang dikeluarkan oleh konsumen tidak jadi suatu masalah. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang diinginkan, biasanya konsumen mempertimbangkan harga, citra merek dan kualitas dari produk tersebut. Keputusan pembelian memiliki peranan sangat penting karena membawa keuntungan bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan produk yang dipasarkan.

TINJAUAN PUSTAKA & HIPOTESIS

Pemasaran adalah sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalan. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Science, 2018:4).

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-

program yang dibuat untuk membentuk, membangun, memelihara, keuntungan, dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang (Sofjan Assauri, 2018:13).

Persepsi Harga

Persepsi harga merupakan persepsi atas harga menyangkut bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan dibuat bermakna bagi mereka (Fatmawati dan Soliha, 2017).

Persepsi harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau sejumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen untuk dapat memperoleh manfaat dari menggunakan suatu produk dan jasa (Kotler & Keller, 2016).

Berdasarkan definisi diatas, bahwa persepsi harga merupakan reaksi konsumen tentang sebuah harga yang nantinya akan dibandingkan dengan pesaing lain dan akan menjadi sebuah alasan atau pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan pembelian pada produk tersebut.

Citra Merek

Brand image merupakan persepsi masyarakat mengenai merek tertentu yang digambarkan dengan kata, tanda, simbol atau desain atau merger dari seluruhnya (Sudrajat et al, 2018:3).

Citra merek merupakan pandangan dari sejumlah masyarakat yang sudah terbenak dalam pikiran mereka ketika

mencari sebuah produk yang dibutuhkan (Saputra, 2020:19).

Dari beberapa pengertian diatas bahwa citra merek merupakan nama, tanda, simbol, desain atau atribut produk yang sudah tertanam di ingatan konsumen tentang pemahaman pada merek sehingga konsumen bisa membedakan dengan produk pesaing.

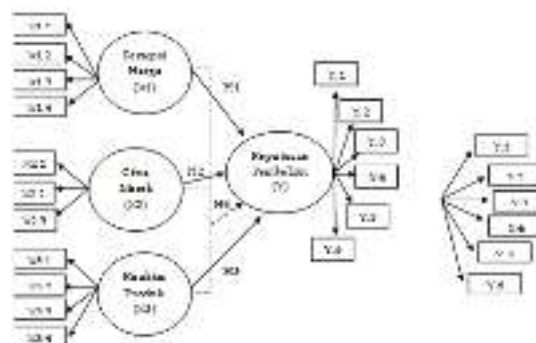
Kualitas Produk

Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil (Kotler dan Armstrong, 2015:224).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang di inginkan pelanggan (Kotler dan Keller, 2016:164). Dari pengertian diatas bahwa kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan agar konsumen merasa puas dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Masyarakat sangat kritis dalam mengkonsumsi sebuah produk, konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang telah dikeluarkan.

Kerangka Konseptual

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Hipotesis

Dengan gambar kerangka konseptual di atas, maka dapat ditarik kesimpulan hipotesis pada penelitian yang dilakukan yaitu :

H1 : Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk skincare MS GLOW.

H2 : Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk skincare MS GLOW.

H3 : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk skincare MS GLOW.

H4 : Persepsi harga, citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk skincare MS GLOW.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Konsumen MS GLOW digunakan sebagai populasi dengan. Kemudian menggunakan rumus ferdinand yang ditemukan memiliki hasil sampel sebesar 85 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

.Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling. Menurut Sugiyono (2017:142) teknik non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti bertemu dengan responden pada saat kegiatan organisasi desa dimana kemungkinan bertemu dengan pengguna produk skincare MS GLOW cukup besar.

Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuisi. Penyajian kuisi berupa pernyataan/pertanyaan yang diperoleh dari indikator-indikator dari setiap variabel penelitian. Pengukuran kuisi menggunakan skala likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1
Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Nilai Kritis	Ket.
Persepsi Harga (X1)	X1_1	0,662	0,3	Valid
	X1_2	0,705	0,3	Valid
	X1_3	0,789	0,3	Valid
	X1_4	0,746	0,3	Valid
	X1_5	0,787	0,3	Valid
	X1_6	0,726	0,3	Valid
	X1_7	0,736	0,3	Valid
	X1_8	0,652	0,3	Valid
Citra Merek (X2)	X2_1	0,373	0,3	Valid
	X2_2	0,638	0,3	Valid
	X2_3	0,750	0,3	Valid
	X2_4	0,708	0,3	Valid
	X2_5	0,730	0,3	Valid
	X2_6	0,741	0,3	Valid
Kualitas Produk (X3)	X3_1	0,716	0,3	Valid
	X3_2	0,710	0,3	Valid
	X3_3	0,828	0,3	Valid
	X3_4	0,818	0,3	Valid
	X3_5	0,833	0,3	Valid
	X3_6	0,819	0,3	Valid
	X3_7	0,733	0,3	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y_1	0,870	0,3	Valid
	Y_2	0,609	0,3	Valid
	Y_3	0,725	0,3	Valid
	Y_4	0,650	0,3	Valid
	Y_5	0,797	0,3	Valid
	Y_6	0,708	0,3	Valid
	Y_7	0,731	0,3	Valid
	Y_8	0,837	0,3	Valid
	Y_9	0,806	0,3	Valid
	Y_10	0,788	0,3	Valid
	Y_11	0,522	0,3	Valid
	Y_12	0,717	0,3	Valid

Berdasarkan data table 4.1 uji validitas diatas setelah dilakukan perhitungan menggunakan SPSS ver 26, dapat diketahui hasilnya jika setiap point/item pertanyaan mendapatkan hasil Rhitung yang beragam dan dinyatakan valid karena nilai melebihi corelate 0,05.

Tabel 4.2
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Ket
Persepsi Harga (X1)	0,871	0,6	Reliabel
Citra Merek (X2)	0,736	0,6	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,916	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,905	0,6	Reliabel

Dari tabel Uji Reliabilitas 4.2 diatas, diperoleh nilai koefisien reliabilitas Cronbach alpha pada variable persepsi harga (X1) sebesar 0,871, citra merek (X2) sebesar 0,736, dan kualitas produk (X3) sebesar 0,916 dan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,905. Dari semua variable hasil nilai Cronbach alpha lebih besar > 0,6. Dapat disimpulkan jika

semua pertanyaan pada instrument yang digunakan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.3
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		
Normal Parameters ^{a,b}		
Mean		0,000
Std. Deviation		2,94571
Most Extreme Differences	Absolute	0,000
	Positive	0,000
	Negative	-0,000
Test Statistic		0,000
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
a. Lilliefors Significance Correction		

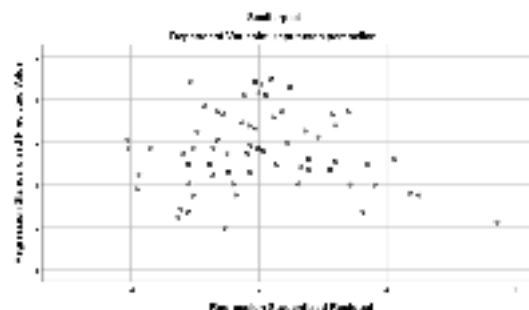
Nilai Asymp dapat ditemukan pada tabel 4.3 di atas. Dimungkinkan untuk menarik kesimpulan berdasarkan temuan pengujian sebelumnya bahwa data berdistribusi normal (sig. (2-tailed) sebesar $0,003 > 0,05$).

Tabel 4.4
Uji Multikolineritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Harga (X1)	0,278	3,598
	Citra Merek (X2)	0,525	1,906
	Kualitas Produk (X3)	0,274	3,654

Berdasarkan tabel 4.4 uji multikolineritas diatas diketahui bahwa nilai VIF untuk persepsi harga (X1) sebesar 3,598, variable citra merek (X2) sebesar 1,906, dan variable kualitas produk (X3) sebesar 3,654. Masing – masing variable mempunyai nilai VIF kurang dari 10,00. Dapat disimpulkan jika regresi berganda terbebas dari gangguan Multikolineritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Scatterplot

Titik-titik pada sumbu 0 dan Y tersebar secara acak, membentuk pola yang ditunjukkan pada gambar di atas. Jika model regresi tidak terjadi, maka dapat disimpulkan. Heteroskedastisitas.

Tabel 4.5
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	0,840 ^a	0,705	0,694	2,99977	1,875
a. Predictors : (Constant), Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga					
b. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian					

Dari tabel 4.5 diatas diketahui jika nilai Durbin-Watson sebesar 1,875. Sedangkan nilai du pada tabel 1,7210 dalam menentukan nilai dapat dilihat sebagai berikut :

$$Du < d < 4 - du$$

$$1,7210 < 1,875 < 2,279$$

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui nilai DW sebesar 1,875 lebih besar dari nilai du 1,7210 dan lebih kecil dari $4 - du$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Tabel. 4.6
Analisis Linier Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a			T
	Unstand ardized B	Coefficients Std. Error	Standar dized Coefficient Beta	
1 (Constant)	9,173	3,277		2,799
Persepsi Harga (X1)	0,306	0,146	0,240	2,101
Citra Merek (X2)	0,880	0,166	0,442	5,301
Kualitas Produk (X3)	0,292	0,134	0,252	2,181

a. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Untuk menurunkan persamaan regresi, kita dapat menggunakan nilai pada Tabel 4.6 untuk mendapatkan besaran konstanta dan koefisien regresi masing-masing variabel :

Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat di deskripsikan sebagai berikut :

Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat di deskripsikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 9,173, artinya apabila variabel Persepsi Harga (X1), Citra Merek (X2), dan Kualitas Produk (X3), nilainya 0 maka nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 9,173.
2. Nilai koefisien Persepsi Harga (X1) sebesar 0,306, artinya bahwa setiap penurunan satu-satuan Persepsi Harga (X1) akan mengakibatkan menurunnya nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,306.
3. Nilai koefisien Citra Merek (X2) sebesar 0,880, artinya bahwa setiap penambahan satu-satuan Citra Merek (X2) akan mengakibatkan meningkatnya

nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,880.

4. Nilai koefisien Kualitas Produk (X3) sebesar 0,292, artinya bahwa setiap penurunan satu-satuan Kualitas Produk (X3) akan mengakibatkan menurunnya nilai Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,292.

Tabel 4.7
Uji-t

Model	t	Sig
Persepsi Harga	2,101	0,039
Citra Merek	5,301	0,000
Kualitas Produk	2,181	0,032

Berdasarkan hasil tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Persepsi Harga (X1) sebesar

$$Y = 9,173 + -0,306 (X1) + 0,880 (X2) + 0,292 (X3) + e$$

sebesar 0,039 sehingga ($0,039 < 0,05$) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima.

2. Variabel Citra Merek (X2) sebesar 5,301 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima.
3. Variabel Kualitas Produk (X3) sebesar 2,181 dengan nilai signifikansi sebesar 0,032 sehingga ($0,032 < 0,05$) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima.

. **Tabel 4.8**

Uji-F						
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1741,866	3	580,622	64,524	0,000
	Residual	728,887	81	8,999		
	Total	2470,753	84			
a. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian						
b. Predictors : (Constant) Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga						

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F-hitung sebesar 64,524 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis diterima. Artinya kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian

Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen MS GLOW

Persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada hasil penelitian ini dapat disimpulkan jika persepsi harga berpengaruh signifikan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen MS GLOW di daerah Desa Barengkrajan Krian, Sidoarjo. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu milik Setyarko pada tahun (2016), yang menyatakan persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian. Dalam penelitiannya persepsi harga memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian bahwa dalam melakukan pembelian produk secara online, persepsi terhadap harga produk bukan menjadi hal utama yang dipikirkan oleh konsumen, karena pada dasarnya

konsumen mengetahui bahwa produk-produk yang dijual secara online memberikan penawaran harga yang murah, walaupun pada saat melakukan pembelian tetap meninjau dan menimbang harga yang berlaku untuk sebuah produk.

Persepsi harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau sejumlah dari nilai yang ditukarkan konsumen untuk dapat memperoleh manfaat dari menggunakan suatu produk dan jasa (Kotler & Keller, 2016). iah Pranitasari dan Cici Bela Saputri yang melakukan penelitian serupa pada tahun 2016 menyimpulkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja.

Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian konsumen MS GLOW

Citra merek memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukan jika konsumen MS GLOW memiliki sebuah pertimbangan untuk melihat apakah citra merek milik produk yang ingin di beli sukses membuat konsumen memilih produk tersebut. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu milik Wulandari dan Iskandar (2017) menunjukkan Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Brand image merupakan persepsi masyarakat mengenai merek tertentu yang digambarkan dengan kata, tanda, simbol atau desain atau merger dari seluruhnya (Sudrajat et al, 2018:3). Citra merek merupakan pandangan dari sejumlah

masyarakat yang sudah terbenak dalam pikiran mereka ketika mencari sebuah produk yang dibutuhkan (Saputra, 2020:19).

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen MS GLOW

Kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan jika konsumen MS GLOW lebih memperhatikan dan mengedepankan kualitas produk yang terkandung pada MS GLOW. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu milik Anwar dan Satrio (2015) menunjukkan Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil (Kotler dan Armstrong, 2015:224).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Kotler dan Keller, 2016:164). Dari pengertian diatas bahwa kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan agar konsumen merasa puas dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Masyarakat sangat kritis dalam mengkonsumsi sebuah produk, konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang telah dikeluarkan.

Pengaruh persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen MS GLOW pada Desa Barengkrajan Krian, Sidoarjo

Persepsi harga, citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian terhadap produk MS GLOW daerah Krian Sidoarjo. Persepsi harga, citra merek dan kualitas produk secara simultan / bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen MS GLOW Desa Barengkrajan Krian, Sidoarjo. Hal ini dikarenakan keputusan pembelian menunjukkan hasil jika keputusan pembelian dapat meningkat karena adanya pengaruh persepsi harga , citra merek dan kualitas produk. Pada penelitian milik Emylia Dzulkharnain (2019) dengan variabel yang sama terdapat kesamaan, yaitu persepsi harga, citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan untuk persepsi harga tetap berpengaruh signifikan namun secara negatif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen MS GLOW Desa Barengkrajan Krian, Sidoarjo, dapat disimpulkan jika :

- a. Persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen MS GLOW Desa

Barengkrajan Krian, Sidoarjo. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis data diterima.

- b. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen MS GLOW Desa Barengkrajan Krian, Sidoarjo. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis data dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
- c. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen MS GLOW Desa Barengkrajan Krian, Sidoarjo. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis data dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
- d. Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan / bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian konsumen MS GLOW Desa Barengkrajan Krian,

DAFTAR PUSTAKA

- Alvionita, Vivi. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Yang Mengandung Bahan Berbahaya.
- Alfaqih, Ahmad Muzakki., dkk. (2021). Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Jersey Futsal Kisiro Sari Di Kota Kediri.
- Kusumawati, Dyah dan Saifudin, Saifudin. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenial Di Jawa

Sidoarjo. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis data dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

IMPLIKASI

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi pemilik usaha yang menjual MS GLOW maupun untuk perusahaan MS GLOW dalam melihat sudut pandang lain. Peneliti juga berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti dimasa depan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini terdapat satu variabel yaitu Persepsi Harga yang tidak memiliki hasil yang signifikan, diharapkan di kemudian hari terdapat peneliti yang memiliki penelitian yang sama dengan wilayah pengambilan yang berbeda sehingga dapat mengetahui dari sudut pandang lain.

Tengah.

- Supranto, J dan Limakrisna, Nandan. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi.
- Ardiansyah, Muhammad dan Rokhim, Siti. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Cleo.
- Monica Reppi, Jesica. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel iPhone Pada Pusat Perbelanjaan iTC Manado.
- Dwiarta, i Made Bagus dan Rizky Ariestania, Vira. (2020). Pengaruh

- Brand image, Product Quality, Dan Product Knowledge Terhadap Purchase intention Pengguna Vans Sidoarjo.
- Subastian, dya viani., dkk. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS'GLOW.
- Liman, Piter., dkk. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Minyak Goreng Kemasan CV. INDO SARI ABADI.
- Wulandari, Rizky Desty dan Iskandar, Donant Alananto. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik.
- Handayani, Langgeng Sri dan Hidayat, Rahmat. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Ms'Glow Beauty.
- Wibowo, Tony Susilo dan Arinda, Dian Irva. (2021). Pengaruh Endorsment Beauty Vlogger, Brand image, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Makeover (Pengguna Produk Makeover Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya).
- Anwar, iful dan Satrio, Budhi (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.
- Sari, Agnes Dwi Kurnia. (2019). Pengaruh Brand image, Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Laneige Water Sleeping Mask.
- Mardiasih, Titik Sari. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.

ANALISIS KESIAPAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR MENGHADAPI ERA *BIG DATA* BERDASARKAN PENGALAMAN KARYAWAN (STUDI KASUS PT. CAHAYA INDO PERSADA SURABAYA)

Widya Kustria Ningrum¹, Evita Purnaningrum², Didik Subijantoro³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Koresponden : purnaningrum@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan yakni mengetahui kesiapan Perusahaan Manufaktur (Studi Kasus PT. Cahaya Indo Persada Surabaya) pada Sumber Daya Manusia / karyawannya melalui pengalaman karyawan (*Employee Experience*). Pendekatan yang dipakai adalah kuantitatif deskriptif serta populasi & sampel yang digunakan yakni sejumlah 52 orang. Dengan metode statistik *Principal Component Analysis* (PCA) menggunakan *Software R*. Penelitian menghasilkan faktor-faktor pengalaman karyawan dari 7 faktor yang dianalisis terbentuk 2 kelompok faktor baru yakni faktor pertama “Faktor Eksternal Diri Karyawan” yang terdiri dari Kesejahteraan, Inklusivitas, Kesatuan, dan Lingkungan Teknologi. Faktor kedua “Faktor Internal Diri Karyawan” yang terdiri dari Orientasi Pencapaian, Semangat, dan Lingkungan kerja fisik. Dua faktor baru tersebut menghasilkan kontribusi sebesar 98%. Faktor dominan dengan jumlah kontribusi sebesar 64% adalah faktor kedua yaitu “Faktor Internal Diri Karyawan”.

Kata kunci : Pengalaman Karyawan, Era *Big Data*, PCA

ABSTRACT

This study has a purpose, namely to determine the readiness of Manufacturing Companies (Case Study of PT. Cahaya Indo Persada Surabaya) in Human Resources / employees through employee experience (Employee Experience). The approach used is descriptive quantitative and the population and sample used are 52 people. With the Principal Component Analysis (PCA) statistical method using Software R. The study resulted in employee experience factors from 7 factors analyzed to form 2 new groups of factors, namely the first factor "Employee's External Factors" consisting of Welfare, Inclusiveness, Unity, and Environment Technology. The second factor is "Employee's Internal Factor" which consists of Achievement Orientation, Spirit, and Physical work environment. The two new factors make up a contribution of 98%. The dominant factor with a total contribution of 64% is the second factor, namely "Employee Self-Internal Factors".

Keywords : Employee Experience, Big Data Era, PCA

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri 4.0 merupakan fenomena yang sudah ada dan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, organisasi perlu mengubah sikap mereka terhadap lingkungan yang berubah. (Dhanpat dkk, 2020) Negara-negara maju sudah mengalami transformasi yang disebabkan oleh industri 4.0 di lingkungan manufaktur mereka, dan perubahan diantisipasi untuk meluas ke seluruh dunia dalam beberapa tahun ke depan karena revolusi industri selalu dirangsang oleh perkembangan teknologi suatu negara. Area yang terpengaruh oleh transformasi tidak hanya relevan dengan lingkungan manufaktur tetapi juga akan berdampak pada esensi tugas karyawan, yang kemungkinan besar akan mengubah prospek karyawan dari profesi sumber daya manusia.

Industri 4.0 memiliki tujuan mengembangkan manufaktur cerdas dan terbuka sebagai implementasi informasi dalam jaringan industri, menghadirkan inovasi model bisnis. Sistem manufaktur yang cerdas membutuhkan kemampuan sosial dan lebih banyak lagi otonomi sebagai faktor utama dari sistem yang diatur sendiri.

Oleh karena itu, sangat penting bagi para profesional Sumber Daya Manusia untuk tetap relevan di industri untuk menjaga organisasi mereka tetap up to date dengan transisi, karena implementasinya tidak dapat dihindari.

(Sima dkk, 2020) Menyebutkan bahwa pada manufaktur, yang awalnya fokus dari peningkatan produksi beralih ke peningkatan produktivitas, lalu otomatisasi, saling terhubung melalui diggunakannya sistem siber-fisik (*Cyber-Physical Systems*) dalam proses produksi. Dimana sistem siber-fisik (*Cyber-Physical Systems*) merupakan bagian dari Pabrik pintar (*smart factory*) yang memperoleh pengetahuan dan ditindaklanjuti secara *real-time* dengan menggunakan *Big Data*. *Big Data* adalah kumpulan data dengan volume besar yang berasal dari berbagai jenis sumber data di seluruh dunia yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun serta dapat bertambah dengan sangat cepat (Nafah dan Purnaningrum, 2021). Yang termasuk dalam *Big Data* sederhana adalah Google Trends yang merupakan instrumen *Big Data* yang paling sederhana dalam mencari data berbasis web, maka tidak membutuhkan *survey* (Purnaningrum & Ariqoh, 2019), (Purnaningrum & Ariyanti, 2020), (Kusumawardhani & Purnaningrum, 2021).

Karyawan telah menjadi aset terkuat untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk semua jenis Perusahaan, termasuk Perusahaan Manufaktur. Menurut (Yadav & Vihari, 2021) Manajemen puncak berusaha untuk konsisten melalui berbagai intervensi dan mengukur mereka untuk evaluasi dan umpan balik. Salah satu pengukuran tersebut adalah pengalaman karyawan, yang merupakan kumpulan pandangan atau pendapat seorang karyawan selama seluruh tinggal di organisasi melalui berbagai interaksi, mulai dari kontak pertama sebagai calon rekrutan hingga perpisahan.

PT. Cahaya Indo Persada Surabaya merupakan Perusahaan Manufaktur yang menghasilkan peralatan kebutuhan rumah tangga untuk makan seperti garpu, pisau makan, dan sendok. Dalam penjualannya melakukan pengiriman ke dalam dan hingga ke luar negeri. PT. Cahaya Indo Persada Surabaya menjual produknya secara sistem grosir atau tidak menjual produk secara ecer.

Pada PT. Cahaya Indo Persada belum ada penilaian tertentu mengenai pengalaman karyawan, sehingga karyawan merasa tidak diperhatikan dan tidak diberdayakan untuk mencapai potensi mereka. Padahal pengalaman karyawan terkait dengan kinerja yang lebih baik, upaya ekstra di tempat kerja, dan niat berpindah yang lebih rendah (IBM & Globoforce, 2017). Pengalaman karyawan seiring berjalannya waktu juga perlu disesuaikan dengan lingkungan atau teknologi yang sedang berkembang saat ini, yaitu Industri 4.0 atau *Era Big Data*. Maka PT. Cahaya Indo Persada Surabaya, melihat adanya perkembangan teknologi Industri 4.0 saat ini atau *era big data* perlu menyiapkan kesiapan dalam menghadapinya, salah satunya pada sumber daya manusia (SDM) / karyawannya melalui pengalaman karyawan.

METODE

Pada penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan populasi dan sampel yang digunakan yakni 52 responden yang merupakan seluruh karyawan di PT. Cahaya Indo Persada Surabaya. Dengan Metode *Principal Component Analysis* (PCA) dengan *Software R* Versi 3.6.3.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Uji *Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)* and *Bartlett's Test*

Tabel 1. *KMO and Bartlett's Test*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,67
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	114,81
	Df	21
	Sig.	0,000

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui jika 52 responden mempunyai nilai kecukupan sampling (*Measure of Sampling Adequacy*) sebesar 0,67. Dan jika mengacu pada akurasi KMO, maka nilai kecukupan sampel faktor secara menyeluruh adalah baik. Nilai KMO yang >0,5 memiliki artian bahwa sekumpulan faktor tersebut dapat dilanjutkan proses analisis memakai analisis faktor.

Dapat dilihat juga bahwa nilai sig yaitu 0,000 yang artinya <0,05 maka faktor-faktor yang telah dipakai saling berkorelasi serta dapat diteruskan ke proses analisis selanjutnya.

2. *Anti Image Matrices and Communalities*

Tabel 2. *Anti Image Matrices*

Anti-Image Matrices		i1	i2	i3	i4	i5	i6	i7
Anti-image Covariance	i1	0,756	-0,198	0,050	-0,082	0,054	-0,022	-0,038
	i2	-0,198	0,512	-0,035	-0,270	0,061	-0,069	0,034
	i3	0,051	-0,356	0,848	-0,041	-0,073	-0,131	0,097
	i4	-0,082	-0,27	-0,041	0,491	-0,178	0,042	0,070
	i5	0,054	0,061	-0,073	-0,178	0,435	-0,155	-0,155
	i6	-0,022	-0,069	-0,131	0,042	-0,155	0,421	-0,208
	i7	-0,038	0,034	0,097	0,070	-0,155	-0,208	0,474
Anti-image Correlation	i1	0,729	-0,318	0,063	-0,135	0,094	-0,038	-0,063
	i2	-0,318	0,615	-0,054	-0,538	0,129	-0,148	0,070
	i3	0,063	-0,054	0,728	-0,064	-0,120	-0,22	0,154
	i4	-0,135	-0,538	-0,064	0,601	-0,386	0,092	0,145
	i5	0,094	0,129	-0,121	-0,386	0,695	-0,362	-0,341
	i6	-0,039	-0,148	-0,22	0,092	-0,362	0,703	-0,467
	i7	-0,063	0,070	0,154	0,145	-0,341	-0,467	0,671

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan hasil *Anti Image Matrix* diperoleh nilai MSA untuk setiap faktor adalah Orientasi Pencapaian (i1) sebesar 0,729, Semangat (i2) sebesar 0,615, Kesejahteraan (i3) sebesar 0,728, Lingkungan Kerja Fisik (i4) sebesar 0,601, Inklusivitas (i5) sebesar 0,695, Kesatuan (i6) sebesar 0,703, Lingkungan Teknologi (i7) sebesar 0,671. Karena masing-

masing faktor mempunyai nilai MSA sebesar $> 0,5$ sehingga seluruh faktor dapat dilakukan ke proses analisis selanjutnya.

Tabel 3. *Communalities*

Communalities	
	Nilai h2
Orientasi Pencapaian (i1)	0,5
Semangat (i2)	0,77
Kesejahteraan (i3)	0,21
Lingkungan Kerja Fisik (i4)	0,71
Inklusivitas (i5)	0,75
Kesatuan (i6)	0,78
Lingkungan Teknologi (i7)	0,72

Sumber : data diolah, 2022

Nilai communalities dapat dilihat pada *Output Rotation Oblimin* yaitu nilai h2. Nilai *Communalities* tertinggi yaitu pada i6 sebesar 0,78 yang berarti i6 dapat menjelaskan 78% varian faktor yang telah terbentuk. Jika nilai *communalities* yang paling rendah yakni i3 bernilai 21%, yang berarti i3 dapat menjelaskan 21% varian faktor yang terbentuk begitu pula dengan varian lain. Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diurutkan tingkat keeratan seluruh faktor dengan faktor baru yang dihasilkan dimulai dari yang paling tinggi hingga paling rendah yaitu Kesatuan, Semangat, Inklusivitas, Lingkungan Teknologi, Lingkungan Kerja Fisik, Orientasi Pencapaian, dan Kesejahteraan.

3. Principal Component Analysis (PCA)

3.1 Total Variance Explained

Tabel 4. *Total Variance Explained*

Total Variance Explained	Nilai Eigenvalue
Orientasi Pencapaian (i1)	2,663
Semangat (i2)	1,781
Kesejahteraan (i3)	0,934
Lingkungan Kerja Fisik (i4)	0,652
Inklusivitas (i5)	0,419
Kesatuan (i6)	0,297
Lingkungan Teknologi (i7)	0,251

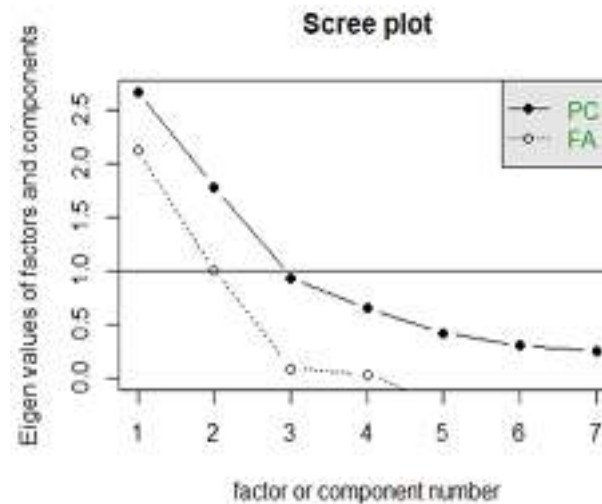
Sumber : data diolah, 2022

Eigenvalue yakni jumlah total variansi yang diartikan dari tiap-tiap faktor. Berdasar tabel 4.8 dengan melihat besar *eigenvalue* tiap faktor, yang awalnya terdiri dari 7 faktor yaitu sejumlah indikatornya yang kemudian pada proses selanjutnya dipilih faktor-faktor yang memiliki nilai *eigenvalue* minimal lebih besar dari 1. Sehingga total faktor yang dihasilkan akan lebih sedikit dari jumlah indikator yang digunakan.

Dilihat dari Tabel 4.8 terdapat 2 faktor utama atau komponen dengan nilai *eigenvalue* di atas 1. Yaitu faktor 1 dan factor 2 dengan masing-masing nilai *eigenvalue* 2,66 dan 1,78.

Untuk menentukan berapa faktor yang akan diekstrak, maka dapat dilengkapi analisis dengan perintah *scree* untuk memvisualisasikan *eigenvalues*.

3.2 Scree Plot



Gambar 1. Scree Plot

Gambar 1 diatas menunjukkan total faktor yang terbentuk dengan dilihat dari beberapa *slope* dengan tingkat kemiringan hampir sama. Dalam gambar terdapat 7 titik yang terhubung dengan 6 garis yang mempunyai tingkat kemiringan berbeda. 2 titik memiliki tingkat kemiringan lebih panjang daripada 5 titik lainnya. Terdapat 5 titik yang memiliki tingkat kemiringan *slope* hampir sama. Maka banyaknya komponen utama yang dipilih yaitu sebanyak 2.

3.3 Component Matrix

Tabel 5. Component Matrix

	Component	
	1	2
Orientasi Pencapaian (i1)	-0,08	0,71
Semangat (i2)	-0,03	0,88
Kesejahteraan (i3)	0,37	0,22
Lingkungan Kerja Fisik (i4)	0,11	0,82
Inklusivitas (i5)	0,84	0,12
Kesatuan (i6)	0,88	0,05
Lingkungan Teknologi (i7)	0,86	-0,17

Sumber : data diolah, 2022

Dapat dilihat bahwa nilai korelasi antar indikator dengan faktor baru yang terbentuk. Dapat dilihat pada indikator kesejahteraan (i3) korelasinya dengan faktor 1 yaitu 0,37 sedangkan korelasinya dengan faktor 2 yaitu 0,22. Sehingga sesuai ketentuan yaitu indikator yang masuk kedalam salah satu faktor ditentukan oleh besarnya nilai korelasi yang $>0,30$. Maka indikator kesejahteraan (i3) termasuk dalam kelompok faktor 1.

Komponen faktor 1 terdapat 4 indikator yaitu kesejahteraan, inklusivitas, kesatuan, dan lingkungan teknologi. Komponen faktor 2 terdapat 3 indikator yaitu orientasi pencapaian, semangat, dan lingkungan kerja fisik.

4. Penamaan Faktor (*Labelling*)

Penamaan faktor dapat ditentukan berdasarkan nama faktor yang dapat menggambarkan seluruh komponen dari seluruh faktor Pengalaman Karyawan pada PT. Cahaya Indo Persada Surabaya. Ketika melakukan penamaan faktor yang terbentuk, peneliti memakai 2 penamaan faktor yang dapat mewakili pernyataan faktor baru yang terbentuk. Berikut tabel *Cumulative Var* yang digunakan dalam penamaan faktor :

Tabel 6. *Cumulative Var*

	1	2
SS Loadings	2,38	2,07
Proportion Var	0,34	0,3
Cumulative Var	0,34	0,64
Proportion Explained	0,54	0,46
Cumulative Proportion	0,54	1,00

Sumber : data diolah, 2022

Diketahui *Cumulative Var* atau nilai kontribusi dari dua faktor yang terbentuk. Yaitu pada faktor 1 bernilai 0,34 atau 34%, dan faktor 2 bernilai 0,64 atau 64%. Maka berikut ini adalah tabel penamaan kelompok faktor faktor pengalaman karyawan pada PT. Cahaya Indo Persada Surabaya :

Tabel 7. Penamaan Faktor (*Labelling*)

No	Nama Kelompok Faktor	Kontribusi
1	Faktor Eksternal Diri Karyawan	34%
2	Faktor Internal Diri Karyawan	64%

Sumber : data diolah, 2022

Terdapat penamaan 2 faktor yang terbentuk. Dengan jumlah kontribusi faktor adalah 98% yang artinya faktor tersebut secara menyeluruh dapat menjawab 98% dari permasalahan penelitian. Dan sisanya sebesar 2% tidak ter jelaskan dalam penelitian ini karena dianggap tidak memberikan kontribusi yang signifikan.

Faktor pertama diberi nama Faktor eksternal diri karyawan karena memiliki arti faktor yang berasal dari luar diri seseorang atau individu. Faktor ini meliputi lingkungan di sekitar termasuk orang-orang terdekat (Richardson et al., 2019). Faktor eksternal diri karyawan terdiri dari inklusivitas, kesejahteraan, kesatuan, dan lingkungan teknologi. Faktor kedua diberi nama Faktor internal diri karyawan, yang memiliki arti menyangkut bagian dalam dari suatu hal (Durai & King, 2018). Faktor internal diri karyawan terdiri dari orientasi pencapaian, semangat, dan lingkungan kerja fisik.

SIMPULAN

Sesuai dengan hasil yang tertera diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tujuan utama dari metode *Principal Component Analysis* yakni untuk mereduksi banyaknya faktor menjadi satu faktor atau lebih. Dari hasil olahan data, 7 faktor yang diteliti pada 52 karyawan di PT. Cahaya Indo Persada Surabaya terbentuk 2 faktor baru yang mempunyai *eigenvalue* >1. Faktor pertama yaitu faktor eksternal diri karyawan yang artinya faktor yang berasal dari luar diri seseorang atau individu. Faktor ini meliputi lingkungan disekitar terdiri dari Kesejahteraan, Inklusivitas, Kesatuan, Lingkungan Teknologi. Faktor kedua yaitu faktor internal diri karyawan yang memiliki arti menyangkut bagian dalam dari suatu hal. Faktor kedua ini terdiri dari Orientasi Pencapaian, Semangat, dan Lingkungan Kerja Fisik.
2. Faktor dominan yaitu jumlah kontribusi sebesar 64% dari jumlah total 98% adalah dimiliki oleh faktor kedua yakni faktor internal diri karyawan (Orientasi Pencapaian, Semangat, dan Lingkungan Kerja Fisik) menjadi faktor yang paling dominan dalam mengetahui kesiapan PT. Cahaya Indo Persada Surabaya dalam menghadapi *Era Big Data* berdasarkan pengalaman karyawan.

IMPLIKASI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 7 faktor yang diteliti pada 52 karyawan di PT. Cahaya Indo Persada Surabaya, Faktor kedua “Faktor Internal Diri Karyawan” yang terdiri dari Orientasi Pencapaian, Semangat, dan Lingkungan Kerja Fisik perlu dipertahankan dalam mempersiapkan karyawannya untuk menghadapi zaman yang makin berkembang yaitu *Era Big Data*.

KETERBATASAN PENELITIAN

Peneliti telah berupaya dalam melakukan penelitian ini, tapi tentunya masih memiliki keterbatasan, diantaranya yakni faktor yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, hanya 7 faktor saja yakni Orientasi Pencapaian, Semangat, Kesejahteraan, Lingkungan Kerja Fisik, Inklusivitas, Kesatuan, dan Lingkungan Teknologi. Serta hanya memakai metode *principal component analysis*. Diharapkan penelitian setelahnya dapat dilaksanakan sebagai bahan perbandingan dengan metode analisis faktor lain yang lebih kompleks, yakni metode *alpha*, metode *maximum likelihood*, atau dengan metode *image factoring*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhanpat, N., Buthelezi, Z. P., Joe, M. R., Maphela, T. V., & Shongwe, N. (2020). Industry 4.0: The role of human resource professionals. *SA Journal of Human Resource Management*, 18, 10. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v18i0.1302>
- IBM, & Globoforce. (2017). The Employee Experience Index. *Thought Leadership Whitepaper*, 1–14. http://www.globoforce.com/wp-content/uploads/2016/10/The_Employee_Experience_Index.pdf
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). *Penyebaran pengguna digital wallet di indonesia berdasarkan google trends analytics*. 17(2), 377–385.
- Nafah, H. K., & Purnaningrum, E. (2021). Penggunaan Big Data Melalui Analisis Google Trends Untuk Mengetahui Perspektif Pariwisata Indonesia Di Mata Dunia. *Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian Ke-III (SNHRP-III 2021)*, 3, 430–436.
- Purnaningrum, E., & Ariqoh, I. (2019). *Google Trends Analytics Dalam Bidang Pariwisata*. 1411, 232–243.
- Purnaningrum, E., & Ariyanti, V. (2020). *Pemanfaatan Google Trends Untuk Mengetahui*

- Intervensi Pandemi Covid-19 Terhadap Pasar Saham di Indonesia*. 25(1411), 93–101.
- Sima, V., Gheorghe, I. G., Subić, J., & Nancu, D. (2020). Influences of the industry 4.0 revolution on the human capital development and consumer behavior: A systematic review. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10). <https://doi.org/10.3390/SU12104035>
- Yadav, M., & Vihari, N. S. (2021). Employee Experience: Construct Clarification, Conceptualization and Validation of a New Scale. *FIIB Business Review*. <https://doi.org/10.1177/23197145211012501>

Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Profesionalisme Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Sosial Provinsi Jawa Timur

Devi Geshila Ramadhani¹, Edy Sulistiyawan², Wira Yudha Alam³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email: edy.s@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh terkait kualitas sumber daya manusia (SDM) dan profesionalisme kerja terhadap kinerja pegawai pada Dinas Sosial Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini penelitian Kuantitatif dengan jenis penelitian *Descriptive*. Populasi yang digunakan pada penelitian ini pegawai Dinas Sosial Provinsi Jawa Timur dengan jumlah sampel 61 pegawai. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *Accidental Sampling*. Sumber data penelitian ini dari data primer dan data sekunder. Metode analisis data menggunakan Analisis Linier Berganda dengan alat ukur pendukung Spss 24.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja pegawai dan Profesionalisme tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja pegawai. Sedangkan secara simultan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Profesionalisme kerja berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja pegawai.

Kata Kunci : Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) (X^1), Profesionalisme Kerja (X^2), dan Kinerja Pegawai (Y)

ABSTRACT

This study intends to determine whether there is an influence related to the quality of human resources (HR) and work professionalism on employee performance at the Social Service of East Java Province. This research is a quantitative research with descriptive research type. The population used in this study were employees of the Social Service of East Java Province with a total sample of 61 employees. The technique used in sampling is Accidental Sampling. The data sources of this research are primary data and secondary data. The data analysis method uses Multiple Linear Analysis with a measuring instrument supporting Spss 24.0. The results of this study indicate that partially the quality of human resources (HR) has a significant effect on employee performance and professionalism has no significant effect on employee performance. Meanwhile, simultaneously the quality of human resources (HR) and work professionalism have a significant effect on employee performance.

Keywords : *Quality Human Resources (HR) (X^1), Professionalism Of Work (X^2), and Performance Of Employees (Y)*

A. Pendahuluan

Pada era zaman milineal saat ini semuanya berkembang sangat pesat. Hal ini juga terasa akan jalannya aktivitas berbisnis yang dilakukan baik individu maupun perusahaan. Semua kegiatan jual – beli pun terasa berubah dikarenakan perubahan era globalisasi yang sangat tinggi. Mau tidak mau perusahaan pun harus mengikuti perkembangan saat ini dan menyesuaikan, (SDM) mempunyai peranan yang penting akan kelangsungan dan keberhasilan perusahaan, Sumber daya manusia (SDM) ini merupakan bentuk fondasi bagi perusahaan. Karena, menciptakan awal SDM yang handal maka akan mendukung kemajuan dan kesuksesan bagi instansi maupun perusahaan. Jadi SDM harus berkualitas baik dalam soft skill maupun hard skill, dan pastinya mampu bekerja secara profesionalitas agar mampu bekerja sesuai dengan tuntutan dan tekanan.

Permasalahan SDM di Indonesia salah satunya terkait perkembangan kualitas SDM yang kurang maksimal, hal ini menjadi permasalahan yang utama dan harus ditangani. Indonesia memiliki peringkat yang masih rendah terkait sumber daya manusia (SDM) nya, posisi daya saing Indonesia pada tahun 2019 berada ditingkat 50 menurut IMF – Bank Dunia, turun 5 angka dibandingkan tahun 2018 lalu yang berada di posisi 45, hal ini disebabkan oleh kualitas SDM yang buruk seperti pendidikan dan keahlian yang perlu di tingkatkan lagi, (Mulyani, 2019). Pada tahun 2020 dari laporan The Human Capital Index – Bank Dunia menyatakan adanya kenaikan sumber daya manusia (SDM) menjadi 0,54 dari sebelumnya. Naik – turunnya nilai sumber daya manusia (SDM) ini memang sangat berpengaruh terhadap negara. Maka dari itu perlu sekali kualitas sumber daya manusia dan keahlian akan profesionalitas kerja perlu dibenahi lagi agar bisa menciptakan kinerja dan hasil yang sangat baik.

Fenomena yang terjadi di Dinas Sosial Provinsi Jawa Timur yang saya amati ini terkait kinerja (SDM), Dinas ini sangat berperan membantu urusan pemerintahan dan pelayanan umum masyarakat. Pastinya dalam menangani permasalahan ini dibutuhkan SDM yang handal yang mempunyai softskill maupun hardskill yang pastinya berkualitas dan mempunyai sikap profesionalisme dalam bekerja juga sangat mendukung. Karena, kinerja pegawai yang baik dari Sumber daya manusia (SDM), SDM dikatakan berkualitas jika SDM itu punya mutu tinggi dan mampu melaksanakan tugas dengan tepat atau profesional, (Aisyah dkk, 2015). Dari permasalahan ini mencoba mengangkatnya dalam penulisan Skripsi.

B. Tinjauan Pustaka

1. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) (X^1)

Suatu SDM berkualitas ini merupakan alat diterapkan bagi organisasi, diterapkan agar memberikan suatu transparansi terkait suatu aktivitas organisasi agar bisa unggul dan mempunyai kompetensi (Fauzi dkk, 2018 : 12).

2. Profesionalisme (X^2)

Profesionalisme merupakan orang yang mempunyai jabatan dalam pekerjaannya dengan suatu keahlian tinggi, keterampilan kerja maksimal (Masram dan Muah, 2017 : 107).

3. Kinerja (Y)

Kinerja yaitu hasil kerja seseorang baik dari mutu dan harkat pegawai dalam menjalankan pekerjaannya. Muah, 2017 : 138).

C. Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Rancangan ini secara kuantitatif, dengan jenis *Descriptive*. *Descriptive* ini dimaksudkan agar seorang peneliti lebih mengetahui mengenai variabel penelitian dengan keadaan dilapangan yang nyata, peneltian ini menjelaskan secara apa adanya.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yaitu keseluruhan seseorang yang menempati suatu wilayah. Pada penelitian ini populasi yang digunakan pegawai PNS perempuan maupun laki – laki.

Sampel merupakan bagian dari populasi. Sampelnya yakni pegawai PNS di Dinas Sosial Provinsi Jawa Timur yang berjumlah 61 pegawai. Sampel ini dari perhitungan Rumus Slovin menggunakan taraf 10%. Menggunakan tingkat 10% untuk mengefisiensi suatu waktu karena alasan lain selama adanya pandemi ini membuat akses untuk keinstansi jadi lambat, hal ini juga ada pembatasan jumlah sampel dan akses sebar kuesioner.

Teknik Pengambilan Sampel Penelitian

Secara Nonprobability. Jenisnya Accidental Sampling, Jenis teknik ini merupakan suatu teknik berdasarkan bertemu kebetulan, jika dirasa sesuai kriteria dan cocok untuk dijadikan responden.

D. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1. Penyajian Data Penelitian

a. Karakteristik responden

Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Pegawai	Jumlah	Presentase
SMP	3	4,9 %
SMA	10	16,3 %
S-1/S-2	47	77%
Lainnya... D3	1	1,6%
TOTAL	61	100%

Responden Berdasarkan Umur

Umur Pegawai	Jumlah	Presentase
≤ 20 tahun	0	0%
21 - 35 tahun	22	36%
36 - 40 tahun	13	21,3 %
≥ 41 tahun	26	42,6%
TOTAL	61	100%

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin Pegawai	Jumlah	Presentase
Perempuan	38	62,2 %
Pria	23	37,7 %
TOTAL	61	100%

Responden Berdasarkan Jabatan

Jabatan Pegawai	Jumlah	Presentase
PTI	1	1,6 %
Analisis ahli muda	3	4,9 %
Staff	43	70,4%
Tenaga kasar	2	3,2 %
Admin umum	2	3,2 %
KASI	3	4,9 %
Pengelola data	7	11,4 %
TOTAL	61	100%

Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Lama Bekerja Pegawai	Jumlah	Presentase
≤ 5 tahun	0	0%
6 - 10 tahun	6	9,8 %
11 - 15 tahun	16	26,2 %
16 - 20 tahun	8	13,1 %
≥ 21 tahun	22	36 %
TOTAL	61	100 %

2. Analisis Data Penelitian

Alat untuk menganalisisnya menggunakan SPSS versi 24.0. Analisis ini untuk menjelaskan dan menginterpretasi data yang didapat. Adapun analisis datanya :

A. Uji Validitas

Untuk mengukur kevalidan pertanyaan yang ada dalam isi kuesioner. Jawaban validasi tidaknya mempengaruhi kualitas pertanyaan. Adapun untuk pengujianya dapat melihat hasil

r-hitung terhadap r-tabel dengan melihat tabel (df) = $n-2$. $61 - 2 = 59$. Nilai signifikansi 59 dari $0,05 = 0,252$.

Hasil Tabel Uji Validitas

Variabel	Item Pada Pertanyaan	r-h	r-t	Sig.	Keterangan
Kualitas Sumber Daya Manusia (X_1)	P1	0.272	0.252	0.000	Valided
	P2	0.821	0.252	0.000	Valided
	P3	0.659	0.252	0.000	Valided
	P4	0.598	0.252	0.000	Valided
	P5	0.573	0.252	0.000	Valided
	P6	0.694	0.252	0.000	Valided
	P7	0.547	0.252	0.000	Valided
	P8	0.629	0.252	0.000	Valided
	P9	0.671	0.252	0.000	Valided
	P10	0.671	0.252	0.000	Valided
	P11	0.556	0.252	0.000	Valided
	P12	0.581	0.252	0.000	Valided
	P13	0.705	0.252	0.000	Valided
	P14	0.694	0.252	0.000	Valided
	P15	0.497	0.252	0.000	Valided
Profesi onalisme (X_2)	P15	0.484	0.252	0.000	Valided
	P16	0.746	0.252	0.000	Valided
	P17	0.704	0.252	0.000	Valided
	P18	0.687	0.252	0.000	Valided
	P19	0.736	0.252	0.000	Valided
	P20	0.788	0.252	0.000	Valided
	P21	0.798	0.252	0.000	Valided
	P22	0.681	0.252	0.000	Valided
	P23	0.649	0.252	0.000	Valided
	P24	0.553	0.252	0.000	Valided
	P25	0.539	0.252	0.000	Valided
Kinerja (Y)	P26	0.573	0.252	0.000	Valided
	P27	0.595	0.252	0.000	Valided
	P28	0.590	0.252	0.000	Valided
	P29	0.615	0.252	0.000	Valided
	P30	0.643	0.252	0.000	Valided
	P31	0.547	0.252	0.000	Valided
	P32	0.631	0.252	0.000	Valided
	P33	0.590	0.252	0.000	Valided
	P34	0.514	0.252	0.000	Valided
	P35	0.541	0.252	0.000	Valided
	P36	0.447	0.252	0.000	Valided
	P37	0.346	0.252	0.000	Valided
	P38	0.587	0.252	0.000	Valided
	P39	0.559	0.252	0.000	Valided
	P40	0.542	0.252	0.000	Valided

Dilihat hasilnya mempunyai nilai r hitung < r tabel dimana r tabel mempunyai nilai 0.252. Maka dipastikan valid, jadi pertanyaan kuesioner ini valid.

B Uji Reliabilitas

Untuk menakar sebuah konsistensi variabel penelitian kemudian dianalisis menggunakan alpha cronbach. Pengujiannya melihat “Cronbach’s alpha > 0,6” maka reliabels dan sebaliknya.

Hasil Tabel Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Alpha Cronbach	r-k	Keterangan
Kualitas SDM (X ₁)	0,738	0,6	Reliabels (Dapat dipercaya)
Profesionalisme (X ₂)	0,761	0,6	Reliabels (Dapat dipercaya)
Kinerja (Y)	0,720	0,6	Reliabels (Dapat dipercaya)

Dapat dilihat hasilnya mempunyai suatu nilai koefisien reliabilitas sebesar > 0,60. Maka dipastikan terpecaya.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

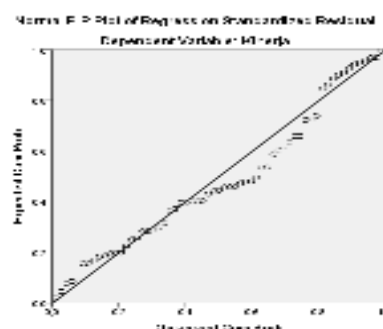
Dengan sebuah rumus (Kolmogorove - Sminov Test) didukung dari gambar grafik P-plots dan Histogram. Intrepretasi melihat: nilai ”Asymp sig (2tailed) < 0,05” berarti berdistribusi normal dan sebaliknya.

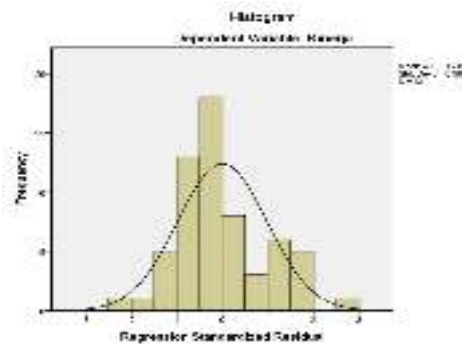
Hasil Tabel Uji Normalitas

One Sample Kolmogorov Smirnov

Unstandardizeds		Residuals
Statistik Uji		,128
Asymp. Sig. (2-tailed)		,015 ^c
a. Test distribution is Normal.		

Dilihat hasilnya mempunyai nilai 0,15 > 0,05 jadi berdistribusi normal. Hal ini juga dapat didukung dari hasil gambar grafik P-plots dan Hisistogram sebagai berikut :





Gambar P-plots

Gambar Histogram

2. Uji Multikolinearitas

Mengetahui terkait suatu korelasi variabel independen dengan dependen. Interpretasi : “tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10” tidak ada multikolinearitas dan sebaliknya.

Hasil Tabel Uji Multikolinearitas

Coefficients

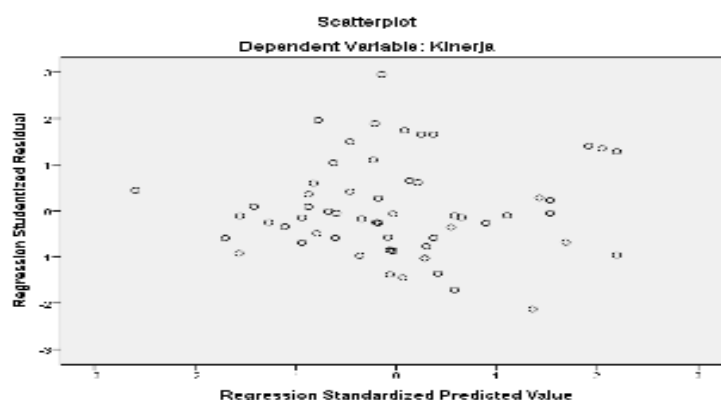
Models	Collinearity Statistics		Asumsi Multikolinieritas
	Toleranced	VIF	
(Kualitas SDM)	0,982	1,018	Tidak ada multikolinearitas
Profesionalisme	0,982	1,018	Tidak ada multikolinearitas

Dilihat hasilnya yakni < 1,018 dan nilai tolerance > -0,10 yakni > -0,9 maka terbebas multikolinearitas. Maka dapat disimpulkan hasil uji multikolinearitas diatas tidak ada gejala dan dapat dilanjutkan.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menentukan menggunakan gambar Scatterplots. Bisa dijelaskan dengan hasil analisis : jika titik membentuk teratur maka terjadi gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dilihat hasil titik polanya menyebar secara atas bawah - acak, tidak membentuk suatu pola yang jelas, titik teratur jadi tidak terjadi sebuah gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi Menggunakan teknik uji Durbin Watson dengan tabel yang diterapkan. Digunakan melihat adanya kesalahan eror penganggu dari waktu sekarang dan sebelumnya.

Hasil Tabel Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Models	r	r-squares	Adjusted r-squares	St. Errors	Durbin-Watsons
1	,451 ^a	,203	,176	3,786	2,150
a. Predictors: (Constant), Profesionalisme, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)					

Hasil dari uji Autokorelasi diatas, dilihat nilai Durbin watson (DW) 2,211. $dL = 1,5189$, $dU = 1,6540$, $4 - dL = 2,4811$, $4 - dU = 2,146$. $dU < D-W < 4 - dU$ = tidak terjadi gejala suatu autokorelasi hasilnya $1,6540 < 2,150 < 2,146$ = tidak terjadi autokorelasi

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi ini mengetahui besarnya sebuah pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan impretasi dari hasil data. Ada persamaannya “ $Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$ ”

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Models		Unstandardized Coefficients		Standardizeds	t	Sign.
		b	Std..Erors	B		
1	(Constanta)	57,607	8,510		6,769	,000
	Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)	,278	,087	,380	3,213	,002
	Profesionalisme	-,311	,123	-,298	-2,552	,014
a. Dependent Variable: Kinerja						

Hasil analisis diimpretasi :

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e \text{ dimana } Y = 57,607 + 0,278X_1 + - 0,311X_2 + 0.$$

Berdasarkan persamaan regresi ini bisa diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai Constant 57,607 menunjukan jika tanpa adanya, suatu Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) (X_1) dan Profesionalisme (X_2) nilainya 0 (nol). Maka nilai kinerja dari pegawai 57,607

2. Berdasarkan hasil diperoleh persamaan koefisien regresi yang menunjukkan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) (X_1), mempunyai arah + sebesar 0,278. Yang berarti apabila Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) mengalami peningkatan nilai 1% nilai kinerja pegawai meningkat sebesar 0,278 satuan

3. Berdasarkan hasil diperoleh persamaan koefisien regresi yang menunjukkan Profesionalisme (X_2), mempunyai arah - sebesar -0,311. Jika Profesionalisme mengalami peningkatan 1% nilai kinerja mengalami penurunan nilai -0,311 satuan

E. Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Uji ini akan menghasilkan nilai hasil dimana pengaruh individu/parsial antara variabel X terhadap variabel Y.

Hasil Tabel Uji T (Parsial)

Models	T	Sig
1. (Constanta)	6,769	,000
Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)	3,213	,002
Profesionalisme	-2,552	,014
a. Dependent Variable: Kinerja		

Agar diketahui hasilnya ditentukan dulu Ttabel yaitu 2,001. Dari hasil T tabel diatas diperoleh 2,001 dan diperoleh hasil uji T diatas simpulkan bahwa, Kualitas (SDM) terhadap kinerja memiliki nilai Thitung 2,012 > Ttabel 3,213 dan nilai sig 0,003 < 0,05. Berarti variabel independen punya pengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan Profesionalisme terhadap kinerja memiliki nilai t hitung -2,522 < t tabel 2,001 dan nilai sig 0,14 > 0,05 berarti variabel independen tidak punya pengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji F (Simultan)

Uji F biasanya menguji apakah suatu variabel independen mempengaruhi secara bersama terhadap variabel dependen.

Hasil Tabel Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Models	Sum Squareds	df	Mean Squares	f	Sig
1. Regressions	211,802	2	105,901	7,389	,001 ^b
Residual	831,280	58	14,332		
Total	1043,082	60			
a. Dependent Variable: Kinerja					

Mengetahui hasil uji T ditentukan dulu T_{tabel} yaitu 3,15. Memiliki F_{hitung} 7,389 > F_{tabel} 3,15 dan nilai sig 0,001 < 0,05 jadi variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y secara simultan.

3. Pembahasan Penelitian

A. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) terhadap kinerja Pegawai

Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) berpengaruh secara parsial terhadap kinerja pegawai Dinas Sosial Provinsi Jawa Timur, didasari hasil uji T (parsial) positif +. Mengambarkan bahwa semakin tinggi “Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)” dimiliki pegawai meningkatkan kinerja suatu pegawai, kualitas SDM harus selalu ditingkatkan guna mendukung jati diri agar mampu unggul. “Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)” terhadap kinerja mencakup kualitas intelaktual, pendidikan yang dimiliki, memahami suatu bidang pekerjaan, skill yang dimiliki, Semangat kerja dan kemampuan perencanaan

B Profesionalisme Kerja terhadap kinerja pegawai

Profesionalisme. tidak berpengaruh secara parsial terhadap kinerja didasari hasil ujiT parsial yang negatif –. Hal ini mengambarkan bahwa rendahnya terkait Profesionalisme Kerja yang dimiliki pegawai tidak berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Tidak berpengaruhnya variabel Profesionalisme Kerja dalam penelitian disebabkan kompetensi yang dimiliki pegawai masih kurang unggul, hal ini didasari terkait salah satu kriteria menurut (Sedarmayanti : 2012), yang menunjukkan hasil negatif. Kompetensi ini terkait kemampuan keterampilan dalam bidang pekerjaan tertentu saja, yang dimana banyak yang tidak bisa dalam melakukan pekerjaan lain selain bidang yang dikuasinya. Padahal seharusnya seseorang harus mampu menguasai bidang pekerjaan lainnya agar bisa memiliki kualitas diri unggul dan tidak hanya bisa menguasai bidang inti kerjanya. Karena jika seseorang mampu menguasai berbagai bidang pekerjaan akan dikatakan profesionalisme.

C. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Profesionalisme Kerja terhadap kinerja pegawai

(SDM) harus berkualitas baik dalam soft skill maupun hard skill, dan mampu bekerja secara profesionalitas agar bekerja sesuai dengan tuntutan dan tekanan. Hasil analisis penelitian secara bersama - sama menunjukkan bahwa Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Profesionalisme berpengaruh secara signifikan terhadap suatu kinerja pegawai, didasari dari hasil uji F (simultan) yang positif. Hal ini mengambarkan bahwa semakin tinggi Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Profesionalisme Kerja yang dimiliki pegawai akan meningkatkan kinerja pegawai Dinas Sosial Provinsi Jawa Timur.

E. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

a. Suatu “Kualitas SDM” berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja. Membuktikan suatu “Kualitas SDM” yang baik terkait kualitas intelaktual, pendidikan, memahami bidangnya, skill, kemampuan, dan semangat kerja mampu memberikan pengaruh terhadap kinerja .

b. “Suatu ”Profesionalisme” tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja. Hal ini membuktikan bahwa suatu sikap “Profesionalisme” yang baik terkait budaya organisasi, hierarki struktural organusasi, dan sistem balas jasa tidak memberikan pengaruh kinerja secara parsial. Juga terdapat pada penelitian terdahulu yang dimana ada salah satu variabel secara parsial tidak signifikan.

c. Suatu “Kualitas SDM dan Profesionalisme” berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja. Membuktikan bahwa “Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)” dan “Profesionalisme” sama – sama memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai.

Saran

Kinerja pegawai baik diperusahaan/instansi memang terus harus ditingkatkan agar bisa mendapatkan hasil yang pastinya maksimal, hasil ini bisa dari berbagai aspek yang perlu dibenahi lagi. Semoga Artikel ini bagi pembaca bisa bermanfaat sebagai bahan penunjang untuk penelitian berikutnya, dan bisa dijadikan bahan referensi tugas lainnya. Penulis menyadari masih ada beberapa kekurangan pada artikel ini, maka dari itu penulis menerima saran maupun kritikan guna membangun kualitas diri.

F. Daftar Pustaka

- Sutrisno. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Khasrisma Putra Utama.
- Bukit, Malusa. 2017. Pengembangan Sumber Daya Pada Manusia. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Atika, Nisa dan Mafra. (2018). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Profesionalisme Kerja terhadap Karyawan pada PT. PLN (Persero) Pelaksana Pembangkit Bukit Asam Tanjung Enim. Universitas PGRI Palembang, hal 355 - 366
- Gerhana, Rezti dan Wasis. (2019). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Profesionalisme terhadap Kinerja Karyawan dengan Komitmen Organisasi sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Karyawan Dinas Pendidikan Hulu Sungai Selatan). STIE PGRI Dewantara Jombang, 3(1), hal 49 - 57
- Aisyah, Utami, dkk., (2017). Kualitas Sumber Daya Manusia, Profesionalisme Kerja, dan Komitmen sebagai faktor pendukung peningkatan Kinerja Karyawan PDAM Kabupaten Jember. Universitas Islam Malang, hal 63 - 81
- Winedar dan Muninghar. (2019). “Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Profesionalisme Terhadap Kinerja Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bhakti Sumekar Sumenep”. Universitas Wijaya Putra Surabaya, 2(3), hal 1 - 13
- Fauzi, Irvani. 2018. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Masram dan Muah. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Sedarmayanti. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Bandung: PT. Refika Aditama
- Siyoto, Sodik. 2015. Dasar..Metedologi..Penelitian. Sleman: Literasi Media Publishing.

- Zulkifli. 2015. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Sleman: CV. Budi Utama.
- Ismail. 2018. Meningkatkan SDM Berkualitas Melalui Pendidikan. Jakarta: CV. Alfabeta.

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *FASHION INVOLVEMENT*, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI NINETYNINE STORE SIDOARJO

Yulia Indzar Haq¹, Sutama Wisnu Dyatmika²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

E-mail: sutama@unipasby.ac.id

Abstrak

Pola hidup masyarakat dalam berbelanja, keterlibatan suatu *fashion*, hingga pengalaman yang muncul pada proses kegiatan pengambilan keputusan saat melakukan pembelian menjadi acuan penelitian ini. Keingintahuan mengenai *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement*, dan *Customer Experience* ada atau tidaknya pengaruh pada keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo merupakan bagian dari tujuan penelitian. Pendekatan kuantitatif yang memperoleh jumlah sampel sebanyak 105 responden wanita dengan digunakannya teknik *non probability sampling* dan metode *purposive sampling* sebagai penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini. Regresi Linier berganda di gunakan untuk menganalisis data yang sebelumnya telah melalui uji asumsi klasik dan selesai memenuhi syarat. Setelahnya hasil tampak menunjukkan variabel *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement*, dan *Customer Experience* memperoleh pengaruh secara persial serta simultan terhadap keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo.

Kata kunci: Belanja, mode, pengalaman

Abstract

People's lifestyle in shopping, the involvement of a fashion, to the experience that arises in the process of taking decisions when making purchases becomes a reference for this research. Curiosity about Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, and Customer Experience whether or not there is an influence on purchasing decisions at Ninetynine Store Sidoarjo is part of the research objectives. Quantitative approach that obtained a sample of 105 female respondents with the use of non probability sampling techniques and purposive sampling methods as a determination of the number of samples in this study. Multiple Linear Regression is used to analyze data that has previously gone through the classic asumsi test and completed qualifying. After that, the results seemed to show that the Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, and Customer Experience variables gained a persian and simultaneous influence on purchasing decisions at Ninetynine Store Sidoarjo,

Keywords: Shopping, fashion, experience

PENDAHULUAN

Pola hidup konsumtif telah di asumsikan menjadi gaya hidup masyarakat modern saat ini. Ketika masyarakat sering melakukan suatu kegiatan yang mengarah pada modernisasi yaitu banyak menghabiskan waktu dan uang dapat di katakan sebagai orang yang memilki pola hidup konsumtif. Setara halnya dengan perbuatan konsumen pada saat proses tindakan mengambil keputusan yang berkaitan dengan kegiatan menghabiskan waktu dan uang atas suatu produk. Perilaku konsumen termasuk aspek yang tidak dapat diabaikan suatu perusahaan, dengan mengetahui aspek tersebut tingkat keefektifan pada bisnis atau perusahaan akan lebih optimal. Karena Perilaku konsumen memiliki manfaat yaitu dapat memprediksi tren pasar, mengidentifikasi karakteristik dan kebutuhan

konsumen, membuat strategi pemasaran yang sesuai, juga dapat mengungguli persaingan yang ada. Kegiatan menghabiskan waktu dan uang identik dengan berbelanja yang dilakukan oleh konsumen baik secara potensial maupun pelanggan. Berbelanja saat ini tampak seperti kegiatan yang di dalamnya dapat menghilangkan rasa bosan dan sebagai media untuk memperoleh hiburan juga kesenangan apabila dilakukan.

Pengeluaran masyarakat fokus pada tiga hal yang salah satunya adalah pengeluaran untuk gaya hidup (*lifestyle*) Nielsen (2017). Sebuah ekspresi dimana ketika berbelanja menunjukkan adanya perbedaan status sosial mengenai *lifestyle* bagian dari penjelasan gaya hidup berbelanja (*Shopping lifestyle*), Sucidha (2019). Hal tersebut dapat bersangkutan dengan konsumen terhadap suatu produk tidak terkecuali keterlibatan seseorang pada produk *fashion*. Keterlibatan dalam suatu produk atau *fashion involvement* disebabkan adanya faktor-faktor seperti kepentingan yang dikaitkan dengan keterlibatan suatu individu baik terhadap produk *fashion* atau lainnya yang kaitannya dengan *fashion*, kebutuhan dan pengaruh terhadap tingkat kepuasan pembelian, Maharani dan Santoso (2019). Apabila keterlibatan konsumen pada *fashion* itu tinggi maka memungkinkan dapat menimbulkan pengalaman oleh konsumen itu sendiri.

Apabila konsumen mendapatkan pengalaman yang menyenangkan akan timbul perilaku positif dan terjadi suatu tindakan yaitu keputusan pembelian begitu juga sebaliknya, ketika konsumen mendapatkan pengalaman yang buruk maka kemungkinan tindakan pembelian tersebut tidak terjadi. Pengalaman konsumen (*customer experience*) memerlukan kontak dengan perusahaan baik kontak secara langsung maupun tidak langsung pada perusahaan kemudian timbulah respon internal dan subjektif dari konsumen, Mayer and Schwager dalam Rageh et al (2015). Ada lima jenis pembagian pada *customer experience* yang meliputi, *Experience in product*, *Experience in environment*, *Experience in loyalty communication*, *Experience in customer service and social exchanged*, *Experience in events*, Robinette dan Brand dalam Aulia Nadya (2021). Kemudian ada pula tahapan dalam keputusan pembelian menurut wicaksono (2021) yang dilakukan mulai dari *Product selection*, *Brand selection*, *Purchase channel selection*, *Time of purchase*, dan terakhir *Payment method*. Setelah melewati beberapa tahap dalam proses pengambilan keputusan maka akan terjadi keputusan pembelian yang diputuskan oleh konsumen, Menurut Kotler dan Keller (2016).

Dengan melakukan penelitian di Ninetynine Store Sidoarjo peneliti dapat mengerti tolak ukur perilaku konsumen wanita dalam memenuhi gaya hidup belanjanya, mengerti keterlibatan konsumen dalam memilih sebuah produk *fashion*, dan mengerti pengalaman konsumen ketika berbelanja sehingga dapat menimbulkan tindakan pembelian suatu produk.

Oleh karena itu rumusan masalah yang hadir diantaranya ialah : 1). apakah terdapat pengaruh signifikan pada variabel *Shopping Lifestyle* terhadap keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo? 2). apakah terdapat pengaruh signifikan *Fashion Involvement* terhadap keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo? 3). apakah terdapat pengaruh signifikan *Customer Experience* terhadap keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo? 4). apakah terdapat pengaruh signifikan *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement*, dan *Customer Experience* terhadap keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo?

METODE

Pendekatan kuantitatif serta seluruh pengunjung Ninetynine Store Sidoarjo selaku populasi yang mempunyai jumlah sampel sebanyak 105 responden ditemukan dari teori risiko yang dipaparkan Ferdinand (2014:173) sebagai pedoman. Teknik pengambilan sampel yang digunakan merupakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* sebagai penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu, Sugiyono (2019:133) yaitu pembeli wanita sebagai sampel. Penyebaran kuesioner dilakukan sebagai alat pengumpulan data dengan menggunakan skala *likert* sebagai alat mengukur nilai variabel penelitian. Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis

regresi linier berganda, koefisiensi determinasi, dan yang terakhir uji hipotesis di lakukan sebagai teknik analisis data yang di olah menggunakan *software IBM SPSS statistic version 22*.

HASIL

Uji Validitas

Supaya kedapatan mengetahui apakah instrumen pada penelitian dapat di kenakan atau tidak, maka diperlukan uji validitas dengan menentukan angka *Cronbach alpha* (α) = 0.05 kemudian menemukan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil uji validitas variabel *shopping lifestyle*

Variabel	Pernyataan	R Hitung	Nilai Krisis	Keterangan
<i>Shopping Lifestyle</i>	X1.1_1	0.523	0.05	Valid
	X1.1_2	0.625	0.05	Valid
	X1.2_1	0.486	0.05	Valid
	X1.2_2	0.489	0.05	Valid
	X1.3_1	0.596	0.05	Valid
	X1.3_2	0.584	0.05	Valid
	X1.4_1	0.546	0.05	Valid
	X1.4_2	0.443	0.05	Valid
	X1.5_1	0.590	0.05	Valid
	X1.5_2	0.523	0.05	Valid

Sumber: Lampiran *output* SPSS data diolah (2022)

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel *fashion involvement*

Variabel	Pernyataan	R Hitung	Nilai Krisis	Keterangan
<i>Fashion Involvement</i>	X2.1_1	0.518	0.05	Valid
	X2.1_2	0.553	0.05	Valid
	X2.2_1	0.635	0.05	Valid
	X2.2_2	0.444	0.05	Valid
	X2.3_1	0.520	0.05	Valid
	X2.3_2	0.494	0.05	Valid
	X2.4_1	0.428	0.05	Valid
	X2.4_2	0.625	0.05	Valid
	X2.5_1	0.487	0.05	Valid
	X2.5_2	0.570	0.05	Valid

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Tabel 3. Hasil uji validitas variabel *customer experimen*

Variabel	Pernyataan	R Hitung	Nilai Krisis	Keterangan
<i>Customer Experience</i>	X3.1_1	0.464	0.05	Valid
	X3.1_2	0.526	0.05	Valid
	X3.2_1	0.605	0.05	Valid
	X3.2_2	0.584	0.05	Valid
	X3.3_1	0.527	0.05	Valid
	X3.3_2	0.610	0.05	Valid
	X3.4_1	0.560	0.05	Valid
	X3.4_2	0.419	0.05	Valid
	X3.5_1	0.583	0.05	Valid
	X3.5_2	0.624	0.05	Valid

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Tabel 4. Hasil uji validitas variabel keputusan pembelian

Variabel	Pernyataan	R Hitung	Nilai Krisis	Keterangan
Keputusan Pemblian	Y.1_1	0.568	0.05	Valid
	Y.1_2	0.534	0.05	Valid
	Y.2_1	0.620	0.05	Valid
	Y.2_2	0.574	0.05	Valid
	Y.3_1	0.529	0.05	Valid
	Y.3_2	0.508	0.05	Valid
	Y.4_1	0.546	0.05	Valid
	Y.4_2	0.376	0.05	Valid
	Y.5_1	0.352	0.05	Valid
	Y.5_2	0.580	0.05	Valid
	Y.6_1	0.546	0.05	Valid
	Y.6_2	0.360	0.05	Valid

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Ke-empat tabel dapatkan menampakkan hasil uji validitas setiap variabel yakni nilai R-hitung pada item setiap variabel $> 0,05$. Demikianlah semua indikator dari masing-masing variabel dinyatakan valid dan mumpuni di lakukan uji selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Penggunaan uji reliabilitas di fungsikan sebagai teknik untuk mengetahui kereliabelan indikator pada kuesioner diyakini ketika memiliki hasil *Cronbach alpha* senilai $> 0,7$ yang kemudia pada pengujian ini kedapatan hasil seperti berikut:

Tabel 5. Hasil uji reliabilitas			
Variabel	Cronbach's Alpha (a)	Nilai Kritis	Keterangan
Shopping Lifestyle	0.712	0.07	Reliabel
Fashion Involvement	0.714	0.07	Reliabel
Customer Experience	0.746	0.07	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.725	0.07	Reliabel

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Dari tabel 5 dapatkan menampakkan hasil uji reliabilitas kedapatan nilai *crounch's alpha* (a) keseluruhan variabel lebih besar dari nilai kritis 0,7. Demikianlah kemudian dapat di simpulkan keseluruhan item setiap variabel yang dikenakan dinyatakan bisa di andalkan atau relibel.

Uji Normalitas

Pengujian data pada uji normalitas bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. apabila signifikansi hasil uji *1-Sampel K-S* nilainya $> 0,05$ memiliki makna bahwa data tersebut berdistribusi normal. Perolehan hasil di tunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 6. Uji Normalitas			
			Unstandardized Residual
N			105
Test Statistic			0.089
Asymp. Sig. (2-tailed)			0.040 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		0.363 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.351
		Upper Bound	0.375

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Kedapatan hasil pengujian uji normalitas pada tabel 6 nilai Montecarlo hasilnya sig. 0.363^d, nilai tersebut lebih besar dari signifikasi 0,05. Maka dapat di nyatakan pola distribusi residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Pengujian data pada uji multikolinieritas di tujuan guna menguji apakah model regresi kedapatan terjadi atau tidaknya multikolinieritas antar variabel (*independen*) dengan mencermati angka *tolerance* dan VIF. Perolehan hasil di tunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji multikolinieritas

Variabel	Collinierity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Shopping Lifestyle</i>	0.642	1.557
<i>Fashion</i>	0.679	1.473
<i>Involvement</i>		
<i>Customer</i>	0.592	1.690
<i>Experience</i>		

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Dapat di cermati tabel 7 skor tolerance berawal dari variabel *shopping lifestyle* (X1) sampai variabel *customer experience* (X3) > 0,10 dan skor VIF < 10. Untuk itu di dapati kesimpulan bahwasannya keseluruhan variabel tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Pengujian data pada uji autokorelasi guna menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengguna pada periode t dengan kesalahan penganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Apabila kedapatan korelasi, maka dimaknai adanya problem autokorelasi. Perolehan hasil di tunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 8. Uji Auto Korelasi

Durbin Watson

2.188

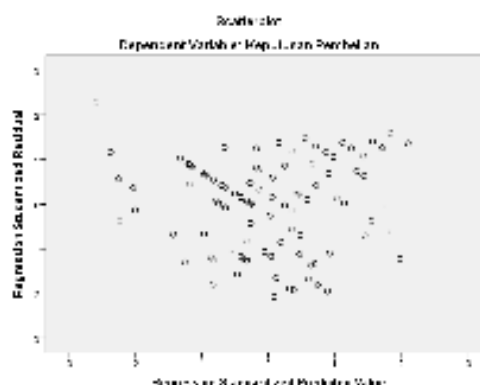
Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Melihat perolehan skor durbin Watson sebesar 2.188 pada tabel 8, skor du sebesar 1.7411 dan angka dl sebesar 1.6237, kemudian skor 4-du sebesar 2.2589.

Hal tersebut memiliki makna bahwasannya tidak terjadi auto korelasi di karenakan skor durbin watson > nilai du dan < nilai 4-du.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian data pada uji heteroskedastisitas ditujukan guna mengetahui dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Homoskesdisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas ialah model regresi yang baik. Gambar berikut ialah dapatan dari uji heteroskedastisitas :



Gambar 1. Hasil heteroskedastisitas

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Gambar scatterplot menampakkan bahwasannya titik-titik menebar dengan acak yakni di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, tidak terjadi heteroskedastisitas menjadi kesimpulan dalam gambar tersebut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Supaya memahami pengaruh keseluruhan variabel X terhadap Y, digunakanlah analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software IBM SPSS Statistic Version 22* dan perolehan hasil di tampilkan sebagai berikut:

Tabel 9. Analisis regresi linier berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	12.853	4.267
<i>Shopping Lifestyle</i>	0.310	0.108
<i>Fashion Involvement</i>	0.251	0.093
<i>Customer Experience</i>	0.341	0.096

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Perolehan perhitungan regresi linier berganda tersajikan dalam tabel 9, maka terbentuklah regresi sebagai berikut :

$$Y=12.853+0.310X_1+0.251X_2+0.341X_3$$

Perolehan tabel 9 menyatakan Koefisien constant terhitung 12.853 yang dimaknai variabel *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement*, dan *Customer Experience* apabila skornya adalah 0, maka mendatangkan ketinggian Keputusan Pembelian. Koefisien regresi variabel *Shopping Lifestyle* terhitung 0.310 yang mana akan mendatangkan ketinggian pada Keputusan Pembelian. Variabel *Fashion Involvement* kedatangan angka koefisien regresi 0.251 dimaknai dapat mendatangkan ketinggian Keputusan Pembelian. Koefisien regresi variabel *Customer Experience* terhitung 0.341 yang mana akan menghadirkan peningkatan pada Keputusan Pembelian.

Koefisiensi Determinasi

Keberadaan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat supaya dapat di pahami, di paparkanlah koefisiensi determinasi yang tersaji berikut ini:

Tabel 10. Koefisien determinasi

R	Adjusted R Square
.687 ^a	.471

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Dapat di cermati tabel 10 menjelaskan bahwasannya skor korelasi masing-masing variabel bebas dapat dipaparkan pada tabel 11 berikut ini :

Tabel 11. Interpretasi koefisien korelasi

Interpretasi Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Menggunakan bantuan program IBM SPSS Versi 22 kedatangan hasil model summary dengan skor koefisien korelasi senilai $R = 0.687^a$ dimaknai kedatangan korelasi positif diantara variabel *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement*, dan *Customer Experience*. Berdasarkan klaster tabel koefisien korelasi pada tabel 11, dapat demikian dinyatakan bahwasannya terdapat korelasi yang kuat

dari *Shopping Lifestyle*, *Fashion Involvement*, dan *Customer Experience* terhadap variabel dependen yakni Keputusan Pembelian.

Uji t

Guna memberikan pemahaman apakah variabel terikat (keputusan pembelian) disebabkan oleh setiap aspek variabel bebas (*shopping lifestyle*, *fashion involvement*, dan *customer experience*) secara individu (persial) maka tahapan ujian yang di terapkan yakni uji t. diperlihatkanlah tabel uji t berikut ini :

Tabel 12. Uji t

Variabel	T	Sig.
(Constant)	3.012	0.003
<i>Shopping Lifestyle</i>	2.859	0.005
<i>Fashion Involvement</i>	2.706	0.008
<i>Customer Experience</i>	3.537	0.001

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Dapat diuraikan beberapa hal yang bersumber dari tabel uji t sebagai berikut :

1. Pada variabel *Shopping Lifestyle* didapatkan hasil skor t-hitung senilai 2.859 dan tingkat signifikansi $0.005 < 0.05$ memiliki makna variabel *Shopping Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.
2. variabel *Fashion Involvement* didapatkan hasil skor t-hitung senilai 2,706 dan tingkat signifikansi $0.008 < 0,005$. Memiliki arti variabel *Fashion Involvement* berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.
3. *Customer Experience* didapatkan hasil angka t-hitung senilai 3.537 dan tingkat signifikasni $0.001 < 0.05$. memiliki makna variabel *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Uji F

Koefisien jalur dapat di lanjutkan atau di terima. Dengan tingkat kepercayaan 95% atau $(\alpha) = 0,05$ apabila F hitung lebih besar dari F tabel Ghozali (2018:98). Perolehan hasil uji F tersaji sebagai berikut :

Tabel 13. Uji F

	F	Sig.
Regression	30.016	.000 ^a

Sumber: Lampiran output SPSS data diolah (2022)

Pengujian hasil uji F menyatakan bahwa hipotesis ke-empat diterima yang mana berbunyi “*shopping lifestyle*, *fashion involvement*, dan *customer experience* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo”. Dengan signifikansi sejumlah < 0.05 dan nilai F sebesar 30.016.

SIMPULAN

1. Tahap uji hipotesis yang usai dilakukan secara persial menampakkan keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo dapat di pengaruhi oleh *shopping lifestyle* secara signifikan dan diterima. Maka pola kebutuhan masyarakat dalam memenuhi gaya hidup belanjanya dapat diperhatikan oleh pihak Ninetynine Store Sidoarjo bagaimana setiap faktor pada produk yang di sajikan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Tahap uji hipotesis yang usai dilakukan secara persial menampakkan keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo dapat di pengaruhi oleh *Fashion involvement* secara signifikan. Adanya hasil uji dapat menjadi acuan agar pengelolaan produk yang di jual oleh pihak Ninetynine Store Sidoarjo selalu bisa mengikuti *update fashion* yang terus berkembang. Maka

penting bagi pelaku bisnis untuk memberikan hal baru pada pengunjung yang berdatangan di *store*.

3. Tahap uji hipotesis yang usai dilakukan secara persial menampakkan keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo dapat di pengaruhi oleh *Customer experience* secara signifikan. Maka penetapan atau pemberian pengalaman pada *customer* telah di lakukan oleh pihak Ninetynine Store Sidoarjo sehingga *experience* dapat dikembangkan dan dirancang sebaik mungkin agar *cutomer* terasa nyaman saat melakukan pembelian.
4. Pengujian hipotesis secara simultan kedapatan hasil yang menyatakan bahwa *Shopping lifestyle*, *fashion involvement*, dan *customer experience* memiliki pengaruh signifikan pada variabel keputusan pembelian. Hal tersebut dapat menjadi atensi bagi Ninetynine Store Sidoarjo supaya dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk yang di jual.

IMPLIKASI

Variabel *shopping lifestyle*, *fashion involvement*, dan *cutomer experience* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Ninetynine Store Sidoarjo yang mana itu di hasilkan dari pengujian yang usai dilakukan. Pada variabel *shopping lifestyle* membuktikan kualitas produk menjadi suatu keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk di Ninetynine Store Sidoarjo maka hal tersebut perlu di pertahankan agar tetap dapat memenuhi keinginan konsumen ketika berbelanja. kemudian *fashion involvement* dengan *trend* model produk *fashion* dapat membuat konsumen melakukan pembelian, produk dapat selalu di *update* sebagai informasi antar pribadi sehingga dapat menarik konsumen potensial untuk melakukan pembelian. Dengan memberikan pengalaman kepada pelanggan membuktikan *customer experience* yang di alami oleh konsumen dapat membuat pengunjung atau bahkan pelanggan merasakan kenyamanan, Ninetynine Store Sidoarjo dapat mempertahankan dan memberikan layanan yang terbaik kepada pengunjung dan juga pelanggannya.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana ketersediaan responden ketika melakukan pengisian kuesioner sulit di dapatkan. Kemudian variabel yang peneliti gunakan hanya sebagian dari banyaknya variabel yang ada, sehingga memungkinkan peneliti selanjutnya dapat menerapkan variabel lain sebagai variabel penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Wicaksono, Q. (2021). Pengaruh Customer Experiience, Word Of Mouth Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Toko Buah Awwabila Dolopo (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Aulia, N. S. (2021). Analisis Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-Commerce Shopee (Doctoral dissertation, Politeknik Harapan Bersama Tegal).
- Ferdinan, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). Apilasi Analisis Multivariate degan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Latif, L. L., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision. *eProceedings of Management*, 8(1).
- Mustami, Adinda Ade. (2017). Belanja Gaya Hidup Konsumen Makin Besar. *Kontan.co.id*, 14 Oktober 2017

- Rifatin, Y., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle dan *Fashion Involvement* terhadap Impulse Buying (Studi pada Konsumen Toko Pakaian Dhyhijab Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 367-379.
- Sucidha, I. (2019). Pengaruh Fashion Involvement, Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Value Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Pada Pelanggan Duta Mall Banjarmasin. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 3(1).
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatisif dan R&D. (Sutopo, Ed.) (Kedua). Bandung: Alfabeta.

Analisis Pengaruh ROE, NPM dan Tingkat *Leverage* Terhadap *Underpricing* Perusahaan *Food and Beverage* Periode 2016-2021 yang *Listing* di BEI

Vira Julia Savita Sari¹, Rina Fariana², Mutiara Rachma A³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : viray1928@gmail.com¹, rinafariana@unipa.ac.id²

ABSTRAK

Perusahaan membutuhkan dana atau modal besar untuk terus berkembang dan mampu bersaing dalam pasar. Salah satu jalan yang bisa dilakukan perusahaan yaitu menggunakan *go public*, jadi perusahaan mampu mendapatkan tambahan modal dari investor. Sebelumnya perusahaan perlu melakukan *Initial Public Offering* (IPO) pada pasar perdana untuk menjual sahamnya pertama kali. Resiko perusahaan ketika melakukan IPO yaitu terjadinya *Underpricing*. *Underpricing* diharapkan dapat menguntungkan bagi investor, namun dihindari oleh emiten (perusahaan). Terdapat beberapa faktor yang bisa mensugesti *underpricing* yaitu faktor keuangan serta non keuangan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui khususnya faktor keuangan yang mempengaruhi terjadinya *underpricing*, maka dari itu variabel penelitian yang dipergunakan adalah *Return On Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM), tingkat *leverage* dan *underpricing*. Peneliti memilih perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI menggunakan jumlah populasi sebesar 30 perusahaan serta sampel sebesar 13 perusahaan yang ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini ialah penelitian kuantitatif yang memakai metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini memperlihatkan hanya satu variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* yaitu rasio NPM. Pengaruh NPM terhadap *underpricing* negatif. Artinya NPM tinggi memberikan sinyal bagi emiten dan *underwriter* untuk menentukan harga IPO yang tinggi, maka dimungkinkan fenomena *underpricing* menurun atau tidak terjadi

Kata kunci: *Return On Equity*, *Net Profit Margin*, *leverage*, *underpricing*, *Initial Public Offering*

ABSTRACT

The company needs large funds or capital to continue to grow and be able to compete in the market. One way that can be done by the company is to go public, so that the company can get additional capital from investors. Previously the company needed to conduct an Initial Public Offering (IPO) in the initial market to sell its shares the first time. The company's risk when conducting an IPO is the occurrence of Underpricing. Underpricing is expected to benefit investors, but is avoided by issuers (companies). There are several factors that can affect underpricing, namely financial and non-financial factors. The purpose of this study is to find out in particular the financial factors that affect the occurrence of underpricing, therefore the research variables used are Return On Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), leverage level and underpricing. This study was conducted on Food and Beverage companies listed on the IDX with a population of 30 companies and a sample of 13 companies determined by purposive sampling method. This research is quantitative research that uses multiple linear regression analysis methods. The results of this study showed only one independent variable that had a significant effect on underpricing, namely the NPM ratio. The effect of NPM on underpricing is negative. This means that high NPM provides a signal for issuers and underwriters to determine high IPO prices, so it is possible that the underpricing phenomenon decreases or does not occur.

Keywords: *Return On Equity*, *Net Profit Margin*, *leverage*, *underpricing*, *Initial Public Offering*

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya perekonomian di Indonesia, membuat perusahaan dituntut untuk dapat bertahan dan beradaptasi. Kinerja perusahaan yang baik harus dimiliki oleh setiap perusahaan. Segala usaha akan dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengembangkan usahanya agar dapat bertahan di kondisi yang seperti ini. Perusahaan memiliki berbagai alternatif sumber dana,

misalnya dari akumulasi penyusutan aktiva tetap dan laba ditahan serta dari luar perusahaan seperti penerbitan saham baru dan penambahan jumlah kepemilikan untuk perusahaan yang sudah *go public*. Sedangkan bagi emiten yang belum *listing* di Bursa Efek Indonesia serta mempunyai impian untuk *go public*, maka cara yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan *Initial Public Offering* (IPO) pada pasar perdana. (Mahardika, 2021)

Pasar perdana merupakan tempat penerbitan baru yang menjadi tahap pertama sebuah perusahaan yang sudah memutuskan untuk menggunakan alternatif pendanaan yaitu dengan menjual sebagian sahamnya kepada masyarakat luas untuk pertama kalinya yang biasanya disebut dengan *Initial Public Offering* (IPO), selanjutnya tahap kedua yaitu saham akan diperdagangkan di pasar sekunder. *Initial Public Offering* (IPO) dilakukan dengan maksud mengumpulkan dana dari masyarakat yang kedepannya akan dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan operasional perusahaan serta memperbaiki struktur modal perusahaan. (Lestari, 2018)

Bila harga di pasar perdana berasal dari kesepakatan dari emiten dan penjamin emisi, maka hal tersebut tidak sama dengan harga saham di pasar sekunder. Mekanisme harga pada pasar sekunder berasal dari kapasitas permintaan serta penawaran saham tersebut di pasar modal (Mahardika, 2021). Harga saham dapat diestimasi oleh emiten dari kinerja laporan keuangan. Seorang *underwriter* juga akan menerbitkan informasi mengenai nilai perusahaan. Nilai suatu perusahaan dapat digambarkan dari perkembangan harga saham emiten di pasar modal. Bila harga saham meningkat maka itu meningkat pula nilai perusahaan. Saat ini fenomena yang sering kali muncul adalah saham dijual terlalu murah (*underpricing*). *Underpricing* adalah harga pada saat IPO yang terlalu murah atau rendah dibandingkan menggunakan harga ketika penutupan pasar sekunder. Kebanyakan dari investor berharap *underpricing* akan terjadi karena dengan begitu ia akan mendapatkan keuntungan yang banyak karena selisih harga atau biasanya disebut *Initial Return* yang positif. Sementara di sisi lain ada emiten yang berusaha menghindari *underpricing* (Satriyo, 2018). Fenomena ini dapat terjadi karena adanya asimetri informasi antara emiten dengan *underwriter*. Sebagai pihak yang dapat mengetahui kondisi pasar saham, *underwriter* juga harus mendapatkan informasi secara lengkap mengenai kondisi emiten untuk menentukan nilai saham emiten di pasar perdana secara tepat.

Pada penelitian terdahulu telah dibahas mengenai beberapa elemen yang menjadi dampak terjadinya *underpricing* harga saham, antara lain adalah elemen keuangan dan non keuangan. Faktor-faktor atau elemen yang mempengaruhi *underpricing* berdasarkan hasil penelitian terdahulu masih banyak yang menunjukkan inkonsistensi. Pada penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai faktor atau elemen keuangan apa sajakah yang mempengaruhi *underpricing* diantaranya *Return On Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM) dan Tingkat *Leverage* perusahaan khususnya perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2020. Menurut data yang peneliti peroleh dari BEI, ada sebanyak 30 perusahaan *Food and Beverage* yang konsisten *listing* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2021.

Rumusan Masalah

Sesuai pada penjelasan yang telah dijelaskan di atas, maka masalah pada penelitian ini adalah:

- Apakah *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap IPO *underpricing* pada perusahaan *Food and Beverage* yang *listing* di BEI periode tahun 2016-2021?
- Apakah *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap IPO *underpricing* pada perusahaan *Food and Beverage* yang *listing* di BEI periode tahun 2016-2021?
- Apakah tingkat *leverage* berpengaruh terhadap IPO *underpricing* pada perusahaan *Food and Beverage* yang *listing* di BEI periode tahun 2016-2021?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ROE, NPM dan tingkat *leverage* terhadap IPO *underpricing* perusahaan sektor makanan dan minuman yang *listing* di BEI periode tahun 2016-2021

TELAAH PUSTAKA

Initial Public Offering (IPO)

Proses pertama kali saham diperjualbelikan di BEI adalah sebutan dari *Initial Public Offering* (IPO). Apabila sebuah perusahaan ingin mendapatkan penambahan modal atau pendanaan dari pasar modal maka perusahaan tersebut harus melalui proses ini. Bagi perusahaan yang melakukan IPO, diminta dapat memacu kinerja karyawan serta manajemen perusahaan untuk memberikan yang terbaik kepada *stakeholdernya*. (Mahardika, 2021)

Underpricing

Underpricing merupakan situasi pada saat harga saham yang lebih rendah ketika penawaran pasar perdana dibandingkan dengan pada saat diperjual belikan di pasar sekunder (Mahardika, 2021). Jika ketidakpastian emiten mengenai kewajiban nilai sahamnya semakin besar, maka permintaan terhadap jasa penjamin emisi dalam memutuskan nilai saham semakin besar pula. Mengizinkan penjamin emisi melakukan penawaran harga perdana saham dibawah ekuilibrium merupakan tindakan kompensasi atas informasi yang diberikan oleh penjamin emisi. Oleh karena itu, semakin besar ketidakpastian akan menyebabkan semakin besar pula risiko yang dihadapi penjamin emisi, maka hal ini akan mengakibatkan *underpricing* tinggi.

Return On Equity (ROE)

Return On Equity (ROE) ialah ukuran perbandingan antara laba bersih dengan total ekuitas atau modal yang dimiliki suatu perusahaan. (Siregar, 2017). ROE adalah ialah satu rasio profitabilitas dimana rasio ini mendeskripsikan keefektifan perusahaan pada operasionalnya sehingga bisa menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Jika nilai ROE tinggi maka taraf laba di masa depan yang akan dihasilkan oleh perusahaan semakin tinggi pula.

Net Profit Margin (NPM)

Net Profit Margin (NPM) ialah rasio yang digunakan untuk mendeskripsikan besar keuntungan bersih yang dihasilkan perusahaan (Bionda & Mahdar, 2017). NPM merupakan hubungan antara laba bersih setelah dikurangi pajak dengan penjualan menunjukkan kekuatan manajemen dalam hal menjalankan operasional sampai berhasil dalam memperbaiki harga pokok barang/jasa, beban operasional, penyusutan, bunga pinjaman dan pajak. (Watung & Ilat, 2016)

Tingkat Leverage

Tingkat *leverage* atau rasio *leverage* adalah rasio yang untuk mengukur hingga mana perusahaan didanai oleh kewajiban atau pihak eksternal dengan kemampuan perusahaan yang dideskripsikan oleh ekuitas atau modal. Dalam kata lain *leverage* merupakan pemanfaatan dana pinjaman untuk meningkatkan *return* atau keuntungan dalam sebuah bidang usaha. *Leverage* tidak selalu menguntungkan dikarenakan apabila dana pinjaman yang dipergunakan oleh perusahaan

semakin besar maka risiko yang didapat dari bunga yang harus dibayar perusahaan juga semakin besar. Perhitungan tingkat leverage secara umum yaitu menggunakan *Debt To Assets Ratio*. (Putri, 2019)

Signalling Theory

Signalling Theory ialah suatu sinyal melakukan tindakan yang dipergunakan perusahaan untuk menyampaikan petunjuk kepada investor mengenai bagaimana manajemen melihat prospek sebuah perusahaan kedepannya. Isyarat ini berisi mengenai hal-hal apa saja yang telah dilaksanakan manajemen untuk memenuhi impian pemilik perusahaan. (Mahardika, 2021)

Teori Asimetri Informasi

Teori Asimetri Informasi merupakan salah satu teori universal yang sangat populer di seluruh dunia dalam bidang keuangan karena sering diperdebatkan oleh banyak akademisi dan praktisi. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat dua kelompok investor dalam dunia investasi yaitu kelompok pertama yaitu kelompok investor yang mempunyai saluran dalam memperoleh keterangan berharga yang berkaitan dengan pengambilan keputusan investasi mereka, serta yang termasuk ke dalam kelompok kedua yaitu gerombolan investor yang tidak memiliki saluran dalam memperoleh informasi berharga yang relevan dengan pengambilan keputusan investasi mereka. (Geranio et al., 2017)

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan diatas dan berdasarkan teori signaling, maka hipotesis yang timbul diantaranya sebagai berikut:

Pengaruh *Return On Equity* (ROE) Terhadap *Underpricing*

Berlandaskan penelitian yang telah dijalankan oleh (Mayasari, 2018) menunjukkan bahwa ROE berpengaruh terhadap *Underpricing*. Tingkat profitabilitas perusahaan artinya adalah salah satu hal terpenting bagi seorang investor dalam melakukan investasi di perusahaan. Bila nilai ROE meningkat, maka laba yang akan didapatkan perusahaan kedepannya akan meningkat pula. Investor tentunya akan tertarik pada perusahaan yang memiliki nilai ROE yang tinggi. Hal tersebut memberikan akibat positif kepada harga saham di pasar sekunder yaitu harganya akan semakin tinggi juga, akibatnya yaitu dapat menurunkan nilai *underpricing*.

H1: *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap IPO *underpricing*

Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap *Underpricing*

Berlandaskan penelitian yang dilakukan oleh (Watung, 2018) menunjukkan bahwa NPM berpengaruh terhadap *underpricing*. Salah satu cara dalam mengukur keuntungan suatu perusahaan adalah dengan melakukan perhitungan *Net Profit Margin* (NPM) atau margin dari keuntungan bersih perusahaan. Apabila nilai NPM tinggi maka akan tinggi juga ketertarikan investor kepada saham perusahaan tersebut sehingga akan otomatis mempengaruhi permintaan saham.

H2: *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap IPO *underpricing*

Pengaruh Tingkat *Leverage* terhadap *Underpricing*

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Putri, 2019) tingkat leverage merupakan alat untuk membandingkan total kewajiban perusahaan dengan total aset (Nuryasinta, 2017). Secara

sederhana, *leverage* merupakan penggunaan dana atau utang yang dimanfaatkan untuk meningkatkan *return* atau keuntungan pada sebuah bidang usaha atau investasi. Oleh sebab itu, dari tingkat *leverage* bisa diketahui apakah perusahaan tersebut sehat atau tidak karena semakin besar *leverage* maka semakin tinggi resiko perusahaan tidak berhasil membayar utang kepada kreditur.

H3: Tingkat *leverage* berpengaruh terhadap *underpricing*

METODE

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah penelitian ilmiah yang bersifat sistematis terhadap kenyataan serta fenomena yang terjadi serta dampak dari hubungannya (Suliyanto, 2017). Teknik analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menguji pengaruh Variabel X1 (*Return On Equity*), X2 (*Net Profit Margin*), serta X3 (Tingkat *Leverage*) terhadap Y (*Underpricing*). Populasi pada penelitian ini ialah perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia sejumlah 30 perusahaan. Data perusahaan diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Sampel dalam penelitian sejumlah 13 perusahaan yang dipilih dengan metode *purposive sampling* menggunakan kriteria sebagai berikut:

- Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2016-2021
- Perusahaan tersebut mengalami *underpricing*
- Tanggal tercatat, harga penawaran perdana (*offering price*) serta harga penutupan (*closing price*) tersedia pada BEI
- Terdapat data laporan keuangan selama periode tahun 2016-2021 pada BEI

Jenis data pada penelitian ini ialah data sekunder yang artinya data tersebut diperoleh secara tidak eksklusif, menggunakan metode pengumpulan data dokumentasi.

Teknik analisis data yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda diikuti definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Rumus
ROE (X3)	$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Jumlah ekuitas}}$
NPM (X2)	$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total penjualan bersih}} \times 100\%$
Tingkat Leverage (X3)	$DAR = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total aset}}$
Underpricing (Y)	$\text{Underpricing} = \frac{\text{Closing price} - \text{Offering price}}{\text{Offering price}} \times 100\%$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Penelitian ini berguna untuk mengetahui pengaruh ROE, NPM dan Tingkat *Leverage* dengan memakai pengukuran DAR terhadap *Underpricing* saham di perusahaan *Food and Beverage* yang tercatat di BEI periode 2016-2021 baik secara simultan ataupun parsial. Variabel bebas dalam

penelitian ini adalah informasi seputar kinerja keuangan seperti ROE, NPM dan Tingkat *Leverage*. Sedangkan variabel terikat yang dipergunakan adalah *Underpricing*. Sampel yang dipergunakan pada penelitian ini ialah sebesar 65 sampel, terdiri dari 13 perusahaan *Food and Beverage* dengan periode waktu selama 5 tahun mulai dari 2016-2020. Sesuai hasil perhitungan selama periode pengamatan diketahui bahwa:

1. Variabel ROE terendah (minimum) 0,09 di perusahaan Sekar Bumi, Tbk di tahun 2019 dan yang tertinggi (maksimum) 124,15 di perusahaan Multi Bintang Indonesia, Tbk pada tahun 2017. Selanjutnya rata-rata ROE 208,494 dengan nilai standar penyimpangan sebesar 2,667,092.
2. Variabel NPM memperlihatkan nilai terendah (minimum) 0,03 pada perusahaan Delta Djakarta, Tbk serta untuk nilai tertinggi (maksimum) sebesar 39,00 di Multi Bintang Indonesia, Tbk. Sementara untuk nilai rata-rata (mean) mempunyai nilai sebesar 103,949 dengan standar penyimpangan sebesar 1,084,549.
3. Variabel Tingkat *Leverage* menunjukkan nilai terendah (minimum) sebesar 4,74 pada perusahaan Sekar Laut, Tbk dan untuk nilai tertinggi (maksimum) sebesar 101,43 pada perusahaan Sekar Laut, Tbk. Sementara itu untuk nilai rata-rata (mean) memiliki nilai sebesar 427,845 dengan standar penyimpangan 2,215,259.
4. Variabel *Underpricing* memperlihatkan nilai terendah (minimum) adalah 0,00 serta nilai tertinggi (maksimum) adalah 6,00 pada perusahaan Sekar Laut, Tbk. Berdasarkan di atas bisa diketahui bahwa *Underpricing* secara rata-rata mengalami perubahan positif dengan rata-rata *Underpricing* sebesar 14,615. Hal ini menunjukkan bahwa selama periode tahun 2016-2020 secara umum *underpricing* saham di perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini mengalami peningkatan. Standar deviasi *underpricing* sebesar 175,069 yang melebihi nilai rata-rata *underpricing*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda dipergunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Berikut adalah hasil analisis linier berganda.

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.073	.422		2.542	.014
	SQRT_X1	.089	.053	.252	1.682	.098
	SQRT_X2	-.265	.078	-.525	-3.418	.001
	SQRT_X3	.034	.055	.074	.621	.537
a. Dependent Variable: SQRT_Y						

Sumber: hasil pengolahan data

Hasil analisa dari tabel 2 di atas diketahui persamaan rumus:

$$Y = 1,073 + 0,089X1 - 0,265X2 + 0,034 X3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda yang telah ditetapkan, menunjukkan koefisien regresi variabel independen ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* dengan nilai

koefisien ROE 0,089 dan nilai sig 0,098 > 0,05, yang artinya setiap kenaikan satu nilai maka menaikkan *underpricing* saham sebesar 0,089. Hipotesis pertama yang diajukan menyatakan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap IPO *underpricing*. Berdasarkan uji T yang diperoleh dari regresi linier berganda menunjukkan variabel ROE tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap IPO *underpricing* sehingga H1 ditolak. Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Return On Equity, Net Profit Margin dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Underpricing*” (Mayasari, 2018) yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara ROE dengan *Underpricing*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *signalling theory* dimana peningkatan ROE seharusnya menjadi signal baik bagi investor untuk melakukan investasi, karena semakin tinggi nilai ROE maka akan semakin tinggi pula tingkat pengembalian dana kepada investor. Jadi ini merupakan saat yang tepat bagi emiten untuk menentukan harga tinggi ketika IPO, sehingga *underpricing* seharusnya menurun. Namun berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa koefisien ROE bernilai positif, sehingga semakin tinggi ROE justru semakin meningkatkan nilai *underpricing* dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang berjudul “Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Tingkat *Underpricing* Saham Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Daftar Efek Syariah Periode 2013-2017” (Putri, 2019) yang juga menunjukkan bahwa Return On Equity tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Artinya emiten atau perusahaan tidak dapat menggunakan ROE sebagai patokan untuk menentukan harga pada saat IPO. Tidak signifikannya pengaruh ROE terhadap *underpricing* dapat dikarenakan peningkatan dan penurunan ROE dapat memberikan informasi yang menyesatkan, karena peningkatan ROE dapat dikarenakan peningkatan kinerja perusahaan berupa peningkatan laba bersih perusahaan atau justru karena penurunan nilai ekuitas perusahaan. Artinya perlu analisis lebih mendalam terkait peningkatan ROE untuk dapat dipergunakan sebagai patokan bagi emiten untuk menentukan harga IPO, begitu pula bagi investor. Harga pada saat *Initial Public Offering* yang terlalu murah atau rendah dibandingkan dengan harga pada saat penutupan pasar sekunder atau *underpricing* merupakan fenomena yang diharapkan bagi investor namun menjadi resiko bagi emiten atau perusahaan.

Sedangkan pada koefisien regresi variabel independen NPM berpengaruh secara negatif serta berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing* disebabkan nilai sig 0,001 < 0,05 dan nilai koefisien NPM untuk variabel X2 sebesar 0,265 dan bertanda negatif. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap kenaikan NPM satu satuan maka variabel dependen *underpricing* (Y) akan turun sebesar 0,265 dengan perkiraan bahwa variabel bebas yang lain dari contoh regresi adalah tetap.

Hipotesis kedua, yaitu rasio NPM berpengaruh terhadap IPO *underpricing*. Jika ditinjau dari hasil perhitungan, diperoleh bahwa H2 diterima sebab akibat hasil penelitian memberikan petunjuk bahwa NPM memiliki pengaruh signifikan terhadap IPO *underpricing*. Artinya NPM dapat menjadi sinyal oleh emiten atau perusahaan bahwa semakin tinggi NPM perusahaan maka dapat menjual saham pada IPO dengan harga yang tinggi untuk menurunkan *underpricing*. Hal ini telah sejalan dengan *signalling theory* yaitu ketika perusahaan memiliki penghasilan yang tinggi lalu diimbangi dengan laba bersih yang tinggi pula maka hal itu akan menjadi sinyal untuk investor, sehingga dapat menaikkan minat untuk berinvestasi di perusahaan dan waktu yang sempurna bagi emiten untuk menentukan harga tinggi ketika IPO sehingga *underpricing* menurun. Hal ini juga di dukung dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Return On Asset, Return On Equity, Net Profit Margin dan Quick Ratio Terhadap Return Saham Perusahaan Sektor Energi pada Masa Pandemi Covid-19” (Arif, 2021) yang menyatakan bahwa NPM memiliki pengaruh signifikan terhadap *return* saham. Jadi, berdasarkan penelitian ini maka variabel NPM dapat dijadikan faktor pertimbangan investor sebelum melakukan investasi ke sebuah perusahaan. Akan tetapi hasil tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Return On Equity, Net Profit Margin dan Ukuran Perusahaan Terhadap

Underpricing (Mayasari, 2018) dimana hasil penelitian mereka memperlihatkan bahwa NPM tidak berpengaruh signifikan terhadap IPO *underpricing*.

Selanjutnya untuk rasio tingkat *leverage* yang diukur dengan DAR tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing* dengan nilai koefisien DAR 0,034 dan nilai sig 0,537 > 0,05, berdasarkan hal tersebut, maka setiap peningkatan satu nilai DAR akan menambah 0,034 *underpricing* saham. Meskipun berpengaruh positif tetapi variabel bebas ini tidak berpengaruh signifikan *underpricing* dengan melihat nilai signifikansinya.

Hipotesis ketiga yaitu tingkat *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap IPO *underpricing*. Berdasarkan hasil perhitungan maka H3 ditolak, karena hasilnya tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap IPO *underpricing*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Intellectual Capital*, Reputasi *Underwriter*, Financial *Leverage*, Umur dan Size Perusahaan terhadap *Underpricing* Saham IPO di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018 (Solida et al., 2020) dimana hasilnya juga sama yakni variabel Tingkat *Leverage* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap IPO *underpricing*. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang berjudul “Beberapa Faktor yang Mempengaruhi *Underpricing* Saham Pada Perusahaan yang Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia” (Ramadana, 2018) dimana hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa Tingkat *Leverage* berpengaruh positif terhadap IPO *underpricing*.

Penggunaan dana eksternal yang tinggi dapat menimbulkan biaya bunga yang tinggi, sehingga perusahaan menjadi lebih beresiko. Peningkatan DAR dapat memberikan sinyal bagi investor untuk tidak berinvestasi. Namun jika perusahaan mampu mengelola dana eksternalnya dengan baik, maka *high risk* ini bisa menjadi *high return*. Artinya investor maupun emiten perlu ada pertimbangan lain dalam menentukan investasi dan menentukan harga IPO, sehingga pengaruh DAR terhadap *underpricing* menjadi tidak signifikan. Berdasarkan hasil penelitian ini koefisien DAR bernilai positif artinya ketika DAR meningkat maka *underpricing* juga meningkat, yang artinya dapat dimungkinkan peningkatan DAR yang seharusnya merupakan sinyal *high risk* ini diimbangi dengan peningkatan laba perusahaan sehingga penetapan harga IPO perusahaan menjadi terlalu rendah atau *underpricing* menjadi meningkat.

Hal ini juga berkaitan dengan manajemen laba dimana semakin tingginya perusahaan dibiayai oleh dana eksternal dapat meningkatkan kecenderungan perusahaan untuk memanipulasi laba dan meningkatkan citra perusahaan agar dapat tetap menarik investor untuk berinvestasi. Sehingga, informasi mengenai *leverage* tidak dapat dijadikan acuan seorang investor dalam berinvestasi. Selain itu adanya berbagai kemungkinan yang dapat terjadi dengan adanya peningkatan DAR, akan menyulitkan bagi emiten untuk menentukan harga IPO yang seharusnya.

KESIMPULAN

Sesuai hasil uji statistik serta analisis yang telah dilakukan maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel ROE dan DAR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap IPO *underpricing* perusahaan *Food and Beverage* yang *listing* di BEI pada tahun 2016-2021. Hal tersebut berdasarkan pada nilai signifikansi pada uji-t yaitu sebesar 0,098 > 0,05 untuk ROE dan sebesar 0,357 > 0,05 untuk DAR. Hipotesis tidak diterima. Dalam hal ini dapat dinyatakan bahwa fenomena *underpricing* yang terjadi tidak mengklaim didukung oleh tinggi dan rendahnya ukuran nilai ROE dan DAR. Terdapat banyak sekali kemungkinan yang bisa menyebabkan tinggi dan rendahnya ROE dan DAR dapat menyebabkan informasi yang menyesatkan bagi *underwriter* dalam penentuan harga IPO. Perlu adanya analisis yang lebih mendalam untuk mengkaitkan ROE dan DAR dalam menentukan tingkat *underpricing*. Jika tidak

dilakukan analisis lanjutan maka akan memicu timbulnya asimetri informasi yang dapat menyebabkan terjadinya kesalahan dalam pertukaran informasi antar emiten dan *underwriter* ataupun antar investor.

Variabel NPM ada pengaruh signifikan terhadap IPO *underpricing* perusahaan *Food and Beverage* yang *listing* di BEI tahun 2016-2021 . Hal tersebut sesuai pada nilai signifikansi pada uji-t yaitu sebesar $0,001 < 0,05$. Hipotesis diterima. Dalam hal ini dapat dinyatakan bahwa ketika suatu perusahaan memiliki nilai NPM tinggi maka semakin baik juga perusahaan dalam mendapatkan penjualan dan pendapatan yang selanjutnya dapat meminimalisir beban sebaik mungkin sehingga perusahaan bisa memperoleh laba bersih setelah pajak (*earning after tax*) yang maksimal. Hal ini merupakan sinyal baik bagi investor untuk melakukan investasi. Berdasarkan informasi ini *underwriter* dan emiten dapat menentukan kesepakatan harga yang tinggi sehingga *underpricing* dapat menurun. Namun perlu dilakukan evaluasi pada hal-hal yang dapat mempengaruhi *underpricing* saham, sehingga didapatkan variabel tidak hanya terbatas pada ROE, DAR dan NPM saja, supaya emiten mendapatkan dana maksimal ketika *go public*. Pertukaran informasi yang lengkap antara emiten dan *underwriter* dapat mencegah terjadinya asimetri informasi.

Bagi para *stakeholder* terutama para investor juga dalam melakukan investasi di suatu perusahaan dapat lebih teliti baik dari segi analisis mendasar maupun segi analisis praktik, karena pada penelitian yang telah dilakukan pada sektor makanan dan minuman pada tahun 2016-2021 dapat timbul kemungkinan di *timeframe* lain mungkin tidak sama hasilnya. Jadi perlu penelitian lanjutan dengan *timeframe* yang berbeda dengan menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mensugesti fenomena *underpricing*.

IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat dipergunakan sebagai masukan untuk para perusahaan dan investor. Bagi perusahaan dapat lebih memperhatikan dan melakukan evaluasi terhadap hal yang menjadi penyebab *underpricing* sedangkan untuk investor penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan agar lebih selektif lagi dalam berinvestasi.

ANALISIS PELAKSANAAN PROGRAM KUR DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI SIDOARJO (Studi Implementasi Pada PT Bank Rakyat Indonesia,Tbk.

Abang Muhamad Irvan Kumaini¹, Aji prasetyo², Bayu Adi³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : ajiprasetyo@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pelaksanaan program KUR Mikro BRI dalam mengembangkan UMKM di Sidoarjo. Penelitian deskriptif kualitatif ialah jenis penelitian ini memakai data primer yang dikumpulkan melalui dokumentasi, wawancara, dan observasi. PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk dan UMKM di Sidoarjo merupakan subyek dari penelitian ini dan pelaksanaan program KUR dan pengembangan usaha merupakan obyek dari penelitian ini. Hasil penelitian ini adalah pelaksanaan program KUR melalui beberapa tahap, antara lain: tahap permohonan, tahap analisis kredit, tahap pemeriksaan lapangan, tahap keputusan kredit, tahap pencairan kredit dan tahap pemantauan usaha. Program KUR pada Bank BRI dapat membantu UMKM dalam mengembangkan usaha dari segi permodalan.

Kata kunci: KUR, BRI, UMKM, Sidoarjo

ABSTRACT

This studies aims to analyze implementation the BRI Micro KUR program in developing UMKM in Sidoarjo. Research is a qualitative descriptive research use primary data sources is documentation data collection techniques, observations and interviews. PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk and UMKM in Sidoarjo are the subjects of this research and the implementation of the KUR program and business development are the objects of this research. The result of this study is the implementation of the KUR program through several stages, including: the application stage, the credit analysis stage, the field examination stage, the credit decision stage, the credit disbursement stage and the business monitoring stage. The KUR program at Bank BRI can help UMKM in developing their businesses in terms of capital.

Keywords: KUR, BRI, UMKM, Sidoarjo

PENDAHULUAN

UMKM ialah tempat pengembangan bisnis kewirausahaan karena UMKM mampu meningkatkan ekonomi yang bersifat karya berorientasi kepada ekspor dan pengalihan impor yaitu kerangka dan pendapatan devisa (Wildan, 2017). UMKM juga memberikan dampak bagi sektor perbankan dalam memberikan pinjaman sebagai pembiayaan untuk usaha karena bergerak dibidang yang cepat memberikan penghasilan. UMKM sekarang mengalami krisis ekonomi sebab pandemi covid-19, sampai lebih buruk dari krisis keuangan pada tahun 2008 (OECD, 2020). UMKM mendapatkan kedudukan yang strategis dalam perekonomian. Di ASEAN, UMKM memberikan lapangan pekerjaan berkisar 50 - 95% dan berkontribusi sekitar 30 - 50% pada GDP (Bank Indonesia, 2020). Di Indonesia, UMKM ialah satu dari banyaknya sektor strategis dalam perekonomian nasional yang dipandang dari penyerapan tenaga kerja nasional (Zainal, 2015). Sebab pandemi covid 19 bagi UMKM dapat dilihat dari sisi permintaan dan sisi penawaran. Segi permintaan, ketika permintaan jasa dan barang berkurang akan mengakibatkan tidak berfungsinya UMKM secara maksimal yang berujung pada penurunan likuiditas entitas. Hal itu mengakibatkan rakyat kehilangan pendapatan

karena UMKM tidak mampu memberi upah pekerja sehingga pada keadaan terpuruk akan terjadi PHK secara sepihak. Adapun segi penawaran UMKM yang mengalami kekurangan tenaga kerja. Hal ini terjadi karena masyarakat harus menstabilkan kesehatan tenaga kerja dan adanya pembatasan sosial kedua sebab tersebut mengakibatkan ketidaktarikan masyarakat berkerja sementara waktu pandemi masih ada (Pebrentara 2020).

Sidoarjo memiliki UMKM dengan jumlah besar. UMKM di Sidoarjo tercatat sebesar 64,2 juta yang mana 99,99% berkontribusi besar terhadap PDB sebesar 61,1% (Syahril, 2021). Daya serap UMKM berjumlah 117 juta pekerja atau 97% dari dunia usaha. Hal tersebut menjadikan upaya pengembangan UMKM menjadi suatu hal yang penting dilakukan oleh pemerintah (Muhlison, 2021). Apalagi adanya pandemi covid-19 sedikitnya ada sekitar 248 ribu UMKM Sidoarjo yang sedang berjuang menghadapi pandemi covid saat ini (Muhlison, 2021).

Teori implementasi ialah upaya memahami sesuatu sesuai kenyataan yang terjadi setelah suatu program dinyatakan berlaku atau dirumuskan menjadi fokus perhatian implementasi kebijakan mengenai kejadian-kejadian dan aktivitas-aktivitas yang timbul setelah diberlakukan kebijakan negara (Wahab, 2008). Implementasi kebijakan tidak mungkin timbul sebelum tujuan dan sasaran diidentifikasi dan ditetapkan oleh keputusan kebijakan. Proses kegiatan yang dilaksanakan oleh berbagai pelaku sehingga pada akhirnya akan mendapat hasil yang sesuai dengan tujuan dan sasaran yang telah ditentukan. Teori implementasi dipengaruhi oleh 4 variabel menurut pandangan George C. Edward dalam buku (Subarsono, 2011), yakni: komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) ialah program pemerintah dalam meninggikan akses pembiayaan kepada UMKM yang disalurkan oleh lembaga keuangan yang berpola pinjaman (Komite KUR, 2021). KUR merupakan program pembiayaan dengan nilai dibawah Rp 500.000.000 dengan pola pinjaman, besarnya *coverage* penjaminan maksimal 80% dari plafon kredit bagi sektor pertanian, kehutanan, perikanan dan kelautan hingga industri kecil, sedangkan 70% dari plafon kredit untuk sektor yang lain, sisanya ditanggung oleh penyalur KUR. Mempercepat pengembangan sektor-sektor pemberdayaan usaha skala kecil dan menengah, untuk meningkatkan aksesibilitas terhadap kredit dan lembaga-lembaga keuangan, mengurangi tingkat kemiskinan, dan memperluas kesempatan kerja ialah tujuan KUR (Ramadhani, 2020).

Program KUR ialah program pemerintah ini diharapkan untuk UMKM yang memiliki usaha produktif seperti perdagangan, pertanian, perikanan dan kelautan, hasil hutan, perindustrian, jasa keuangan simpan pinjam (Hosen, 2013). Realisasi penyaluran KUR periode April 2021 sebesar Rp 88.089.649.286.914 yaitu 34,82% dari target Rp 253 Triliun berdasarkan data dari Komite KUR pada bulan April 2021. Bank yang menyalurkan KUR terbesar ialah PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk sebesar Rp 58.397.886.002.261 dengan debitur sebanyak 2.093.475 unit usaha dapat diketahui bahwa peran Bank BRI dalam mengembangkan UMKM secara maksimal namun dalam perkembangan peran PT Bank BRI Tbk tentunya ada yang membuahkan hasil dan tidak. Program KUR yang dilaksanakan oleh BRI juga terkadang UMKM tidak dapat mendapatkan fasilitas tersebut.

Riset ini mencoba untuk menganalisis mengenai pelaksanaan program KUR dalam mengembangkan UMKM di Sidoarjo Pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa strategi dalam menyalurkan KUR kepada UMKM yakni dengan bekerjasama dengan pengurus UMKM maupun pasar kecil sekitar kemudian melakukan pertemuan rutin untuk memberi pelatihan kepada debitur KUR.

METODE

Penelitian ini ialah penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini menggambarkan pelaksanaan Program KUR mikro Pada Bank BRI dalam mengembangkan UMKM di Sidoarjo. Subyek penelitian ialah PT Bank Rakyat Indonesia,Tbk dan UMKM di Sidoarjo. Obyek penelitian ini ialah pelaksanaan program KUR Mikro dalam mengembangkan UMKM di Sidoarjo. Data primer yang digunakan yang dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data dokumentasi, observasi dan wawancara yang selanjutnya divalidasi menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Dokumentasi diambil dari website resmi www.bri.co.id. Wawancara dilaksanakan dengan 3 UMKM di Sidoarjo yang mengikuti program KUR BRI. Observasi dilakukan di tempat usaha UMKM di Sidoarjo bertujuan untuk melihat perkembangan usaha. Triangulasi sumber dilakukan karena pengumpulan data tidak dilakukan dari satu cara pandang saja sehingga triangulasi sumber digunakan untuk menarik kesimpulan data yang dapat diterima kebenarannya. Triangulasi metode dilakukan untuk membandingkan hasil wawancara,observasi dan dokumentasi untuk ditarik kesimpulan data dengan sebenarnya. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan dalam bentuk penyajian data yang telah diurutkan dalam suatu pola,kategori dan satuan uraian dasar rangkaian analisi data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

REDUKSI DATA

Persyaratan Pengajuan KUR Mikro BRI melalui platform dengan link www.kur.bri.co.id Persyaratan yang harus disiapkan untuk pengajuan KUR Mikro BRI melalui platform (BRI, 2021) antara lain: individu atau perorangan, memiliki usaha yang sudah berjalan minimal 6 bulan, menjalankan usahanya di salah satu platform e-commerce seperti shopee, blibli, tokopedia, dll) dan/atau penyedia pengiriman barang seperti Go-Jek atau Grab, tidak sedang menerima kredit perbankan kecuali kredit konsumtif seperti KKB,KPR dan kartu kredit., persyaratan administrasi berupa identitas (KTP,KK, dan surat izin usaha atau dapat surat keterangan yang diterbitkan oleh ride hailing atau e-commerce). Fasilitas yang diberikan untuk KUR Mikro BRI ialah platfon KUR Mikro maksimal pinjaman hingga Rp50 Juta, suku bunga KUR Mikro ringan yaitu sebesar 6%pa, jangka waktu kredit yang fleksibel yaitu 18 & 24 bulan. Tahap pelaksanaan KUR juga sangat mudah, yakni bertahap mulai dari tahap permohonan kredit, tahap analisis kredit, tahap keputusan kredit, tahap pencairan kredit.

Daftar UMKM di Sidoarjo yang didapatkan dari website resmi UMKM dan Koperasi di Sidoarjo, ialah pada tabel 1.

Tabel 1. Jumlah UMKM Berdasarkan Sektor Usaha

NO	SEKTOR USAHA	JUMLAH
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	44.001
2	Pertambangan dan Penggalian	16
3	Industri Pengolahan	21.647
4	Pengadaan Listrik dan Gas	477
5	Pengadaan Air, Pengolahan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	1.733
6	Konstruksi	1.231
7	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	88.778
8	Transportasi dan Pergudangan	3.571
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	54.981
10	Informasi dan Komunikasi	6.214
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	976
12	Real Estate	906
13	Jasa Perusahaan	3.542
14	Jasa Pendidikan	4.467
15	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1.496
16	Jasa lainnya	14.270
TOTAL		248.306

Sumber: BPS,2021

Pelaksanaan program KUR memberikan sumber pembiayaan yang cocok untuk UMKM di Sidoarjo sesuai yang dikatakan oleh salah satu UMKM Mba Ana di Sidoarjo. Pelaksanaan program KUR telah mengembangkan usahanya terutama dari segi pendapatannya.

PENYAJIAN DATA

Pelaksanaan program KUR BRI untuk UMKM Mikro tergolong cukup mudah dan syarat agunan menurut umkm di Sidoarjo tergolong tidak memberatkan. Pelaksanaan program KUR BRI bertahap mulai dari tahap permohonan kredit, tahap analisis kredit, survey lapangan kemudian keputusan kredit hingga pencairan kredit yang harus dilakukan di kantor BRI langsung. KUR BRI memberikan sumber pembiayaan kepada pihak UMKM dalam memberikan bantuan permodalan berbentuk pembiayaan dengan suku bunga rendah dibandingkan kredit lainnya.

PENARIKAN KESIMPULAN

Penarikan kesimpulan dilakukan setelah analisis data sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program KUR melalui tahap-tahap, yakni tahap permohonan kredit, dimana calon nasabah tersebut telah menyiapkan persyaratan yang dibutuhkan kemudian tahap analisis kredit dimana pihak bank akan melakukan pemeriksaan identitas hingga agunan dan usaha yang sedang dijalankan kemudian tahap keputusan kredit, dimana calon debitur akan dihubungi melalui telepon yang telah dicantumkan, kemudian KUR dapat dicairkan melalui kantor BRI.

PEMBAHASAN

PELAKSANAAN PROGRAM KUR BRI

Pelaksanaan program KUR BRI dilakukan melalui beberapa tahap, antara lain:

1. Tahap permohonan kredit dengan membawa syarat kelengkapan dokumen yang harus dipenuhi, yaitu:
 - a. Fotokopi KTP suami dan istri
 - b. Fotokopi KK
 - c. Fotokopi buku nikah atau surat bercerai
 - d. Fotokopi NPWP
 - e. Surat Keterangan Usaha dengan lama usaha minimal 6 bulan.
 - f. Surat jaminan dari BPKB mobil atau sertifikat rumah atau sertifikat hak pemakaian usaha.
2. Tahap pemeriksaan, yaitu pihak bank akan melakukan pemeriksaan dokumen dan *checking* memakai Sistem Informasi Debitur (SID) BI maupun BRI sendiri dengan tujuan memastikan bahwa calon debitur tidak sedang terikat kredit dengan pihak lain. Selain itu pada tahap pemeriksaan pihak bank juga melakukan peninjauan langsung ke lokasi usaha calon debitur serta menafsirkan harga agunan.
3. Tahap pemberian keputusan, yaitu pihak bank memberikan keputusan kepada calon debitur untuk permohonan KUR yang diajukan.
4. Tahap pencairan, yaitu pencairan dilakukan dengan bertahap seperti tahap persiapan kredit, penandatanganan perjanjian kredit, *flatpay* hingga pembayaran pencairan kredit.
5. Tahap pemantauan, yaitu pemantauan dilakukan oleh pihak BRI 3 minggu setelah pencairan dan selanjutnya dilakukan 3 bulan sekali. Pemantauan yang dilakukan pihak BRI bertujuan agar mengurangi kejadian pembiayaan yang bermasalah dan mengetahui kendala yang dihadapi oleh debitur.

Hasil penelitian ini sesuai dengan (Widayanti dkk., 2022) bahwa pelaksanaan prosedur pemberian KUR melalui tahap permohonan kredit, tahap analisis kredit, tahap keputusan kredit dan tahap pencairan kredit. Beberapa tahap diterapkan oleh pihak Bank sesuai dengan prinsip kredit 5C, yaitu *character*. *Character* merupakan prinsip kredit yang digunakan untuk mengetahui karakter calon debitur yang dapat dilihat dari informasi dari identitas calon debitur dengan memastikan dari kunjungan di lapangan yang dapat dilihat dari letak rumah dan usaha calon debitur. Pemeriksaan yang dilakukan di lapangan dengan melihat kondisi sekitar tempat usaha, apakah tempatnya strategis atau tidak dan keadaan usahanya termasuk lancar atau tidak. Prinsip karakter merupakan sesuatu yang penting dalam penentuan kredit, karena kredit merupakan hal kepercayaan, sehingga pihak bank memiliki kepercayaan terlebih dahulu dengan calon debitur untuk dapat mengabulkan permohonan kredit yang diajukan. Sesuai pemeriksaan administrasi dan pemeriksaan di lapangan maka kepala cabang merupakan pihak yang memberikan keputusan kredit akan menilai mengenai kelayakan kredit usaha rakyat berdasarkan dokumen dan hasil observasi yang dilakukan pihak Bank. Apabila syarat sudah lengkap dan telah melalui pemeriksaan menyeluruh maka dapat diberikan putusan kredit. Apabila hasil penilaian menunjukkan baik maka dapat diberikan kredit dan jika terdapat hal-hal yang tidak terpenuhi syarat maka dapat ditinjau ulang ke calon debitur, seperti adanya tanggungan kredit kepada pihak lain ataupun ditemukan ketidaksesuaian identitas calon debitur maka permohonan akan dipertimbangkan atau dibatalkan. Putusan kredit yang sudah disetujui dapat dicairkan sehari setelah disetujui, sebelum dicairkan kedua belah pihak harus menandatangani akad

perjanjian. Akad perjanjian didalamnya terdapat hak dan kewajiban debitur. Selanjutnya pihak Bank memonitoring usaha nasabah minimal tiga minggu setelah pencairan dengan mendatangi lokasi usaha debitur agar memandang perkembangan usaha, apa usaha berjalan baik ataukah sebaliknya dan apakah dana kredit yang diberikan digunakan untuk penambahan modal atau digunakan sesuai denagan yang diajukan dan apakah terdapat kendala atau tidak. Apabila ada kendala akan dituliskan dilembar kunjungan nasabah yang akan kemudian dicarikan solusinya.

Teori implementasi menunjukkan bahwa kebijakan program KUR BRI dalam membantu pembiayaan UMKM di Sidoarjo menjadi fokus perhatian dalam pelaksanaannya agar tercapainya tujuan dan sasaran pembentukan program KUR BRI (Wahab, 2008). Implementasi dari tahap-tahap pelaksanaan program KUR telah teridentifikasi dan telah ditetapkan oleh pembuat keputusan kebijakan yakni pemerintah dan pihak BRI sendiri.

PENGEMBANGAN UMKM DI SIDOARJO

Program KUR telah memberikan dampak baik kepada debitur UMKM di Sidoarjo khususnya dari segi permodalan. Program KUR dapat membantu UMKM di Sidoarjo dalam mengembangkan usaha, seperti memperluas tempat usaha maupun memperbanyak persediaan barang dagang milik UMKM sehingga UMKM di Sidoarjo dapat mengembangkan usahanya dan mendapatkan pendapatan yang lebih dari sebelumnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan (Parwanti, 2020) bahwa UMKM penerima KUR mengalami peningkatan setelah mendapatkan bantuan permodalan dari program KUR. Peningkatan UMKM dilihat dari pendapatan yang diperoleh lebih besar sebelum mendapatkan bantuan permodalan KUR. Peningkatan pendapatan juga dilihat dari perkembangan UMKM di Sidoarjo yang tempat usahanya menjadi besar dan persediaan dagang yang menjadi lebih banyak dan lengkap. Pengembangan UMKM juga dilihat dari keberlangsungan usaha UMKM yang berjalan lancar. Adanya program KUR BRI, UMKM di Sidoarjo merasa terbantu karena kesulitan utama adalah permodalan, sehingga ketika KUR membantu dalam segi permodalan usaha, maka hasil usaha semakin meningkat dan secara otomatis pendapatan UMKM juga ikut meningkat (Widayant dkk., 2022).

Teori implementasi menjelaskan bahwa terdapat 4 variabel yang mempengaruhi implementasi dari kebijakan, antara lain: komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi (Subarsono, 2011). Begitu juga dengan implementasi pelaksanaan program KUR memerlukan komunikasi kepada calon debitur, memiliki sumber daya dalam memberikan pelayanan agar tercapainya implementasi kebijakan KUR, sampai dengan disposisi dan struktur birokrasi yang baik sehingga pelaksanaan program KUR telah mencapai tujuan dan sasarannya dalam mengembangkan UMKM khususnya di Sidoarjo.

SIMPULAN

1. Pelaksanaan program KUR bertahap, yaitu tahap permohonan kredit, tahap analisis kredit, tahap pemeriksaan lapangan, tahap pemutusan kredit, tahap pencairan kredit, dan tahap pemantauan pembiayaan.
2. Program KUR pada Bank BRI dapat membantu UMKM dalam mengembangkan usaha dari segi permodalan. Program KUR BRI memberikan pelafon kredit dengan bunga yang rendah sehingga KUR BRI dapat membantu UMKM untuk mengembangkan usaha.

IMPLIKASI

Pelaksanaan program KUR BRI memberikan dampak dalam mengembangkan UMKM di Sidoarjo khususnya pada segi permodalan. Pengembangan UMKM di Sidoarjo dilihat dari kenaikan pendapatan sampai dengan perluasan lokasi usaha. Hal itu menggambarkan bahwa implikasi pelaksanaan KUR BRI pada pengembangan UMKM di Sidoarjo menjadi lebih baik.

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan pada penelitian ini yaitu subjektivitas peneliti. Dalam hal ini pada penelitian ini sangat bergantung kepada narasumber tentang informasi yang ada dalam wawancara. Data yang didapatkan melalui wawancara hanya dengan pihak UMKM di Sidoarjo dan data pelaksanaan KUR BRI terbatas hanya data melalui dokumentasi yang telah disediakan oleh BRI.

PENGARUH ANGGARAN BERBASIS KINERJA DAN SISTEM PELAPORAN KEUANGAN TERHADAP AKUNTABILITAS KINERJA PADA DINAS PEKERJAAN UMUM BINA MARGA PROVINSI JAWA TIMUR

Irma Zuanita¹, Yuli Kurnia Firdausia²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email : irmazuanita2800@gmail.com¹, virdajulie9@gmail.com²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui anggaran berbasis kinerja dan sistem pelaporan keuangan terhadap akuntabilitas kinerja pada dinas pekerjaan umum bina marganya provinsi jawa timur. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan populasi yang digunakan adalah keseluruhan karyawan dinas pekerjaan umum bina marganya provinsi jawa timur, kemudian sampel yang digunakan menggunakan keseluruhan jumlah populasi sebanyak 34 responden. Semua perhitungan menggunakan SPSS Ver.26, hasil menunjukkan jika Anggaran Berbasis Kinerja berpengaruh signifikan terhadap Akuntabilitas Kinerja sebesar $(0,030 < 0,05)$ dan Sistem Pelaporan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Akuntabilitas Kinerja sebesar $(0,468 < 0,05)$ sehingga seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan yang memperoleh nilai F-hitung sebesar 18,324 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 terhadap Akuntabilitas Kinerja. Semakin meningkatnya Anggaran Berbasis Kinerja dan Sistem Pelaporan Keuangan maka dapat meningkatkan Akuntabilitas Kinerja.

Kata kunci: Anggaran Berbasis Kinerja, Sistem Pelaporan Keuangan, Akuntabilitas Kinerja

ABSTRACT

This study aims to determine the performance-based budgeting and financial reporting system on performance accountability at the Public Works Department of Bina Marga, East Java Province. This type of research uses quantitative with the population used is all employees of the Public Works Department of Bina Marga, East Java Province, then the sample used is the total population of 34 respondents. All calculations using SPSS Ver.26, the results show that the Performance-Based Budget has a significant effect on Performance Accountability $(0.030 < 0.05)$ and the Financial Reporting System has a significant effect on Performance Accountability $(0.468 < 0.05)$ so that all independent variables have a significant effect on Simultaneous obtaining an F-count value of 18,324 with a significant value of 0.000 on Performance Accountability. The increase in Performance-Based Budgeting and Financial Reporting Systems can increase Performance Accountability.

Keywords : Performance Based Budgeting, Financial Reporting System, Performance Accountability

PENDAHULUAN

Sejalan dengan yang diamanatkan dalam undang-undang No. 17 tahun 2003 tentang perimbangan keuangan Negara akan pula diterapkan secara penuh anggaran berbasis kinerja di sektor publik agar penggunaan anggaran tersebut bisa dinilai kemanfaatan dan kegunaannya oleh masyarakat. Undang-undang No. 17 tahun 2003 menetapkan bahwa APBD disusun berdasarkan pendekatan prestasi kerja yang akan dicapai. Untuk mendukung kebijakan ini perlu dibangun suatu sistem yang dapat menyediakan data dan informasi untuk menyusun APBD dengan pendekatan kinerja Anggaran kinerja pada dasarnya merupakan sistem penyusunan dan pengelolaan anggaran daerah yang berorientasi pada pencapaian hasil atau kinerja. Adapun kinerja tersebut harus mencerminkan efisiensi dan efektifitas pelayanan publik, yang berarti harus berorientasi pada kepentingan publik. Melalui kemendagri No. 13 tahun 2006 implementasi pradigma baru yang

berorientasi pada prestasi kinerja dapat diterapkan dalam penyusunan APBD, baik dalam sistem akuntansi dan pengelolaan keuangan daerah.

Di era sekarang ini, pemerintah telah melakukan hal-hal penting untuk memperbaiki berbagai kelemahan dan kekurangan yang terjadi, serta upaya untuk mengakomodasi dengan berbagai tuntutan yang berkembang di daerah dan masyarakat. Dalam penggunaan anggaran baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah seringkali tercermin dari kinerja organisasi sektor publik yang tergambar tidak produktif, tidak efisien, dan rendah kualitas. Anggaran berbasis kinerja merupakan anggaran yang menekankan pada prestasi kerja atau hasil. Dalam membuat anggaran berbasis kinerja pemerintah daerah terlebih dulu harus memiliki renstra (perencanaan strategis) yang disusun dengan objektif dan juga melibatkan seluruh komponen yang ada didalam pemeritahan. Dengan adanya sistem tersebut pemerintah daerah diyakini akan dapat mengukur kinerja keuangannya yang tergambar dalam anggaran pendapatan dan belanja daerahnya. Tujuan umum pelaporan keuangan sektor publik adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan kinerja dan arus kas suatu entitas yang berguna bagi sejumlah besar pemakai (wide range users) untuk membuat dan mengevaluasi keputusan mengenai alokasi sumber daya yang dipakai suatu entitas dalam aktivitasnya guna mencapai tujuan. Akuntabilitas diyakini mampu mengubah kondisi pemerintahan yang tidak dapat memberikan pelayanan publik secara baik dan menuju suatu tatanan pemerintahan yang demokratis. Penyelenggaraan pemerintahan yang akuntabel akan mendapat dukungan dari publik. Ada kepercayaan masyarakat atas apa yang diselenggarakan oleh program yang berorientasi kepada publik.

Dinas PU Bina Marga adalah salah satu SKPD yang ada di Pemerintahan Provinsi Jawa Timur dengan tugas pokok dan fungsi dinas adalah menyelenggarakan pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur di bidang jalan dan jembatan yang dijabarkan dalam bentuk program/kegiatan yang ada di dinas. Untuk melaksanakan program/kegiatan tersebut diperlukan anggaran yang cukup besar sehingga hasil dari program/kegiatan tersebut dapat dinikmati masyarakat. Terwujudnya prasarana jalan dan jembatan yang baik merupakan salah satu kebutuhan yang vital bagi masyarakat. Terciptanya pembangunan dan pemeliharaan jalan dan jembatan sehingga dapat merata dan dinikmati oleh masyarakat tentu harus didukung oleh peran serta pemerintah dalam menyediakan anggaran yang memadai untuk membiayai program pembangunan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA & HIPOTESIS

Anggaran Berbasis Kinerja (X1)

Anggaran berbasis kinerja berorientasi kepada pendayagunaan dana yang tersedia untuk mencapai hasil yang optimal dari kegiatan yang dilaksanakan. Sistem penyusunan anggaran ini selain berdasarkan apa yang dibelanjakan, juga didasarkan kepada tujuan-tujuan atau rencana tertentu, dan untuk pelaksanaannya perlu didukung oleh suatu anggaran biaya yang cukup dan biaya yang dipakai tersebut harus dijalankan secara efektif dan efisien. Sehingga dalam sistem anggaran

berbasis kinerja ini bukan semata-mata berorientasi kepada berapa jumlah yang dikeluarkan, tetapi sudah dipikirkan terlebih dahulu mengenai rencana kegiatan, apa yang akan dicapai, proyek apa yang akan dikerjakan, dan bagaimana pengalokasian biaya agar digunakan secara efektif dan efisien (Wahdatul, Rahayu, Dillak, 2016).

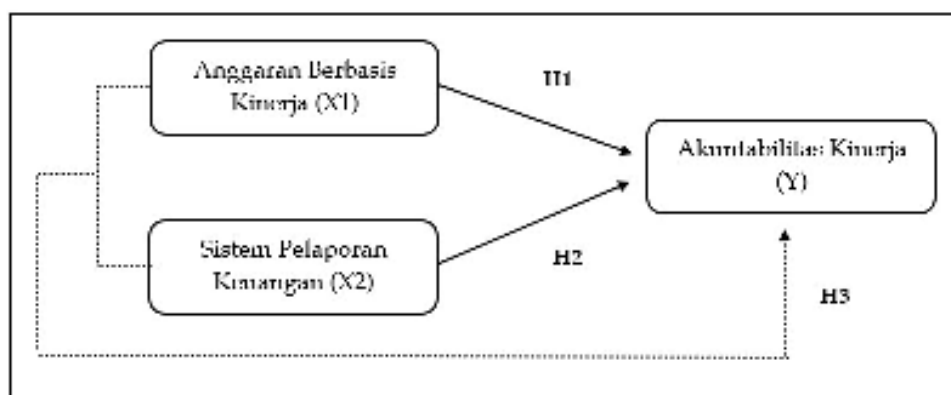
Anggaran berbasis kinerja merupakan metode penganggaran bagi Akuntansi untuk mengaitkan setiap biaya yang dituangkan dalam kegiatan-kegiatan dengan manfaat yang dihasilkan. Manfaat tersebut dideskripsikan pada seperangkat tujuan dan sasaran yang dituangkan dalam target kinerja pada setiap unit kerja. Anggaran berbasis kinerja yang efektif akan mengidentifikasi keterkaitan antara nilai uang dan hasil, serta dapat menjelaskan bagaimana keterkaitan tersebut dapat terjadi yang merupakan kunci pengelolaan program secara efektif. Jika terjadi perbedaan antara rencana dan realisasinya dengan output dan outcome untuk menentukan efektivitas dan efisiensi pelaksanaan program (Verasvera, 2016)."

Sistem Pelaporan Keuangan (X2)

Sistem pelaporan merupakan laporan yang digunakan untuk mempertanggungjawabkan dari bawahan kepada atasan. Sistem pelaporan yang baik diperlukan agar dapat memantau dan mengendalikan kinerja dalam mengimplementasikan anggaran yang telah diterapkan. Agar dapat memantau hasil kerja dan pertanggungjawaban diperlukan sebuah sistem pelaporan. Dalam laporan harus ditunjukkan hasil kerja pusat pertanggungjawaban beserta anggarannya, sehingga dapat diketahui penyimpangan terhadap anggaran. Agar bisa lebih manfaat dengan analisis tentang penyebab timbulnya penyimpangan. Dapat dikatakan bahwa sistem pelaporan akan mempengaruhi efektivitas dan efisiensi sistem pengendalian Akuntansi (Mulyadi, Syamsidar, Efendy, 2018)

Akuntansi dan laporan keuangan mengandung pengertian sebagai suatu proses pengumpulan dan pengelolaan informasi yang bermanfaat untuk pembuatan keputusan dan untuk menilai kinerja organisasi. Sistem merupakan kumpulan elemen-elemen baik yang berbentuk fisik maupun bukan fisik yang menunjukkan suatu kumpulan saling berhubungan diantaranya dan berinteraksi bersama-sama menuju satu atau lebih tujuan, sasaran atau akhir dari sistem. Sedangkan pelaporan keuangan meliputi aspek yang berkaitan dengan penyediaan dan penyampaian informasi keuangan (Amalia, 2017)

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Dengan gambar kerangka konseptual di atas, maka dapat ditarik kesimpulan hipotesis pada penelitian yang dilakukan yaitu :

1. H1 : Anggaran berbasis kinerja berpengaruh positif terhadap akuntabilitas kinerja.
2. H2 : Sistem pelaporan keuangan berpengaruh positif terhadap akuntabilitas kinerja.
3. H3 : Anggaran berbasis kinerja dan sistem pelaporan keuangan berpengaruh positif terhadap akuntabilitas kinerja.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Karyawan Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Provinsi Jawa Timur digunakan sebagai populasi dan sampel sebanyak 34 orang.

Teknik Pengambilan Sampel

.Pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling jenuh. Menurut sugiyono (2017:85) pengertian dari sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30, atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan kuisioner. Penyajian kuisioner berupa pernyataan/pertanyaan yang diperoleh dari indikator-indikator dari setiap variabel penelitian. Pengukuran kuisioner menggunakan skala likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1
Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Sig.	R-tabel	Ket.
Anggaran Berbasis Kinerja (X1)	X1_1	0,521	0,3	0,274	Valid
	X1_2	0,679	0,3	0,274	Valid
	X1_3	0,509	0,3	0,274	Valid
	X1_4	0,454	0,3	0,274	Valid
	X1_5	0,584	0,3	0,274	Valid
	X1_6	0,610	0,3	0,274	Valid
	X1_7	0,583	0,3	0,274	Valid

	X1_8	0,691	0,3	0,274	Valid
--	------	-------	-----	-------	-------

Uji validitas pada variabel Anggaran Berbasis Kinerja mendapatkan hasil R-hitung diatas 0,3 yang artinya semua pernyataan dinyatakan Valid.

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Sig,	R-tabel	Ket.
Sistem Pelaporan Keuangan (X2)	X2_1	0,350	0,3	0,274	Valid
	X2_2	0,477	0,3	0,274	Valid
	X2_3	0,301	0,3	0,274	Valid
	X2_4	0,385	0,3	0,274	Valid
	X2_5	0,608	0,3	0,274	Valid
	X2_6	0,568	0,3	0,274	Valid
	X2_7	0,465	0,3	0,274	Valid
	X2_8	0,478	0,3	0,274	Valid

Uji validitas pada variabel Sistem Pelaporan Keuangan mendapatkan hasil R-hitung diatas 0,3 yang artinya semua pernyataan dinyatakan Valid.

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Sig,	R-tabel	Ket.
Akuntabilitas Kinerja (Y)	Y_1	0,647	0,3	0,274	Valid
	Y_2	0,620	0,3	0,274	Valid
	Y_3	0,394	0,3	0,274	Valid
	Y_4	0,469	0,3	0,274	Valid
	Y_5	0,591	0,3	0,274	Valid
	Y_6	0,520	0,3	0,274	Valid
	Y_7	0,592	0,3	0,274	Valid

Uji validitas pada variabel Kinerja Karyawan mendapatkan hasil R-hitung diatas 0,3 yang artinya semua pernyataan dinyatakan Valid.

Tabel 4.2
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai	Nilai	Ket
----------	-------	-------	-----

	Cronbach Alpha	Kritis	
Anggaran Berbasis Kinerja (X1)	0,739	0,6	Reliabel
Sistem Pelaporan Keuangan (X2)	0,661	0,6	Reliabel
Akuntabilitas Kinerja (Y)	0,721	0,6	Reliabel

Uji Reliabilitas diatas, diperoleh nilai koefisien reliabilitas Cronbach alpha pada variable Anggaran Berbasis Kinerja (X1) sebesar 0,739, Sistem Pelaporan Keuangan (X2) sebesar 0,661, dan Akuntabilitas Kinerja (Y) sebesar 0,721. Dari semua variable hasil nilai Cronbach alpha lebih besar > 0,6. Dapat disimpulkan jika semua pertanyaan pada instrument yang digunakan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.3
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	34
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,058

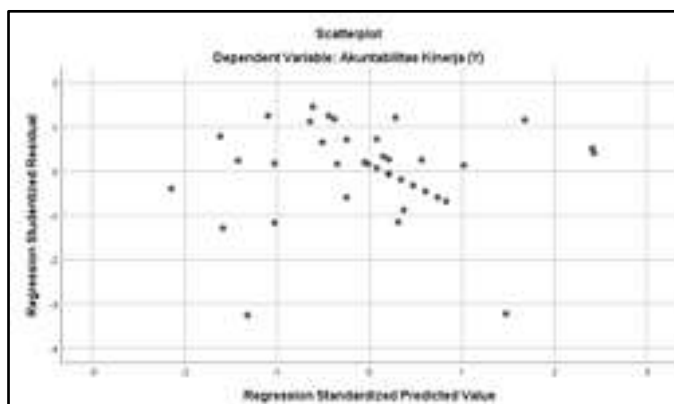
Nilai Asymp dapat ditemukan pada tabel 4.3 di atas. sebesar (0,058>0,05) dapat disimpulkan pada hasil tes diatas jika hasilnya memenuhi syarat sehingga data dapat dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 4.4
Uji Multikolineritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Anggaran Berbasis Kinerja (X1)	0,996	1,004
	Sistem Pelaporan Keuangan (X2)	0,996	1,004

Berdasarkan tabel 4.4 uji multikolineritas diatas diketahui bahwa nilai VIF untuk Anggaran Berbasis Kinerja (X1) sebesar 0,996 dan variable Sistem Pelaporan Keuangan (X2) sebesar 0,996. Masing – masing variable mempunyai nilai VIF kurang dari 10,00. Dapat disimpulkan jika regresi berganda terbebas dari gangguan Multikolineritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Scatterplot

Titik-titik pada sumbu 0 dan Y tersebar secara acak, membentuk pola yang ditunjukkan pada gambar di atas. Jika model regresi tidak terjadi, maka dapat disimpulkan. Heteroskedastisitas.

Tabel 4.5
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,839

Dari tabel 4.5 diketahui jika nilai Durbin-Watson sebesar 1,839. Sedangkan nilai d_u pada tabel 1,6000 dalam menentukan nilai dapat dilihat sebagai berikut :

$$D_u < d < 4 - d_u$$

$$1,5805 < 1,839 < 4 - 2,4195$$

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui nilai DW sebesar 1,839 lebih besar dari nilai d_u 1,6000 dan lebih kecil dari $4 - d_u$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Tabel. 4.6
Analisis Linier Regresi Berganda

Model		Unstandardized B	T	Sig.
1	(Constant)	4,836	0,719	0,478
	Anggaran Berbasis Kinerja (X1)	0,740	4,942	0,000
	Sistem Pelaporan Keuangan (X2)	0,115	0,734	0,468

a. Dependent Variabel : Akuntabilitas Kinerja

Untuk menurunkan persamaan regresi, kita dapat menggunakan nilai pada Tabel 4.6 untuk mendapatkan besaran konstanta dan koefisien regresi masing-masing variabel :

$$Y = 4,836 + 0,740X_1 + 0,115X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat di deskripsikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 4,836, artinya apabila variabel Anggaran Berbasis Kinerja (X1) dan Sistem Pelaporan Keuangan (X2), nilainya 0 maka nilai Akuntabilitas Kinerja (Y) sebesar 4,836.
2. Nilai koefisien Anggaran Berbasis Kinerja (X1) sebesar 0, 740, artinya bahwa setiap penambahan satu-satuan akan mengakibatkan meningkatnya nilai Akuntabilitas Kinerja (Y) sebesar 0, 740.
3. Nilai koefisien Sistem Pelaporan Keuangan (X2) sebesar 0, 115, artinya bahwa setiap penambahan satu-satuan akan mengakibatkan meningkatnya nilai Akuntabilitas Kinerja (Y) sebesar 0, 115.

Tabel 4.7

Uji-t

Model	t	Sig
Anggaran Berbasis Kinerja	4,942	0,000
Sistem Pelaporan Keuangan	0,734	0,468

Berdasarkan hasil tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Anggaran Berbasis Kinerja (X1) sebesar 4,942 dengan nilai signifikansi sebesar 0,030 sehingga ($0,000 < 0,05$) berpengaruh signifikan terhadap variabel Akuntabilitas Kinerja (Y), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima.
2. Variabel Sistem Pelaporan Keuangan (X2) sebesar 0,734 dengan nilai signifikansi sebesar 0,468 sehingga ($0,468 > 0,05$) maka tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Akuntabilitas Kinerja (Y), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ditolak.

. Tabel 4.8

Uji-F

Model	F	Sig.
1 Regression	12,295	0,000b

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F-hitung sebesar 12,295 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$). Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis diterima. Artinya Anggaran Berbasis Kinerja (X1) dan Sistem Pelaporan Keuangan (X2) berpengaruh simultan terhadap Akuntabilitas Kinerja (Y).

PENGARUH PENGARUH ANGGARAN BERBASIS KINERJA TERHADAP AKUNTABILITAS KINERJA

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Anggaran Berbasis Kinerja memiliki signifikansi ($0,000 < 0,05$) dalam hal ini membuktikan bahwa variabel Anggaran Berbasis Kinerja berpengaruh signifikan terhadap Akuntabilitas Kinerja dan juga ditunjukkan dari besarnya nilai 4,942 yang artinya semakin meningkatnya nilai Anggaran Berbasis Kinerja pada perhitungan maka semakin mempengaruhi Akuntabilitas Kinerja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rezeqiah, 2017) yang menunjukkan bahwa variabel Anggaran Berbasis Kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap Akuntabilitas Kinerja, hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial Anggaran Berbasis Kinerja berpengaruh signifikan terhadap Akuntabilitas Kinerja. Sesuai dengan teori Menurut (Wahdatul, Rahayu, Dillak, 2016) mengemukakan bahwa : “Anggaran berbasis kinerja merupakan teknik penganggaran dalam sektor publik yang disusun untuk mengatasi berbagai kelemahan yang terdapat dalam anggaran tradisional, khususnya kelemahan yang disebabkan oleh adanya tolak ukur yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja dalam pencapaian tujuan dan sasaran pelayanan publik.”

PENGARUH SISTEM PELAPORAN KEUANGAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Sistem Pelaporan Keuangan memiliki signifikansi $0,468 < 0,05$ dalam hal ini membuktikan bahwa variabel Sistem Pelaporan Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Akuntabilitas Kinerja dan juga ditunjukkan dari besarnya nilai 0,734 yang artinya semakin meningkatnya nilai Sistem Pelaporan Keuangan pada perhitungan maka semakin mempengaruhi Akuntabilitas Kinerja.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wahdatul dan Dillak, 2016) yang menunjukkan bahwa variabel Sistem Pelaporan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Akuntabilitas Kinerja, hal tersebut menunjukkan bahwa secara parsial Sistem Pelaporan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Akuntabilitas Kinerja. Sesuai dengan teori Menurut (Mulyadi, Syamsidar, Efendy, 2018) “Sistem pelaporan merupakan laporan yang digunakan untuk mempertanggung jawabkan dari bawahan kepada atasan. Sistem pelaporan yang baik diperlukan agar dapat memantau dan mengendalikan kinerja dalam mengimplementasikan anggaran yang telah diterapkan. Agar dapat memantau hasil kerja dan pertanggungjawaban diperlukan sebuah sistem pelaporan. Dalam laporan harus ditunjukkan hasil kerja pusat pertanggungjawaban beserta anggarannya, sehingga dapat diketahui penyimpangan terhadap anggaran. Agar bisa lebih manfaat

dengan analisis tentang penyebab timbulnya penyimpangan. Dapat dikatakan bahwa sistem pelaporan akan mempengaruhi efektivitas dan efisiensi sistem pengendalian Akuntansi.”

PENGARUH ANGGARAN BERBASIS KINERJA DAN SISTEM PELAPORAN KEUANGAN TERHADAP AKUNTABILITAS KINERJA

Hasil hasil penelitian variabel Anggaran Berbasis Kinerja (X1) dan Sistem Pelaporan Keuangan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Akuntabilitas Kinerja (Y). dapat dilihat pada hasil uji F diperoleh nilai f-hitung sebesar 18,324 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa karyawan pada Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Provinsi Jawa Timur akan mendapatkan peningkatan Akuntabilitas Kinerja karena faktor Anggaran Berbasis Kinerja dan Sistem Pelaporan Keuangan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu milik (Wahdatul dan Dillak, 2016) yang menyatakan jika Anggaran Berbasis Kinerja dan Sistem Pelaporan Keuangan berpengaruh secara simultan terhadap Akuntabilitas Kinerja. Sesuai dengan teori yang menyebutkan bahwa Akuntabilitas adalah kewajiban untuk memberikan pertanggungjawaban atau untuk menjawab dan menerangkan kinerja dan tindakan seseorang/badan/hukum/pimpinan kolektif suatu organisasi kepada pihak yang memiliki hak atau berkewenangan untuk menerima keterangan atau pertanggungjawaban. Akuntabilitas merupakan konsep yang lebih luas dari stewardship. Stewardship mengacu pada pengelolaan atas suatu aktivitas secara ekonomis dan efisien tanpa dibebani oleh kewajiban untuk melaporkan, sedangkan akuntabilitas mengacu pada pertanggungjawaban oleh seorang steward kepada pemberi tanggung jawab. Pelaporan ini merupakan wujud dari proses akuntabilitas kinerja, (Mulyadi, Syamsidar, Efendy, 2018).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh Anggaran Berbasis Kinerja dan Sistem Pelaporan Keuangan terhadap Akuntabilitas Kinerja Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Provinsi Jawa Timur dapat disimpulkan jika :

- a. Anggaran Berbasis Kinerja berpengaruh signifikan ($0,030 < 0,05$) terhadap Akuntabilitas Kinerja Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Provinsi Jawa Timur. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis data dapat diterima dan terbukti kebenarannya.
- b. Sistem Pelaporan Keuangan berpengaruh signifikan ($0,468 < 0,05$) terhadap Akuntabilitas Kinerja Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Provinsi Jawa Timur. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis data ditolak.
- c. Anggaran Berbasis Kinerja dan Sistem Pelaporan Keuangan berpengaruh secara simultan terhadap Akuntabilitas Kinerja Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Provinsi Jawa Timur. Hal

tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, sehingga hipotesis data dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

IMPLIKASI

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan Perusahaan Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Provinsi Jawa Timur dalam melihat sudut pandang lain. Peneliti juga berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti dimasa depan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini terdapat penggabungan variabel independent dan dependen yang sebelumnya belum pernah terjadi. Peneliti sedikit kesusahan dalam mencari refrensi penelitian terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, Kuncoro, Abdul Hakim, & Mochammad Makmur. (2019). Proses Perencanaan Anggaran Berbasis Kinerja Pada Politeknik Pembangunan Pertanian Malang. *Jurnal Profit*, 13(1), 47-62.
- Hermanto, Cahya Budi. (2020). Pengaruh Perencanaan, Pelaksanaan, Monitoring, dan Evaluasi, dan Pertanggungjawaban Anggaran dengan Implementasi Anggaran berbasis Kinerja terhadap Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (Survey di Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. *Jurnal Akrab Juara*, 5(3), 40–56.
- Kertiani, Ni Made, Ni Putu Ayu Kusumawati, & Putu Cita Ayu. (2020). Pengaruh Anggaran Berbasis Kinerja dan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah Pada Kantor Dinas Pemeirntah Kabupaten Badung. *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 204–222.
- Nuraini, Fadhillah, Kiagus Andi, Yunia Amelia, & Fitria Dharma. (2019). Perbandingan Kinerja Keuangan Pemerintah Propinsi di Indonesia (Studi pada Provinsi di Jawa dan di Sumatera). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 24(1), 23-35.
- Rezeqiah, Ana Muchlisa. (2017). Pengaruh Anggaran berbasis Kinerja terhadap Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (Studi Kasus pada Badan Perencana Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Selatan). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammdiyah Palembang: Palembang.
- Verasvera, Febrina Astria. (2016). Pengaruh Anggaran berbasis Kinerja terhadap Kinerja Aparatur Pemerintah Daerah (Studi Kasus pada Dinas Sosial Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 15(2), 137–162.
- Wahdatul, Laura, Sri Rahayu, Vaya Juliana Dillak. (2016). Pengaruh Anggaran berbasis Kinerja dan Sistem Pelaporan Keuangan terhadap Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1560–1565.

Yuliani, Nur Laila & Barkah Susanto. (2016). Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah dan Penerapan Anggaran berbasis Kinerja terhadap Akuntabilitas Publik. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*, 301–312.

Yuniarti, Rina. (2005). Pengaruh Sistem Akuntansi Pemerintah dan Sistem Pelaporan terhadap Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review*, 39-50.

Pengaruh Motivasi Kerja, Masa Kerja Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Delamibrands Kharisma Busana Surabaya Tunjungan Plaza Surabaya

Reza Rositaningsih¹, Moch. Munir Rachman²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya¹,

Email : robertmun94@gmail.com²

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kinerja karyawan PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya dipengaruhi oleh motivasi kerja, masa kerja, dan kompetensi. Penelitian semacam ini dapat diukur. Survei dengan skala likert merupakan alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. 53 karyawan dijadikan sampel penelitian. Sampel jenuh adalah metode pengambilan sampel yang digunakan. Regresi linier berganda telah digunakan sebagai teknik analisis. Temuan menunjukkan bahwa kinerja karyawan di PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya secara signifikan dipengaruhi oleh motivasi kerja, masa kerja, dan kompetensi secara parsial dan simultan.

Kata Kunci : Motivasi Kerja, Masa Kerja, Kompetensi, Kinerja Karyawan

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how the performance of employees of PT. Delamibrands Kharisma Clothing Tunjungan Plaza Surabaya is influenced by work motivation, years of service, and competence. This kind of research is scalable. A survey with a Likert scale is a research tool used in this study. 53 employees were used as research samples. Saturated sample is the sampling method used. Multiple linear regression has been used as an analytical technique. The findings show that the performance of employees at PT. Delamibrands Kharisma Clothing Tunjungan Plaza Surabaya is significantly influenced by work motivation, years of service, and competence partially and simultaneously.

Keywords: *Work Motivation, years of service, Competence, Employee Performance*

1. PENDAHULUAN

Di era global SDM dituntut untuk bersaing dalam meningkatkan kualitas, karena peran penting SDM diminta memenuhi tujuan perusahaan terutama dalam meningkatkan hasil kerja yang mereka lakukan. Keberhasilan bisnis selalu menjadi prioritas utama. Kinerja seorang karyawan adalah keluaran (dalam kualitas atau kuantitas) dari pekerjaan yang dia hasilkan selama melakukan tugas yang diberikan, klaim Mangkunegara (2017:67).

Fenomena yang terjadi khususnya kinerja karyawan tidak ada hentinya menjadi topik pembicaraan dalam perusahaan. Kinerja merupakan pendukung utama dalam pencapaian tujuan perusahaan, sebagaimana permasalahan yang terjadi pada PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya yang selama ini ditunjukkan hasil kerja karyawan tidak stabil. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan diantaranya motivasi, masa kerja, dan kompetensi.

Motivasi merupakan salah satu aspek yang sering dikaitkan dengan keberhasilan kerja. Motivasi kadang-kadang dipersepsikan sebagai pengarah tingkah laku seseorang saat melakukan suatu tugas karena motivasi kerja merupakan penopang seseorang untuk melakukan suatu kegiatan tertentu. (Sutrisno, 2016). Adapun hasil penelitian Sujarwo (2017) bahwa kinerja dipengaruhi oleh tinggi rendahnya motivasi kerja karyawan, Namun, temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian Dhermawan, dkk. (2012), yang menemukan bahwa motivasi kerja karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja.

Masalah kinerja juga mencakup masa kerja. Menurut Rusdiansyah (2014), masa kerja adalah periode waktu di mana seorang karyawan mencurahkan waktu dan energinya untuk bisnis tertentu, yang menghasilkan enkapsulasi dari berbagai aktivitas manusia. Keahlian karyawan lebih menguntungkan bisnis dengan memungkinkannya menciptakan pekerjaan berkualitas lebih tinggi. Hal ini dikuatkan oleh penelitian Eva (2012) yang menemukan bahwa masa kerja karyawan memiliki pengaruh terbesar terhadap kinerja mereka.

Selain masa kerja, variabel lain, yaitu kompetensi, yang sangat penting untuk meningkatkan kinerja karyawan harus dipertimbangkan saat memperluas pekerjaan bisnis. Kompetensi, menurut Edison dkk. (2017) adalah kapasitas seseorang untuk melakukan tugas dengan benar dan memiliki manfaat berdasarkan masalah yang berkaitan dengan informasi, kemampuan, dan disposisi. Menurut temuan studi Saputra & Mulia (2020), kemampuan secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi kinerja seseorang. Temuan penelitian Arma, dkk. (2017) bagaimanapun, menunjukkan bahwa keberhasilan tidak secara signifikan dipengaruhi oleh kemampuan. Untuk mendapatkan temuan yang akurat mengenai hubungan antara kemampuan dan kesuksesan kerja, para sarjana harus melihat lebih jauh perbedaan antara hasil penelitian ini.

PT. Delamibrands Kharisma Busana, menyediakan pakaian modis dengan kualitas prima dan harga terjangkau sejalan dengan evolusi mode. Barang-barang pakaian eceran seperti blus, celana panjang, mantel, sepatu, aksesoris, dan pakaian lainnya termasuk di antara keluarannya. Beberapa barang dijual secara lokal, sementara yang lain dikirim. Barang-barang yang dipromosikan secara lokal dijual di Indonesia di toko manufaktur yang dijalankan oleh PT. Delamibrands Kharisma Busana. Selain itu, toko retail besar di Indonesia seperti Matahari, SOGO, SEIBU, dan lainnya menawarkan PT. Barang Delamibrands Kharisma Busana.

Menurut studi di PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya. Karyawan yang memiliki motivasi tinggi tentu akan bersemangat dalam menyelesaikan pekerjaannya. Selain itu, masa kerja merupakan faktor penentu dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan karena semakin lama seorang pekerja dipekerjakan, semakin kecil kemungkinan mereka akan pergi, yang pada akhirnya mendorong kontribusi positif. Kompetensi merupakan elemen krusial yang harus diperhatikan oleh dunia usaha karena pekerja dengan tingkat kompetensi yang tinggi niscaya akan mampu menciptakan karya yang berkualitas pula. Setiap bisnis akan berusaha untuk meningkatkan efisiensi karyawan dalam mengantisipasi bahwa tujuannya akan tercapai.

2. TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Hubungan Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan

Menurut Sedarmayanti (2017:154), motivasi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk bertindak atau tidak dan dapat bersifat baik atau buruk baik lahir maupun batin. Motivasi kerja menghasilkan gairah atau motivasi untuk pekerjaan seseorang. Manoppo, R. (2015), motivasi adalah faktor yang membuat kepuasan dorongan manusia untuk berusaha memenuhi kepuasan yang terjadi dalam diri manusia. Indikator menurut Manoppo, R (2015) Prestasi yang diraih, pengakuan orang lain, Tanggung Jawab, kemungkinan pengembangan. Sebagaimana pembahasan teori tersebut maka pengembangan hubungan motivasi kerja dengan kinerja karyawan yaitu motivasi memiliki peranan motivasi memiliki

peranan yang sangat signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan, hal ini didasarkan pada hasil penelitian Henidatiatin dan Susijawati (2017), yang menyimpulkan bahwa variabel motivasi merupakan faktor yang memberikan pengaruh secara nyata terhadap peningkatan pekerjaan. Garnasih (2017), melakukan penelitian dengan judul “Motivasi *Expectacy Theory* dan Produktivitas Penelitian” menyimpulkan bahwa motivasi intrinsik maupun ekstrinsik mampu memacu kinerja maupun produktivitas penelitian. Motivasi ekstrinsik memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan motivasi intrinsik. Demikian dapat diajukan suatu hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

2. Hubungan Masa Kerja dan Kinerja Karyawan

Melati (2013: 47) mendefinisikan pekerjaan sebagai jangka waktu antara hari pertama Anda mulai bekerja dan hari terakhir Anda berhenti. Lamanya masa kerja (perpanjangan waktu kerja), menurut Balai Pustaka Kemendikbud (2013), merupakan pengalaman pribadi yang akan mempengaruhi peningkatan karir dan status. Menurut Balai Pustaka Kemendikbud (2013), lama magang atau masa percobaan dan jumlah tenaga kerja. Sebagaimana pembahasan teori tersebut maka pengembangan korelasi antara masa kerja dengan kinerja karyawan terjadi karena evaluasi mengenai kinerja seorang karyawan terutama dalam bekerja secara tim dan membentuk strategi bisa mengacu pada masa kerja. Selain itu, acuan tersebut juga bisa mengevaluasi sejauh mana kapabilitas karyawan membuat fleksibilitas perusahaan semakin unggul dan peka terhadap banyak peluang di masa mendatang. Temuan penelitian berkaitan hal ini didapatkan Eva (2012) dengan penjelasan bahwa masa kerja sangat mendominasi penciptaan kinerja karyawan dan hasil pengujian parsial telah memberikan bukti adanya pengaruh yang signifikan antara masa kerja atas penentuan kinerja karyawan, sehingga mendasari terbentuknya hipotesis pertama yakni:

H₁ : Pengaruh Masa Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

3. Hubungan Kompetensi dan Kinerja Karyawan

Kompetensi, sebagaimana dijelaskan oleh Saputra & Mulia (2020), identik dengan ukuran kinerja yang lebih unggul, memiliki sifat konsistensi yang bagus, dan mengacu pada efektifitas daripada melakukan pekerjaan dengan kinerja yang standar atau bahkan masih belum bisa dikatakan berkompeten. Kompetensi, seperti yang didefinisikan oleh Edison dkk. (2017), terdiri dari pengetahuan, keterampilan, dan disposisi yang memungkinkan seseorang menyelesaikan tugas dengan sukses sambil menuai manfaat dari melakukannya. Wibowo (2016) indikator pemahaman, kinerja, dan karakter. Sebagaimana pembahasan teori tersebut maka pengembangan hubungan kompetensi dengan kinerja karyawan menurut Djaya (2021) adalah kompetensi dianggap sebagai kapabilitas karyawan ketika melaksanakan tugasnya dalam bekerja dengan memanfaatkan dengan penuh *skill* serta wawasan miliknya, ditambah adanya sikap yang kompeten. Temuan tersebut menguatkan hasil yang didapat Pramukti (2019) yaitu adanya interaksi yang sifatnya positif walau tidak signifikan antara kompetensi atas terjadinya kinerja karyawan yang meningkat. Setiap karyawan memiliki kapabilitas dalam memenuhi tugas pekerjaannya secara tepat, namun jika dia mengerjakannya dengan menonjolkan keunggulannya dalam hal *skill*, wawasan, dan sikap, maka ia disebut berkompeten. Setiawan dkk, (2017) melakukan penelitian pada PT. Batik Trusmi Cirebon dan menyimpulkan hasil penelitiannya bahwa ditemukan kontribusi besar dari kompetensi untuk menjadikan kinerja karyawan semakin unggul. Demikian dapat diajukan suatu hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Pengaruh Masa Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

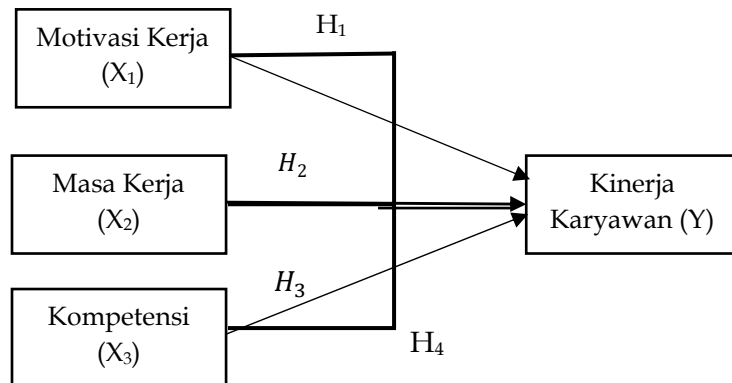
4. Kinerja Karyawan

Pemahaman tentang kinerja karyawan jika mengacu pada pendapat Mangkunegara (2017), adalah bentuk hasil dari upaya seorang karyawan untuk memenuhi kewajiban pekerjaannya secara tepat waktu dan berkualitas tinggi. Inilah yang diklaim Armstrong (2016: 248) bahwa yang dimaksud dengan kinerja memiliki

kaitannya dengan sikap ataupun hasil dari sikap itu sendiri, sehingga terwujudnya kinerja yang semula sifatnya abstrak menjadi tindakan nyata. Bisa dipahami bahwa Armstrong menganggap kinerja tidak sebatas pada hasil tapi juga bagaimana proses yang terjadi dalam pikiran serta jiwa karyawan untuk menyelesaikan tugas. Kualitas, jumlah, kecepatan, kemandirian, dan kebebasan kerja, menurut Robbins (2016: 260), adalah indikatornya.

3. KERANGKA KONSEPTUAL

Latar belakang yang sudah dijelaskan sehingga membawa pada suatu rumusan masalah, menjadi landasan terbentuknya kerangka konseptual berikut:



4. METODE PENELITIAN

Untuk mengevaluasi dan mendukung temuan penelitian menyangkut pengaruh faktor motivasi kerja, masa kerja, dan kompetensi atas kinerja karyawan, maka dipilih kuantitatif. 53 pekerja dari PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya menjadi populasi penelitian ini. Sampel lengkap digunakan dalam metode pengambilan sampel penelitian. Pengujian instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis adalah proses pengujian ketika data yang didapat memasuki tahap analisa.

5. HASIL

5.1 Uji Instrumen

a) Uji Validitas

1. Variabel Motivasi Kerja X₁

- 1) Pengujian validitas memberikan hasil bahwa untuk variabel motivasi kerja pada indikator tanggung jawab terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.682, item 2 = 0.708, item 3 = 0.462 dan item 4 = 0.561. Setiap pernyataan memiliki hasil item dengan signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.
- 2) Pengujian validitas memberikan hasil bahwa untuk variabel motivasi kerja pada indikator prestasi yang diperoleh terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.506, item 2 = 0.710, item 3 = 0.786 dan item 4 = 0.584. Setiap pernyataan memiliki hasil item dengan signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.
- 3) Pengujian validitas memberikan hasil bahwa untuk variabel motivasi kerja pada indikator pengakuan dari oranglain terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.506, item 2 = 0.710, item 3 =

0.786 dan item 4 = 0.584. Setiap pernyataan memiliki hasil item dengan signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.

- 4) Pengujian validitas memberikan hasil bahwa untuk variabel motivasi kerja pada indikator kemungkinan pengembangan terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.712, item 2= 0.828, item 3 = 0.742 dan item 4 = 0.750. Setiap pernyataan memiliki hasil item dengan signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.

2. Variabel Masa Kerja X_2

- 1) Hasil uji validitas pada variabel masa kerja pada indikator lama waktu percobaan atau magang terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.576, item 2 = 0.430, item 3 = 0.541 dan item 4 = 0.572. Seluruh item setiap pernyataan memiliki signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.
- 2) Hasil uji validitas pada variabel masa kerja pada indikator lama bekerja terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.742, item 2 = 0.761, item 3 = 0.843 dan item 4 = 0.727. Seluruh item setiap pernyataan memiliki signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.

3. Variabel Kompetensi X_3

- 1) Hasil uji validitas pada variabel kompetensi pada indikator pengetahuan terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.585, item 2 = 0.657, item 3 = 0.724 dan item 4 = 0.613. Seluruh item setiap pernyataan memiliki signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.
- 2) Hasil uji validitas pada variabel kompetensi pada indikator keterampilan terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.737, item 2 = 0.838, item 3 = 0.593 dan item 4 = 0.757. Seluruh item setiap pernyataan memiliki signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.
- 3) Hasil uji validitas pada variabel kompetensi pada indikator perilaku terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.731, item 2 = 0.710, item 3 = 0.767 dan item 4 = 0.823. Seluruh item setiap pernyataan memiliki signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.

4. Variabel Kinerja Karyawan (Y)

- 1) Hasil uji validitas pada variabel kinerja karyawan pada indikator kualitas kerja terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.742, item 2 = 0.761, item 3 = 0.843 dan item 4 = 0.727. Seluruh item setiap pernyataan memiliki signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.
- 2) Hasil uji validitas pada variabel kinerja karyawan pada indikator kuantitas terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.737, item 2 = 0.838, item 3 = 0.593 dan item 4 = 0.757. Seluruh item setiap pernyataan memiliki signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.
- 3) Hasil uji validitas pada variabel kinerja karyawan pada indikator ketepatan waktu terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.585, item 2 = 0.657, item 3 = 0.724 dan item 4 = 0.613. Seluruh item setiap pernyataan memiliki signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.
- 4) Hasil uji validitas pada variabel kinerja karyawan pada indikator efektivitas terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.686, item 2 = 0.770, item 3 = 0.629 dan item 4 = 0.605. Seluruh item setiap pernyataan memiliki signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.
- 5) Hasil uji validitas pada variabel kinerja karyawan pada indikator kemandirian terdapat 4 item dengan hasil item 1 = 0.603, item 2 = 0.531, item 3 = 0.764 dan item 4 = 0.519. Seluruh item setiap pernyataan memiliki signifikan diatas 0,3. Sehingga hasil yang telah diuji dikatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

1) Variabel Motivasi Kerja X_1

Hasil uji reliabilitas X_1 pada indikator tanggung jawab sebesar 0.791, indikator prestasi yang diraih sebesar 0.820, indikator pengakuan dari orang lain sebesar 0.820, dan

indikator kemungkinan pengembangan sebesar 0.884. Seluruh indikator mempunyai taraf koefisien reliabilitas *cronbach alpha* melampaui 0.6, yang bermakna sudah reliabel.

2) Variabel Masa Kerja X_2

Hasil uji reliabilitas X_2 pada indikator lamanya waktu percobaan dan magang sebesar 0.735, dan indikator lamanya bekerja sebesar 0.894. Seluruh indikator mempunyai taraf koefisien reliabilitas *cronbach alpha* melampaui 0.6, yang bermakna sudah reliabel.

3) Variabel Kompetensi X_3

Hasil uji reliabilitas variabel X_3 pada indikator pengetahuan sebesar 0.818, indikator keterampilan sebesar 0.873, dan indikator perilaku sebesar 0.882. Seluruh indikator mempunyai taraf koefisien reliabilitas *cronbach alpha* melampaui 0.6, yang bermakna sudah reliabel.

4) Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Hasil uji reliabilitas variabel Y pada indikator kualitas kerja sebesar 0.894, indikator kuantitas sebesar 0.873, indikator ketepatan waktu sebesar 0.818, dan indikator efektivitas sebesar 0.834, dan indikator kemandirian sebesar 0.788. Seluruh indikator mempunyai taraf koefisien reliabilitas *cronbach alpha* melampaui 0.6, yang bermakna sudah reliabel.

5.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Dengan menggunakan uji Kolmogrow-Smirnov, uji normalitas menentukan ada atau tidaknya faktor-faktor yang mempengaruhi atau sisa dalam model regresi berdistribusi normal. Residual distribusi normal memiliki nilai substansial $> 0,05$. Jika hasil nilai Asymp.Sig (2-tailed), yang sesuai dengan 0,200, kami menyimpulkan bahwa data biasanya tersebar.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas akan memberikan informasi keberadaan korelasi yang terjadi antara keseluruhan variabel X yang ada, mengacu pada *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Diketahui bahwa nilai VIF $X_1 = 8.321$, $X_2 = 5.051$, dan $X_3 = 6.163$ yang masing-masing menunjukkan angka < 10 , berarti telah terbukti bahwa seluruh variabel X yang digunakan terbebas dari multikolinieritas

3) Uji Heteroskedastisitas

Proses pengujian heteroskedastisitas dilakukan supaya didapatkan bukti bahwa tidak termuat kesamaan *variance* residual antar pengamatan dalam suatu model regresi. Pengujian ini menggunakan uji glejser dengan hasil $X_1 = 0.548$ $X_2 = 0.086$ dan $X_3 = 0.059$ dimana nilai signifikansi < 0.05 yang artinya telah bebas unsur heteroskedastisitas

4) Uji Autokorelasi

Proses pengujian autokorelasi akan memberikan bukti bahwa dalam suatu model regresi yang terbentuk termuat atau tidak adanya korelasi antara kesalahan pengganggu antar periode t. Syarat lolos uji ini mengacu pada kriteria Durbin-Watson yaitu $du < d < 4 - du$. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai d dengan jumlah responden 53 yaitu 1.958 lalu nilai $dl = 1.440$ dan nilai $du = 1.678$ sedangkan nilai $4-du = 2.372$ yang bermakna telah terbukti model tidak memiliki gangguan atau tidak terjadi autokorelasi.

5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2.423	3.729
Motivasi Kerja (X_1)	.346	.137
Masa Kerja (X_2)	.624	.214
Kompetensi (X_3)	.712	.122

Sumber : Lampiran Output SPSS Data Diolah 2023

Mengacu pada hasil yang ada, maka terbentuk persamaan regresi berikut:

$$Y = 2.423 + 0.346X_1 + 0.624 X_2 + 0.712 X_3 + 0.254$$

Penjelasan dari persamaan yang terbentuk tersebut, yaitu:

1. Nilai *constant* = 2.423 artinya jika seluruh variabel X yang dihadirkan mendapat nilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel Y = 2.423
2. Nilai koefisien (X_1)= 0.346 mempunyai pengaruh positif terhadap (Y), sehingga ketika ada kenaikan X_1 per satuan, maka akan diiringi kenaikan (Y) hingga 0.346 dengan anggapan seluruh variabel X lainnya tetap.
3. Nilai koefisien (X_2) =0.624 mempunyai pengaruh positif terhadap (Y). sehingga ketika ada kenaikan X_2 per satuan, maka akan diiringi kenaikan (Y) hingga 0.624 dengan anggapan seluruh variabel X lainnya tetap.
4. Nilai koefisien variabel (X_3) = 0.712 mempunyai pengaruh positif terhadap (Y). sehingga ketika ada kenaikan X_3 per satuan, maka akan diiringi kenaikan (Y) hingga 0.712 dengan anggapan seluruh variabel X lainnya tetap.
5. Penyimpangan variabel motivasi kerja, masa kerja, dan kompetensi memiliki nilai sebesar 0.254 sehingga semakin kecil nilai penyimpangan maka semakin valid untuk hubungan ketiga variabel terhadap variabel Y. Dengan anggapan seluruh variabel X lainnya tetap.

5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian menghasilkan adanya nilai R yaitu 0.938 adanya hubungan kuat berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, perolehan nilai *Adjusted R Squared* 0.935 menunjukkan ketiga variabel X yang dihadirkan membawa pengaruh sebesar 99,06% atas perubahan variabel Y yang sisanya 0.9% mendapat pengaruh variabel X lain yang tidak dihadirkan.

5.5 Uji hipotesis

1. Uji t

1. Variabel Motivasi Kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya, dengan ditunjukkannya dari besarnya nilai t hitung $2.525 > 1.674$ dengan taraf $0,015 \leq 0.05$. Maknanya, variabel tersebut telah berkontribusi atas pencapaian kinerja karyawan PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya dan hasil pengujiannya mengatakan H_1 diterima
2. Variabel Masa Kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya, dengan ditunjukkannya dari besarnya nilai t hitung $2.915 > 1.674$ dengan taraf $0,005 \leq 0.05$. Maknanya, variabel tersebut telah berkontribusi atas

pencapaian kinerja karyawan PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya dan hasil pengujiannya mengatakan H_1 diterima

3. Variabel Kompetensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya, dengan ditunjukkannya dari besarnya nilai t hitung $5.851 > 1.674$ dengan taraf $0,000 \leq 0.05$. Maknanya, variabel tersebut telah berkontribusi atas pencapaian kinerja karyawan PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya dan hasil pengujiannya mengatakan H_1 diterima.

2. Uji F

Diperoleh analisis bahwa seluruh variabel X yang dihadirkan yang diuji simultan terhadap Kinerja Karyawan (Y) pada PT. Delamibrands Kharisma Busana Tunjungan Plaza Surabaya. Ditunjukkan dengan taraf $0.000 < 0,05$. Sedangkan hasil uji F hitungnya $248.833 > 2.7791$ jadi hasil pengujian yang membuktikan bahwa motivasi kerja, masa kerja dan kompetensi bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan dinyatakan diterima.

6. PEMBAHASAN

1. Produktivitas kerja dipengaruhi oleh faktor-faktor yang diidentifikasi dalam kajian faktor-faktor yang menginspirasi pekerja untuk melakukan yang terbaik. Karyawan pada usia itu cenderung sangat termotivasi dalam pekerjaan mereka, berusaha mengambil inisiatif, dan mencari cara untuk memperbaiki status quo. Jadi, ketika para pekerja terinspirasi untuk melakukan yang terbaik, mereka lebih mampu memanfaatkan rasa hormat yang diberikan pemimpin mereka kepada mereka, sehingga meningkatkan hasil dan kualitas upaya mereka. Temuan tersebut mendukung teori yang dikemukakan oleh (Sutrisno, 2016) bahwa motivasi kerja merupakan salah satu faktor yang memotivasi seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian Sujarwo (2017), Sukmawati (2017), Anjani (2019), Ratulangi dan Soegoto (2016), dan Djaya (2021), antara lain bahwa kinerja karyawan meningkat ketika mereka terinspirasi untuk melakukan pekerjaan mereka. terbaik di tempat kerja.
2. Produktivitas seorang karyawan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang ditemukan dalam studi masa kerja mereka. Tingkat keahlian seseorang dalam pekerjaan sering berkorelasi dengan berapa lama mereka telah bekerja. Dengan kata lain, memaksimalkan efektivitas waktu yang dihabiskan pekerja akan meningkatkan produktivitas. Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Rusdiansyah, 2014), penelitian ini menemukan bahwa semakin lama seorang karyawan bertahan pada bisnis yang sama, semakin banyak aktivitas manusia yang terserap oleh perusahaan. Konsisten dengan temuan ini, penelitian menemukan bahwa masa kerja karyawan memiliki dampak positif dan substansial terhadap kinerja mereka (Eva, 2012; Purnomo & Suhendra, 2020; Kereh et al, 2018; Ardinian & Ernawati, 2022; Pratama dkk, 2016).
3. Output karyawan dipengaruhi oleh temuan analisis variabel kompetensi. Karena operasional perusahaan tidak membutuhkan pemikir (lulusan), sebagian besar pekerjaanya hanya memiliki ijazah SMA atau sederajat dari sekolah menengah teknologi. Ini berarti bahwa para pekerja mampu menyelesaikan tugas yang diberikan kepada mereka, menggunakan pengetahuan dan keahlian yang mereka peroleh untuk memberikan hasil berkualitas tinggi secara konsisten. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Edison et al. (2017) yang mengatakan bahwa kompetensi adalah kemampuan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan dengan baik dan memiliki manfaat berdasarkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Pada saat itu, hasil menunjukkan bahwa ini benar. riset. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh (Saputra & Mulia, 2020); (Kereh et al, 2018); (Sukmawati, 2017); (Anjani, 2019); (Ratulangi & Soegoto, 2016); (Syahputra & Tanjung, 2020); (Nurhayati, 2017); (Djaya, 2021) bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja seseorang.

4. Penelitian ini menunjukkan bahwa uji F adalah alat yang berguna untuk menilai kesuksesan karyawan bersama dengan ukuran motivasi, pengalaman, dan keterampilan. Data yang dikumpulkan memberikan dukungan yang kuat untuk menerima dan memvalidasi hipotesis. Hal ini mengandung arti bahwa pada PT. Delamibrands Kharisma Clothing Tunjungan Plaza Surabaya, X₁, X₂, dan X₃ semuanya memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan (Y).

SIMPULAN

Perolehan hasil penelitian dapat disimpulkan yakni :

1. Produktivitas karyawan di PT. Delamibrands Kharisma Clothing Tunjungan Plaza Surabaya naik secara nyata dan positif ketika mereka merasa terinspirasi untuk melakukan pekerjaan terbaik mereka. Hasil uji positif menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dan dibuktikan.
2. Keluaran karyawan di PT. Delamibrands Kharisma Clothing Tunjungan Plaza Surabaya meningkat secara nyata dan positif seiring bertambahnya jam kerja. Hasil uji positif menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dan dibuktikan.
3. Kinerja karyawan di PT. Delamibrands Kharisma Clothing Tunjungan Plaza Surabaya meningkat secara nyata dan positif ketika pekerja kompeten dalam perannya. Hasil uji positif menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dan dibuktikan.
4. Keberhasilan karyawan di PT. Delamibrands Kharisma Clothing Tunjungan Plaza Surabaya dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh motivasi kerja, masa kerja, dan kompetensi pekerja. Hasil uji positif menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima dan dibuktikan.

IMPLIKASI

Penelitian ini mengimplikasikan bagaimana kinerja karyawan yang dapat dilihat dari motivasi kerja, masa kerja, dan kompetensi. Sehingga setiap karyawan merasakan kesesuaian yang diharapkan sehingga memberikan dampak besar bagi perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Faktor independen di PT. Delamibrands Kharisma Clothing Tunjungan Plaza Surabaya mengkaji motivasi karyawan, masa kerja dengan perusahaan, dan tingkat keterampilan. dan variabel dependen tunggal, output karyawan. Lima puluh tiga karyawan PT. Delamibrands Kharisma Clothing di Tunjungan Plaza Surabaya digunakan sebagai subjek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, A. (2019). Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1.
- Ardiani, F., & Ernawati, S. (2022). PENGARUH MASA KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA (TELKOM) PERSERO BIMA. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(2), 421-428.

- Arisanti, Kartika Dwi, Ariadi Santoso, and Siti Wahyuni. "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Nganjuk." JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi 2.1 (2019): 101-118.
- Bahri, S., & Nisa, Y. C. (2017). Pengaruh Pengembangan Karir dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 18(1),9-15.
- Bangun, Wilson. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Busro, Muhammad. 2018. Teori – Teori Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan Pertama. Jakarta. Prenadamedia Group.
- Dhermawan, A. A. N. B., Sudibya, I. G. A., & Utama, I. W. M. (2012). Pengaruh motivasi, lingkungan kerja, kompetensi, dan kompensasi terhadap kepuasan kerja dan kinerja pegawai di lingkungan kantor Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Bali. Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan.
- Djaya, S. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Di Moderasi Kompensasi. Buletin Studi Ekonomi, 26(1), 72.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu S.P.2016. Mnaajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. Bumi Aksara.
- Husein, Umar. 2019. Metode Riset Manajemen Perusahaan. Cetakan Pertama. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Indrasari, Methiana. 2017. Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan. Yogyakarta. Indomedia Pustaka.
- John W Creswell. 2017. Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Juni Priansa Donni. 2017. Manajemen Kinerja Pegawai Dalam Pengelolaan SDM Perusahaan. Cetakan ke-1. Bandung. Pustaka Setia.
- Kereh, E. M., Lengkong, V. P., & Rumokoy, F. S. (2018). PENGARUH MASA KERJA, PENGALAMAN KERJA, PENDIDIKAN, PELATIHAN DAN KOMPETENSI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. PLN (Persero) AREA MANADO. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 6(4).
- Manoppo, R. (2015). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja dan Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Pada Tvri Sulawesi Utara. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.
- Purnomo, E., & Suhendra, E. S. (2020). Analisis masa kerja dan promosi terhadap kinerja karyawan BPJS Ketenagakerjaan. Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, 5(1), 32-43.
- Pratama, Muhammad Tians, M. Oktaviannur, and Hendri Dunan. "Pengaruh Insentif, Masa Kerja dan Pembagian Tugas Terhadap Kinerja Tenaga Pemasar Pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Pringsewu." VISIONIST 5.1 (2021).
- Rahman, Fatmawati A., et al. "Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja dan Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan PT. Telkom Witel Makassar." YUME: Journal of Management 5.2 (2022): 39-46.

Ratulangi, R. S., & Soegoto, A. S. (2016). Pengaruh pengalaman kerja, kompetensi, motivasi terhadap kinerja karyawan (Studi pada PT. Hasjrat Abadi Tendeand Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(3).

Rosmaini, Rosmaini, and Hasrudy Tanjung. "Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 2.1 (2019): 1-15.

Sedarmayanti. 2017. *Perencanaan dan Pengembangan SDM untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja dan Produktivitas Kerja*. Bandung. Reflika Aditama.

Sugito, S., Suyitno, Y., & Kuntoro, K. (2019). Pengaruh Masa Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Guru Sekolah Dasar di Desa Samudra dan Samudra Kulon. *Dinamika Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(1), 1-18.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Syahputra, M. D., & Tanjung, H. (2020). Pengaruh Kompetensi, Pelatihan Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 283-295