



Unipa Surabaya

Majalah EKONOMI

Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis

Vol. 26, No. 1, Juli 2021

E-ISSN: 2776-2165

Model Dynamic Ensemble Time Series untuk Prediksi Indeks Harga Saham Utama di Indonesia Pasca Pandemi
Evita Pumaningrum

**Peranan *Person Organization Fit* Dan *Person Job Fit* Dalam Meningkatkan *Job Satisfaction*
Dengan *Work Engagement* Sebagai Mediasi**
Ratih Indriyani & Monica Bellinda Sutanto

**Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Sales Promotion* Dan *E-Service Quality* Terhadap
Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Di Desa Jotangan Mojokerto**
Fitra Dwi Prayogo, Christina Menuk Srihandayani, & Tony Susilo Wibowo

Good Corporate Governance* Penyelenggara Pendidikan Dalam Perspektif *Agency Theory
Martinus Sony Erstiawan

**Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai SAK EMKM Dan Analisa *Common Size* Untuk
Menilai Kinerja Keuangan Mona Hijab Fashion**
Putria, Sjamsul Hidayat, & Andrianto

Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui JATIM BANGKIT
Diana Rapisari

Strategi Pengembangan Wisata Paralayang Di Kota Batu
Achmad Yanu Alif Fianto, Martinus Sony Erstiawan, & Rudi Santoso

**Motivasi Dan Dukungan Atasan Sebagai Variabel Moderating Terhadap Hasil Pelatihan Dan Keahlian
Memfaatkan Teknologi Pada Kinerja Karyawan
(Study Empiris Pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur)**
Bayu Rama Laksono

Pengaruh KAP *Big Four*, Komite Audit Dan Kepemilikan Institusional Terhadap *Audit Delay*
Merdianto Budi Utomo & Aristha Purwanthari Sawitri

**Model Kolaborasi Pemasaran *Online* Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro
Dalam Menghadapi Era Digital Di Kota Surabaya**
Endang Siswati

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
Jl. Dukuh Menanggal XII No. 04 Surabaya Telp/Fax : 031-8281183**



Unipa Surabaya

Majalah

EKONOMI

Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis

Vol. 26, No. 1, Juli 2021

E-ISSN: 2776-2165

Model Dynamic Ensemble Time Series untuk Prediksi Indeks Harga Saham Utama di Indonesia Pasca Pandemi
Evita Pumaningrum

**Peranan *Person Organization Fit* Dan *Person Job Fit* Dalam Meningkatkan *Job Satisfaction*
Dengan *Work Engagement* Sebagai Mediasi**
Ratih Indriyani & Monica Bellinda Sutanto

**Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Sales Promotion* Dan *E-Service Quality* Terhadap
Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Di Desa Jotangan Mojokerto**
Fitra Dwi Prayogo, Christina Menuk Srihandayani, & Tony Susilo Wibowo

Good Corporate Governance* Penyelenggara Pendidikan Dalam Perspektif *Agency Theory
Martinus Sony Erstiawan

**Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai SAK EMKM Dan Analisa *Common Size* Untuk
Menilai Kinerja Keuangan Mona Hijab Fashion**
Putria, Sjamsul Hidayat, & Andrianto

Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui JATIM BANGKIT
Diana Rapitasari

Strategi Pengembangan Wisata Paralayang Di Kota Batu
Achmad Yanu Alif Fianto, Martinus Sony Erstiawan, & Rudi Santoso

**Motivasi Dan Dukungan Atasan Sebagai Variabel Moderating Terhadap Hasil Pelatihan Dan Keahlian
Memfaatkan Teknologi Pada Kinerja Karyawan
(Study Empiris Pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur)**
Bayu Rama Laksono

Pengaruh KAP *Big Four*, Komite Audit Dan Kepemilikan Institusional Terhadap *Audit Delay*
Merdianto Budi Utomo & Aristha Purwanthari Sawitri

**Model Kolaborasi Pemasaran *Online* Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro
Dalam Menghadapi Era Digital Di Kota Surabaya**
Endang Siswati

Diterbitkan oleh :
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
Jl. Dukuh Menanggal XII No. 04 Surabaya Telp/Fax : 031-8281183

Majalah EKONOMI

Telaah Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis

Editor in Chief

Dr. Noerchoidah, SE., MM (Scopus ID: 57216873928)

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Executive Editor

Martha Suhardiyah, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Ferry Hariawan, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dr. Siti Mahmudah, S.Sos., M.Si, Politeknik NSC Surabaya

Manuscript Editor

Aristha Purwantari Sawitri, SE., MA, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Fauziyah, S.Si., M.Si, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

I. Made Bagus Dwiarta, SE.,MM, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Bayu Rama Laksono, SE, M.Ak, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Reviewer Team

Dr. Taudikul Afkar, Spd, M.Pd,M.Ak, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dr. Endang Muryani, SE., MM (Scopus ID: 57208741212), Universitas Merdeka Surabaya

Dr. Santiraningrum Soebandhi, SE., M.Com (Scopus ID: 57200949622), Universitas Wijaya

Kusuma Surabaya

Dhyah Harjanti, SE., MSi, Universitas Kristen Petra Surabaya

Helmi Buyung Aulia Safrizal, ST., SE., M.MT (Scopus ID: 57219051705), Universitas Trunojoya

Madura

Dr. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, M.S (Scopus ID: 57217592004), Universitas Widya Mandala Surabaya

Teknologi Informasi Support

Widhadi Wahyu Agus Prakoso, S. Kom

Risky Dwi Hermato, S.Kom

Sekretariat Penyunting

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Jl. Dukuh Menanggal XII/4 Surabaya

Telp/Fax. : 031-8281183

DAFTAR ISI

Model Dynamic Ensemble Time Series untuk Prediksi Indeks Harga Saham Utama di Indonesia Pasca Pandemi Evita Purnaningrum	1 - 7
Peranan <i>Person Organization Fit</i> Dan <i>Person Job Fit</i> Dalam Meningkatkan <i>Job Satisfaction</i> Dengan <i>Work Engagement</i> Sebagai Mediasi Ratih Indriyani & Monica Bellinda Sutanto	8 - 28
Pengaruh <i>Shopping Lifestyle</i>, <i>Sales Promotion</i> Dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Di Desa Jotangan Mojokerto Fitra Dwi Prayogo, Christina Menuk Srihandayani, & Tony Susilo Wibowo	29 - 39
<i>Good Corporate Governance</i> Penyelenggara Pendidikan Dalam Perspektif <i>Agency Theory</i> Martinus Sony Erstiawan	40 - 51
Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai SAK EMKM Dan Analisa <i>Common Size</i> Untuk Menilai Kinerja Keuangan Mona Hijab Fashion Putria, Sjamsul Hidayat, & Andrianto	52 - 61
Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui JATIM BANGKIT Diana Rapisasari	62 - 70
Strategi Pengembangan Wisata Paralayang Di Kota Batu Achmad Yanu Alif Fianto, Martinus Sony Erstiawan, & Rudi Santoso	71 - 78
Motivasi Dan Dukungan Atasan Sebagai Variabel Moderating Terhadap Hasil Pelatihan Dan Keahlian Memanfaatkan Teknologi Pada Kinerja Karyawan (Study Empiris Pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur) Bayu Rama Laksono	79-89
Pengaruh KAP <i>Big Four</i>, Komite Audit Dan Kepemilikan Institusional Terhadap <i>Audit Delay</i> Merdianto Budi Utomo & Aristha Purwanthari Sawitri	90 - 94
Model Kolaborasi Pemasaran <i>Online</i> Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Dalam Menghadapi Era Digital Di Kota Surabaya Endang Siswati	95 - 100

Model Dynamic Ensemble Time Series untuk Prediksi Indeks Harga Saham Utama di Indonesia Pasca Pandemi

Evita Purnaningrum

¹⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email: purnaningrum@unipasby.ac.id

ABSTRACT

Forecasting or predicting stock prices in the form of time series data is still a hot topic consistently discussed in economic forums and financial markets. This article had been analyzed prediction of stock prices in Indonesia after experiencing a pandemic and one year after the Corona virus. This study had been applied a dynamic ensemble method that combines various prediction models to improve forecasting accuracy. The results showed that the model has a high level of accuracy with MAPE (Mean Absolute Percentage Error) values of 0.003714125, and RMSE (Root Mean Square Error) of 0.03958605. Furthermore, these results could be used as a basis for government policy making and stock investment decisions for investors.

Keywords: forecasting; ensemble; time series; pandemic; stock price

ABSTRAK

Peramalan atau prediksi harga saham yang berupa data time series masih mejadi topik yang hangat dibahas secara konsisten di forum ekonomi dan pasar keuangan. Artikel ini menganalisis perubahan harga saham di negara Indonesia setelah mengalami pandemic dan satu tahun pasca virus Corona. Penelitian ini menggunakan metode *dynamic ensemble* yang menggabungkan berbagai model prediksi untuk meningkatkan akurasi peramalan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model memiliki tingkat akurasi yang tinggi dengan nilai MAPE (*Mean Absolute Percentage Error*) sebesar 0.003714125, dan RMSE (*Root Mean Square Error*) sebesar 0.03958605. Dengan demikian, hasil ini dapat digunakan sebagai dasar pengambilan kebijakan pemerintah dan keputusan investasi saham bagi investor.

Kata Kunci : Prediksi; ensemble; Time series; pandemic; harga saham

PENDAHULUAN

Tekanan pandemi COVID-19 dirasakan pada semua aspek ekonomi salah satunya adalah pasar keuangan. Keadaan yang tak menentu cenderung membuat pergerakan nilai-nilai saham juga tak tentu, faktor-faktor tak terduga

menjadi variable baru yang mempengaruhi pergerakan harga saham. Dinamika pandemi ini tidak terprediksi dan peneliti terus mencari formulasi dan model yang sesuai dengan hal tersebut guna mempercepat keadaan normal dan pertumbuhan ekonomi. Pasar modal

mengalami dua goncangan secara bersamaan terkait COVID-19 dan percepatan teknologi informasi yang mengarah ke model-model menangani kasus terkait *Big data*.

Beberapa penelitian telah banyak membahas efek langsung wabah ini terhadap pasar keuangan terutama harga saham. Purnaningrum dan Ariyanti (2020) menganalisis pengaruh pandemi terhadap pergerakan saham di Indonesia. Beberapa saham yang tidak mengalami perubahan signifikan adalah sektor industri barang consumer, sektor telekomunikasi, dan sektor kesehatan (Tambunan, 2020). Peningkatan kasus COVID-19 terbukti berdampak signifikan terhadap kestabilan perekonomian global dan Indonesia (Susilawati, Falefi, & Purwoko, 2020). Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur pemulihan harga saham adalah dengan memprediksi harga saham berdasarkan data saham yang dinamis.

Setahun setelah ditemukannya wabah penyakit ini, dunia keuangan masih belum pulih. Para peneliti sebelumnya telah menggunakan berbagai metode untuk mendapatkan tingkat akurasi yang tinggi dalam memprediksi perubahan stok pasca pandemi. Secara umum, peramalan harga saham selalu menantang karena sifat pasar saham yang non-stasioner, non-linear, dan dinamis (Huang, Nakamori, & Wang, 2005) terlebih lagi selama pandemi ini. Pengintegrasian metode Wavelet Transform dan Bidirectional untuk memprediksi harga saham selama pandemi Covid-19 dapat menghasilkan imbal hasil rata-rata RMSE (4,5%) dan MAPE (3%) (Štifanić et al., 2020). Purnaningrum (2020) memprediksi harga

saham utama di Indonesia pasca efek pandemi menggunakan Kalman filter dengan hasil peramalan MAPE sebesar 2,4% dan 1,9% dengan mempertimbangkan periode dan siklus musiman dari data time series. Gormsen dan Koijsen (2020) memproyeksikan bahwa dividen masa depan akan menurun pada Juli 2020. Sadorsky (2021) telah memprediksi arah harga saham menggunakan bagging pohon keputusan dan *random forest* dengan akurasi antara 85% dan 90%.

Berbagai metode peramalan telah dikembangkan, mulai dari memodifikasi model konvensional hingga menggunakan machine learning dan data yang besar, seperti metode ensemble. Selain itu, pembelajaran ensemble diterapkan untuk meningkatkan akurasi prediksi dengan menggabungkan model. Model ensemble memiliki tingkat signifikansi 85% untuk prediksi stok emas dan 79% untuk prediksi stok perak (Mahato & Attar, 2014). Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini menerapkan ensemble untuk memprediksi indeks harga saham di Indonesia selama pandemi covid-19. Selanjutnya, penelitian ini juga bertujuan untuk menambah literatur baru dalam bidang peramalan harga saham dengan menggunakan metode ensemble.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode dynamic ensemble untuk menentukan model terbaik mengetahui pergerakan saham indeks utama di Indonesia. Periode data yang digunakan adalah mulai awal pandemi terjadi yakni 30 Desember 2019 hingga awal tahun 2021 yakni 17 Februari

2021. Data diperoleh secara harian melalui website investing.com dan diolah dan diekstraksi oleh peneliti data dalam bentuk format .csv (*Comma Seperated Value*). Dataset Indeks Saham utama di Indonesia yakni IHSG (Indeks Saham Gabungan) dimulai hari senin hingga jumat (sabtu, minggu dan hari libur nasional tidak terhitung dalam dataset). Pada tabel 1 berikut ini disajikan enam data teratas yang telah diolah oleh peneliti.

Tabel 1. Data teratas dari dataset yang digunakan

No	Tanggal	IHSG
1	30 Desember 2019	6299.54
2	31 Desember 2019	6299.54
3	02 Januari 2020	6283.58
4	03 Januari 2020	6323.47
5	06 Januari 2020	6257.40
6	07 Januari 2020	6279.35

Metode dynamic ensemble time series pertama kali diperkenalkan pada tahun 2017 dengan dua jenis pendekatan yaitu arbitrated dynamic ensemble (ADE) (Vitor Cerqueira, Torgo, Pinto, & Soares, 2017) dan dynamic ensemble for time series (DETS) (Vitor Cerqueira, Torgo, Oliveira, & Pfahringer, 2017) (ADE merupakan kombinasi dari berbagai model peramalan dengan arbitrage, sedangkan DETS menggunakan model dasar dari ensemble untuk meramalkan time series. Selain itu, pada prinsipnya langkah kedua metode tersebut sama dengan DETS yang berbeda dan menggunakan pendekatan yang lebih tradisional dalam menggabungkan estimasinya. Selain itu, kedua metode ini menggunakan basis yang sama yaitu 1) Gaussian process, 2) Projection Pursuit Regression Model, 3) General Linear Model, 4) General Boosted

Regression Linear Model , 5) Random Forest Model, 6) M5 Tree Model, 7) Multivariate Adaptive Splines Regression Model, 8) Support Vector Regression Model, 9) Feedforward Neural Network Model, dan 10) Partial least Regression Model and Principal Component Regression Model. Penelitian ini menggabungkan semua model tersebut untuk mendapatkan tingkat akurasi yang tinggi dalam memprediksi harga saham. Berdasarkan uji coba 10 Model dasar yang digunakan dalam ensemble untuk dataset penelitian terdapat 7 model yang sesuai dengan data tersebut yakni no 1, 8, 3, 7, 2, 5, dan 9. Penelitian ini menggunakan software R untuk memperoleh hasil peramalan yang akurat dan dibantu dengan packages dan yang utama adalah tsenssembler yang disediakan oleh R untuk meningkatkan performa komputasi. Penelitian ini membagi dataset menjadi dua bagian yakni dataset untuk memperoleh model terbaik (training dataset) dan data uji coba model yakni data testing. Rasio pembagian data adalah 3:1 untuk data pelatihan dan data uji coba. Berikut adalah data parameter ensemble yang digunakan dalam penelitian ini

Tabel 2. Nilai yang digunakan untuk running program

Iterasi	Lambda	Omega
100	50	0.2

HASIL DAN PEMBAHASAN

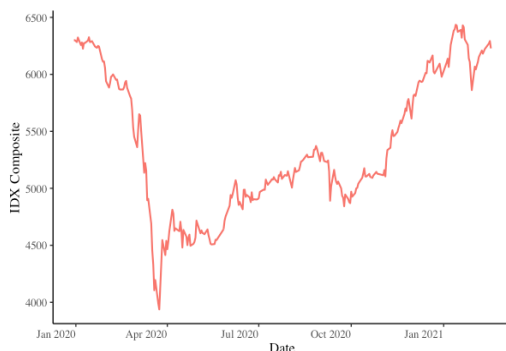
Pergerakan saham yang berubah-ubah sepanjang waktu memerlukan penangangan khusus dalam pemilihan model data yang digunakan, modifikasi metode-metode konvensional dalam peramalan harga saham diperlukan untuk

meningkatkan tingkat keakuratan prediksi data. IHSG mengalami pergerakan yang fluktuatif dan sempat terjun bebas pada kuartal 2 tahun 2020 dan berangsur membaik seiring dengan mebalikkan keadaan ke arah normal baru. Pada tabel 2 disajikan statistik deskriptif yang menunjukkan nilai IHSG pada saat penutupan di sepanjang periode penelitian.

Tabel 3. Statistik Deskriptif untuk IHSG

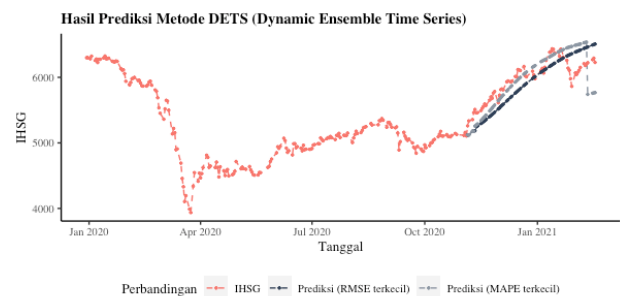
Min	Q1	Median	Mean	Q3	Maks
3938	4924	5177	5369	5953	6435

Pada gambar 1 menunjukkan bahwa saham berada pada titik terendah yakni akhir Maret 2020 sejalan dengan nilai tertinggi pencarian mengenai “corona” di Indonesia pada google trend (Google, 2021) di rentang periode penelitian, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat terutama para investor berjaga-jaga menghadapi pandemi ini dan menggali informasi mengenai kabar tentang Virus Corona di Indonesia. Berdasarkan gambar tersebut nilai IHSG berangsur-angsur membaik hingga di awal tahun 2021 memiliki nilai yang setara dengan keadaan sebelum pandemi. Hal tersebut memberikan kabar baik bagi para investor dan calon investor untuk memulai kembali menaruh investai di bursa saham Indonesia.



Gambar. 1 Pergerakan IHSG rentang 30 Desember 2019 hingga Februari 2021

Grafik hasil prediksi/peramalan dengan Model DETS tersaji pada Gambar 2 yang terbagi menjadi dua kategori yakni berdasarkan RMSE terkecil dan MAPE terkecil. Berdasarkan kurva tersebut mengindikasikan bahwa model ini mampu menangkap fenomena yang terjadi sehingga dapat mendekati bentuk kurva yang sebenarnya. Model ini adalah model terbaru yang diterapkan pada peramalan harga saham.



Gambar. 2 Hasil Prediksi Model DETS

Perbandingan nilai error statistika deskriptif yaitu MAPE dan RMSE dari 100 kali iterasi tersaji pada tabel 4 berikut ini. Statistika deskriptif menunjukkan bahwa nilai error baik menggunakan MAPE maupun RMSE bernilai kecil di bawah 1% untuk MAPE dan 10% untuk RMSE yang berarti bahwa model ini memiliki tingkat akurasi yang tinggi dalam meramalkan harga saham.

Tabel 4. Perbandingan nilai error

Statistika Deskriptif nilai MAPE					
Min	Q1	Median	Mean	Q3	Maks
0.003714	0.009302	0.009315	0.008992	0.009317	0.009358
Statistika Deskriptif nilai RMSE					
Min	Q1	Median	Mean	Q3	Maks
0.03959	0.08566	0.08572	0.08338	0.08573	0.08608

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model DETS dapat digunakan untuk meramalkan IHSG dengan akurasi yang tinggi meskipun pergerakan yang fluktuatif pada masa pandemi maupun pasca pandemi. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya (Evita Purnaningrum, 2020) dengan metode Kalman filter yang memperoleh nilai RMSE 4%, model ini lebih memiliki nilai RMSE yang kecil sehingga lebih baik untuk meramalkan harga saham. Namun demikian perlu ditingkatkan tingkat akurasi dengan menambahkan variabel lain seperti google trends (Nafah & Purnaningrum, 2021; Evita Purnaningrum & Ariqoh, 2019), menggabungkan dengan metode lain seperti Kalman filter (Fauziyah & Purnaningrum, 2021; E Purnaningrum, Cahyaningtias, & Kusumawardhani, 2021; Evita Purnaningrum, 2018, 2020; Evita Purnaningrum & Apriliani, 2016) atau metode machine learning (Evita Purnaningrum & Athoillah, 2021).

KESIMPULAN / CONCLUSSION

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji kemampuan relatif dari salah satu model ensemble untuk data yang bersifat deret waktu (time series) dengan penggabungan berbagai model untuk meramalkan indeks harga saham gabungan (IHSG) harian. Memahami dan memodelkan indeks saham pasca pandemi

penting karena prakiraan tersebut berdampak bagi penerpan dan pengaplikasian ke beberapa kebijakan atau keputusan secara praktis. Keputusan investasi dan model penetapan harga aset sangat bergantung pada pergerakan saham masa depan dan risiko berbagai aset. Model peramalan yang digunakan berkisar dari model konvensional hingga model yang relatif kompleks. Tujuan model yang dipertimbangkan di sini untuk selanjutnya digabung menjadi Model Dynamic Ensemble Time Series adalah: Gaussian process, Projection Pursuit Regression Model, General Linear Model, Random Forest Model, Multivariate Adaptive Splines Regression Model, Support Vector Regression Model, Feedforward Neural Network Model. Ditemukan bahwa model DETS ini terbukti efektif untuk meramalkan harga saham pasca pandemi di Indonesia dengan nilai MAPE dan RMSE yang kecil. Pemeriksaan dilakukan dengan membagi ratio data untuk data pelatihan dan data uji coba dan di iterasi sebanyak 100 kali. Dengan demikian model tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu model yang dapat digunakan investor untuk meremalkan indeks harga saham.

DAFTAR PUSTAKA

Cerqueira, Vitor, Torgo, L., Oliveira, M., & Pfahringer, B. (2017). Dynamic and heterogeneous ensembles for time series

- forecasting. *Proceedings - 2017 International Conference on Data Science and Advanced Analytics, DSAA 2017*.
<https://doi.org/10.1109/DSAA.2017.26>
- Cerqueira, Vítor, Torgo, L., Pinto, F., & Soares, C. (2017). Arbitrated Ensemble for Time Series Forecasting. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-71246-8_29
- Fauziyah, & Purnaningrum, E. (2021). Optimization of Stock Portfolios Using Goal Programming Based on the Kalman-Filter Method. *Jurnal Matematika MANTIK*, 7(1), 20–30.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15642/mantik.2021.7.1.20-30>
- Google. (2021). Google Trends.
- Gormsen, N. J., & Koijen, R. S. J. (2020). Coronavirus: Impact on stock prices and growth expectations. *Review of Asset Pricing Studies*.
<https://doi.org/10.1093/rapstu/raaa013>
- Huang, W., Nakamori, Y., & Wang, S. Y. (2005). Forecasting stock market movement direction with support vector machine. *Computers and Operations Research*.
<https://doi.org/10.1016/j.cor.2004.03.016>
- Mahato, P. K., & Attar, V. (2014). Prediction of gold and silver stock price using ensemble models. *2014 International Conference on Advances in Engineering and Technology Research, ICAETR 2014*.
<https://doi.org/10.1109/ICAETR.2014.7012821>
- Nafah, H. K., & Purnaningrum, E. (2021). Penggunaan Big Data Melalui Analisis Google Trends Untuk Mengetahui Perspektif Pariwisata Indonesia di Mata Dunia. *SNHRP*, 3, 430–436.
- Purnaningrum, E, Cahyaningtias, S., & Kusumawardhani, D. A. (2021). Augmentation time series model with Kalman filter to predict foreign tourist arrivals in East Java. *Journal of Physics: Conference Series*, 1869(1), 012116.
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1869/1/012116>
- Purnaningrum, Evita. (2018). RENEWABLE STOCK PRICE MODEL SEBAGAI PENDUKUNG INVESTASI SAHAM: STUDI KASUS SAHAM JII. *KOLEGIAL*, 6(2), 97–110.
- Purnaningrum, Evita. (2020). Pendekatan Metode Kalman Filter untuk Peramalan Pergerakan Indeks Harga Saham Terdampak Pandemi Coronavirus. *Majalah Ekonomi*, 25(2), 103–109.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36456/majeko.vol25.no2.a2940>
- Purnaningrum, Evita, & Apriliani, E. (2016). Auto Floodgate Control Using EnKf-NMPC Method. *International Journal of Computing Science and Applied Mathematics*.
<https://doi.org/10.12962/j24775401.v2i1.1579>
- Purnaningrum, Evita, & Ariqoh, I. (2019). Google Trends Analytics dalam Bidang Pariwisata. *Majalah Ekonomi*.
- Purnaningrum, Evita, & Ariyanti, V. (2020). Pemanfaatan Google Trends Untuk Mengetahui Intervensi Pandemi Covid-19 Terhadap Pasar Saham Di Indonesia. *Jurnal.Unipasby.Ac.Id*.
- Purnaningrum, Evita, & Athoillah, M. (2021). SVM Approach for Forecasting International Tourism Arrival In East Java. *Journal of Physics: Conference Series*, 1863(1), 012060.
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1863/1/012060>
- Sadorsky, P. (2021). A Random Forests Approach to Predicting Clean Energy Stock Prices. *Journal of Risk and Financial Management*.
<https://doi.org/10.3390/jrfm14020048>
- Štifanić, D., Musulin, J., Miočević, A., Baressi Šegota, S., Šubić, R., & Car, Z. (2020). Impact of COVID-19 on Forecasting Stock Prices: An Integration of Stationary Wavelet Transform and Bidirectional Long Short-Term Memory. *Complexity*.
<https://doi.org/10.1155/2020/1846926>

Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.954>

Tambunan, D. (2020). Investasi Saham di Masa Pandemi COVID-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i2.8564>

**Peranan *Person Organization Fit* Dan *Person Job Fit*
Dalam Meningkatkan *Job Satisfaction*
Dengan *Work Engagement* Sebagai Mediasi**

Ratih Indriyani¹, Monica Bellinda Sutanto²

^{1), 2)} Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra

E-mail: ranytaa@petra.ac.id¹, mbellinda123@gmail.com²

ABSTRACT

Job satisfaction is an important factor in achieving the sales person's self-compatibility with the work environment. Conformity in question is the suitability of individual values with person organization fit and the suitability of individual characteristics person job fit. With this suitability, work engagement will be higher. This study was conducted to analyze the effect of person organization fit and person job fit on job satisfaction through work engagement. This type of research is quantitative research with purposive sampling technique. Research data were collected by distributing questionnaires to all sales persons of PT World Innovative Telecommunication answers to the questionnaire collected as many 220 respondents. The data was processed using partial least squares (PLS) data analysis techniques. The results of the study stated that person organization fit and person job fit had an effect on job satisfaction through work engagement. This proves that work engagement can significantly mediate the effect of person organization fit and person job fit on job satisfaction sales person PT World Innovative Telecommunication.

Keywords: *person organization fit, person job fit, work engagement, job satisfaction*

ABSTRAK

Job satisfaction merupakan faktor penting dalam mencapai kesesuaian diri sales person dengan lingkungan kerja. Kesesuaian yang dimaksud adalah kesesuaian nilai individu dengan organisasi (person organization fit) dan kesesuaian karakteristik individu dengan pekerjaan (person job fit). Dengan adanya kesesuaian tersebut, keterlibatan karyawan dalam pekerjaan (work engagement) akan semakin tinggi. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh person organization fit dan person job fit terhadap job satisfaction melalui work engagement. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Data penelitian dikumpulkan dengan menyebarkan angket kepada seluruh sales person PT World Innovative Telecommunication jawaban angket yang terkumpul sebanyak 220 responden. Data tersebut diolah menggunakan teknik analisis data partial least square (PLS). Hasil penelitian menyatakan bahwa person organization fit dan person job fit berpengaruh terhadap job satisfaction melalui work engagement. Hal ini membuktikan bahwa work engagement secara signifikan dapat memediasi pengaruh person organization fit dan person job fit terhadap job satisfaction sales person PT. World Innovative Telecommunication.

Kata Kunci: *person organization fit, person job fit, work engagement, job satisfaction*

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan tulang punggung berdirinya sebuah organisasi, termasuk di dalamnya adalah tenaga penjual. *Sales person* merupakan salah satu aset terpenting di dalam perusahaan untuk penjualan suatu barang. Kemajuan sebuah perusahaan berpengaruh besar dengan *sales person* yang mereka miliki. Di dalam perusahaan terdapat organisasi untuk menjalankan perusahaan agar aktivitas dapat berjalan dengan lancar efektif dan efisien. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan besar tentunya perlu mengetahui bagaimana *sales person* melakukan pekerjaan dalam menawarkan dan mendukung penjualan produk. Semua *sales person* terutama pada perusahaan yang memproduksi serta distributor *handphone*, dituntut memiliki pengetahuan tentang produk yang ditawarkan dan terlibat secara penuh pada pekerjaannya.

Job satisfaction merupakan hal penting di dalam sebuah perusahaan (Al Farsi *et al.*, 2017) terutama pada tenaga penjual. *Job satisfaction* merupakan gambaran dari apa yang dirasakan seorang *sales person* terhadap pekerjaannya. Setiap karyawan memiliki tingkat kepuasan masing-masing, ada yang merasa puas ada yang tidak puas. *Sales person* yang merasa puas akan melakukan pekerjaannya dengan senang hati tanpa merasa terbebani. Sebaliknya, mereka yang merasa tidak puas dan tidak cocok akan mencari pekerjaan baru yang lebih baik, sedangkan kondisi ketidakpuasan kerja pada *sales person* dapat menyebabkan kemampuan kreatif mereka menurun sehingga adanya pergantian pekerjaan mengarah pada kreativitas di tempat kerja

(Saxena *et al.*, 2019). Kepuasan dalam bekerja disebabkan oleh beberapa macam faktor seperti lingkungan kerja, karakteristik pekerjaan, juga kesesuaian karyawan terhadap organisasi itu sendiri.

Kecocokan seseorang dalam pekerjaan (*person job fit*) sangat berkaitan dengan lingkup pekerjaan *sales person*. *Person job fit* memperkuat tenaga penjualan karena mengacu pada kemampuan dan pengetahuan *sales person* yang sejalan dengan tanggung jawab dan aktivitas tertentu peran kerja (Lu, 2016). Jika tenaga penjual memiliki pengetahuan dan kompetensi kemampuan yang sesuai maka akan dapat melaksanakan suatu pekerjaan atau tugasnya dengan baik. Sedangkan jika *sales person* tidak cocok dengan pekerjaannya maka kemampuan *sales person* tidak dapat sejalan dengan tuntutan mengenai hasil pekerjaannya (Fajri & Darmawati, 2019).

Kesesuaian karyawan terhadap organisasi penting diperhatikan agar mendukung karyawan dalam bekerja. *Person organization fit* terjadi ketika perspektif kemampuan menunjukkan bahwa kesesuaian terjadi ketika *sales person* memiliki kemampuan yang dibutuhkan untuk memenuhi tuntutan organisasi tersebut (Kristof, 1996). Kemampuan yang dimiliki ini sangatlah berpengaruh dengan hasil penjualan yang akan didapat, jika kemampuan dan kinerja karyawan baik maka tujuan yang diinginkan organisasi akan tercapai, yaitu produk yang dijual akan laris dipasaran. Untuk mencapai hal ini perusahaan harus memperhatikan bagaimana mengelola dan memperlakukan *sales person* yang dimiliki agar dapat mengerjakan pekerjaan yang diharapkan organisasi, karena

itulah diperlukan kecocokan *sales person* dengan organisasinya (*person organization fit*).

Berdasarkan penelitian Schaufeli *et al.*, & Bakker (2002) di dalam jurnal Peng *et al.*, & Tseng (2014) *work engagement* merupakan keterlibatan kerja yang menggambarkan keadaan pikiran yang positif, memuaskan, dan berhubungan dengan pekerjaan dengan adanya semangat kerja, antusiasme, dan keseriusan dalam bekerja. *Person organization fit* menekankan kesesuaian antara nilai-nilai individu dan organisasi berdampak pada *work engagement* terhadap individu (Sorlie *et al.*, 2020) Individu akan dapat terlibat dalam pekerjaannya secara maksimal jika individu tersebut dapat menyesuaikan diri dengan organisasi. Jika semakin rendah kemampuan beradaptasi individu dengan organisasi tempat bekerja maka tingkat *work engagement* rendah di tempat kerja (Warr & Inceoglu, 2012) dan sebaliknya. *Work engagement* mengartikan perilaku individu tergantung pada orang dan lingkungan kerja. Jika individu memiliki perasaan positif terhadap organisasi lingkungan kerja maka individu tersebut menunjukkan lebih banyak terlibat dalam pekerjaan.

Person organization fit merupakan kesesuaian antara nilai-nilai organisasi dan nilai-nilai individu setiap *sales person* (Kristof, 1996). Contohnya bertanya kepada *sales person* sejauh mana mereka merasa kesesuaian yang dijalani. Jika merasa sesuai dengan tujuan perusahaan dan semua rekan kerja, maka *sales person* tersebut dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik. Oleh karena itu, tingkat kesesuaian *sales person* dengan nilai organisasi dapat dilihat

dari bertahannya *sales person* dalam sebuah pekerjaan apabila mereka memiliki kesesuaian dalam organisasinya dan adanya kecocokan dan kepuasan pekerjaan. Dalam hal ini individu dan organisasi saling tertarik jika terdapat kesesuaian antara satu dengan yang lainnya. Dalam lingkungan kerja antara *job satisfaction* dan *person organization fit* saling mendukung (Chen *et al.*, 2016). Tujuan dari hubungan kedua variabel tersebut untuk mengetahui *person organization fit* mengenai *job satisfaction* terhadap *sales person* seperti niat untuk bekerja atau tidak. Hal ini memperluas variabel *person organization fit* dengan *job satisfaction* karena adanya sumber daya manusia dalam memilih *sales person* berdasarkan kecocokan pekerjaan mereka yang dapat mengurangi stress kerja atau ketidakpuasaan dalam pekerjaannya (Haerani *et al.*, 2020)

Sebagai *sales person* di sebuah perusahaan besar tentunya memiliki tekanan dalam pekerjaan untuk menjual suatu produk agar target penjualan tercapai setiap bulannya. Prestasi kerja *sales person* menentukan kinerja organisasi. Jika *sales person* tidak cocok dengan pekerjaannya akan menghasilkan kinerja kerja yang rendah tetapi jika adanya kecocokan pekerjaan di organisasi maka menghasilkan kerja yang positif (Ogilvie *et al.*, 2018). *Person job fit* didefinisikan kesesuaian antara karakteristik individu *sales person* seperti pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan kebutuhan serta tuntutan keinginan seseorang dalam pekerjaan (Saufi *et al.*, 2020). Perbedaan aspek dari *person organization fit* dengan *person job fit* mengacu pada kecocokan (Rahmadani & Sebayang, 2017). Kristof

(1996) menjelaskan *person organization fit* kesesuaian antara individu dan organisasi, misalnya nilai kerja dan budaya kerja. Apabila *sales person* merasakan kecocokan dengan pekerjaan di perusahaan saat ini maka *sales person* menjalani tugasnya tanpa merasa terbebani. Hubungan *person organization fit* dengan *person job fit* adalah membahas hubungan antara jenis kecocokan *sales person* seperti daya tarik melamar pekerjaan (Rajper *et al.*, 2020). *Person job fit* relevan dengan kesesuaian individu terhadap pekerjaan mereka, sedangkan *person organization fit* berkaitan dengan bagaimana seseorang dapat mencocokkan nilai kerja, tujuan dan misi organisasi (Berahmawati *et al.*, 2019).

PT. World Innovative Telecommunication (WIT) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi *handphone* sekaligus distributor merk OPPO di Indonesia. PT. World Innovative Telecommunication di Big Sidoarjo yang meliputi beberapa daerah Sidoarjo dan Mojokerto ini memiliki 490 *sales person*. Dalam organisasi kepuasan kerja merupakan hal penting dalam kinerja dan perilaku dari sikap kerja berada dalam kemampuan manajemen untuk mempengaruhi (Davidescu *et al.*, 2020). Bekerja di sebuah perusahaan ternama seperti PT World Innovative Telecommunication memiliki tanggung jawab yang besar, resiko yang tinggi, dan persaingan sesama *sales person*, target yang tinggi membuat *sales person* memiliki satu tekanan target dalam bekerja. Jika seorang *sales person* dapat memenuhi target penjualan dalam kurun waktu tertentu, maka akan mendapatkan *reward* yang telah ditetapkan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka penelitian ini mengambil topik mengenai pengaruh *person organization fit* dan *person job fit* terhadap *job satisfaction* melalui *work engagement* pada *sales person* PT. World Innovative Telecommunication Big Sidoarjo. Penelitian lebih lanjut akan menguji dan menganalisis pengaruh dari *person organization fit* terhadap *person job fit* dan *job satisfaction*, pengaruh *person job fit* terhadap *job satisfaction*, serta pengaruh *person organization fit* terhadap *job satisfaction* melalui *person job fit* pada *sales person* PT. World Innovative Telecommunication di Big Sidoarjo.

TINJAUAN LITERATUR

Person organization fit

Person organization fit didefinisikan sebagai kesesuaian antara nilai-nilai organisasi dan nilai-nilai individu (Kristof, 1996). Pengukuran *person organization fit* langsung menanyakan kepada karyawan apakah mereka memiliki kesesuaian antara nilai-nilai setiap individu dan nilai-nilai organisasi (Mercurio, 2016). *Person organization fit* memiliki tiga komponen, yang pertama kesamaan antara individu dengan karakteristik di dalam organisasi, yang kedua adalah kesesuaian tujuan antara individu dan organisasi dan yang ketiga konsistensi antara nilai-nilai individu dengan organisasi perusahaan (Tugal & Kilic, 2015). *Person organization fit* berfokus pada penerapan situasi pemilihan karyawan, ada tiga karakteristik individu untuk pemilihan karyawan di dalam organisasi (Zeigler-Hill *et al.*, 2018), yang pertama karakteristik yang

relevan dengan pekerjaan, seperti kemampuan kognitif dan motivasi kerja, kedua karakteristik yang relevan dengan pekerjaannya seperti pengetahuan dan ciri kepribadian yang relevan dengan cara seseorang berhubungan dengan lingkungan kerja tertentu, contoh apakah karakteristik individu sesuai dengan karakteristik organisasi, dengan demikian prosedur seleksi karyawan menyangkut pada karakteristik yang pertama dan kedua. Dan yang ketiga, karakteristik setiap individu mencakup aspek seperti kepribadian, sikap, dan nilai sedangkan karakteristik organisasi seperti struktur, tugas, dan budaya organisasi. Oleh sebab itu, *person organization fit* merupakan kesesuaian antara nilai-nilai individu dan nilai-nilai organisasi (Roczniewska *et al.*, 2018).

Suatu organisasi merupakan kondisi dimana individu dapat bertahan apabila memiliki kecocokan dalam organisasi yang sesuai dengan individu dan jika individu merasa tidak cocok akan mengundurkan diri dari organisasi tersebut, inilah bentuk kesesuaian atau kecocokan dari *person organization fit* (Kuswati, 2020). Menurut Kristof (1996) terdapat empat indikator *person organization fit* yaitu: Kesesuaian nilai merupakan kesesuaian antara nilai individu terhadap organisasi, kesesuaian antara tujuan individu dengan organisasi, pemimpin dan rekan kerjanya (Sekiguchi, 2004). Penyelesaian kebutuhan karyawan, kesesuaian antara kebutuhan karyawan dalam lingkungan kerja dengan sistem dan struktur organisasi. Kesesuaian karakteristik kepribadian, kesesuaian antara kepribadian individu dan budaya organisasi.

Person job fit

Menurut Berahmawati *et al.*, (2019) mengatakan bahwa *person job fit* sebagai kesesuaian antara karakteristik pekerjaan dengan kemampuan individu untuk melaksanakan pekerjaan tersebut. Hal senada diungkapkan oleh Sulistiowati *et al.*, (2018) bahwa *person job fit* adalah kesesuaian antara pengetahuan, keahlian, dan keterampilan karyawan dengan pekerjaan atau tugas tertentu. Kesesuaian ini akan memperkuat ikatan karyawan terhadap pekerjaannya, yaitu karyawan akan lebih berkomitmen terhadap pekerjaan tersebut. *Person job fit* terdapat dua elemen, yaitu: permintaan-kemampuan (*Demand-Abilities*), kebutuhan-persediaan (*Needs-Supplies*), *Demand-Abilities* merupakan sejauh mana pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan *sales person* dengan tuntutan dalam pekerjaannya, sedangkan *Needs-Supplies* merupakan sejauh mana kebutuhan *sales person* dapat dipenuhi oleh apa yang diharapkan oleh pekerjaan (Fajri *et al.*, 2019). Ketika *person job fit* dapat dilihat dari kesesuaian dalam kecocokan pekerjaan, hal tersebut berhubungan dengan peningkatan kepuasan kerja, penyesuaian, dan berkurangnya niat individu untuk berhenti bekerja (Saufi *et al.*, 2020).

Menurut Fajri *et al.*, (2019) *person job fit* memiliki 2 dimensi yaitu *demands abilities fit* dan *needs supply fit*. *Demands abilities fit* merupakan kesesuaian yang tinggi antara tuntutan pekerjaan dengan kemampuan yang dimiliki karyawan pada kinerja kerja yang tinggi. *Needs supply fit* merupakan penilaian kesesuaian antara kebutuhan karyawan dengan penghargaan sebagai imbalan atas kontribusi karyawan

pada suatu pekerjaan, misalnya mendapatkan gaji, cuti, dan tunjangan. Menurut Sulistiowati *et al.*, (2018), indikator dari *person job fit* adalah : kesesuaian tuntutan pekerjaan dan kemampuan karyawan, kesesuaian kemampuan karyawan dengan persyaratan pekerjaan, Kesesuaian antara apa yang diperoleh dari pekerjaan dengan kebutuhan karyawan

Work engagement

Work engagement digambarkan sebagai sesuatu yang diberikan oleh karyawan, yang dapat bermanfaat bagi organisasi, melalui komitmen dan dedikasi, advokasi, upaya diskresioner, menggunakan bakat secara maksimal dan mendukung tujuan dan nilai organisasi. Karyawan yang terlibat merasakan keterikatan terhadap organisasi mereka, menginvestasikan diri mereka tidak hanya dalam peran mereka, tetapi juga dalam organisasi secara keseluruhan (Smith & Markwick, 2009).

Menurut Schaufeli *et al.*, & Bakker (2002) di dalam jurnal Peng *et al.*, & Tseng (2014) *work engagement* dikarakteristikan dengan karyawan yang memiliki komitmen terhadap organisasi tempatnya bekerja. Karyawan dengan *engagement* yang tinggi merasa bersemangat dalam pekerjaan, peduli dengan masa depan perusahaan dan berupaya untuk mencapai kesuksesan perusahaan,

Lau (2011) menyimpulkan bahwa yang paling penting untuk membentuk *engagement* dari seorang karyawan di tempat kerja terdiri atas: perasaan bermakna dalam organisasi, merasakan keamanan dan kenyamanan dalam bekerja, dan mendapatkan dukungan di tempat kerja.

Work engagement adalah suatu keadaan dimana karyawan terlihat terikat secara psikologis baik fisik, kognitif, maupun emosional. Keadaan tersebut membuat karyawan akan memberikan suatu usaha terbaik dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya. Keadaan ini membuat mereka merasa sulit untuk melepaskan diri dari pekerjaan. Schaufeli *et al.*, (2002) di dalam jurnal Peng *et al.*, & Tseng (2014) menjelaskan tentang tiga indikator *work engagement* sebagai berikut : *vigor*, *dedication*, dan *absorption*. *Vigor* adalah perasaan bersemangat dalam bekerja *Dedication* adalah perasaan antusias karyawan dalam bekerja, menggambarkan perasaan antusias karyawan di dalam bekerja. *Absorption* adalah keseriusan dalam bekerja, yang menggambarkan keadaan karyawan yang memiliki konsentrasi yang kuat secara total dalam melakukan pekerjaannya serta merasa sulit untuk melepaskan diri dengan pekerjaan.

Job satisfaction

Job satisfaction atau kepuasan kerja diartikan sebagai perbandingan yang dilakukan oleh karyawan dan perusahaan dalam mencapai dan menjaga kesesuaian antara diri karyawan tersebut dengan lingkungan (Goestjahjanti *et al.*, 2020). Hal ini terlihat dari bagaimana karyawan menyesuaikan diri dengan kebutuhan perusahaan dan bagaimana perusahaan menciptakan lingkungan kerja yang memperhatikan kebutuhan dan keinginan karyawan. Menurut Luz *et al.*, (2018), kepuasan kerja adalah bagaimana perasaan karyawan tentang perusahaan atau tentang aspek-aspek yang ditentukan darinya,

seberapa besar karyawan tersebut menyukai (puas) atau tidak menyukai (tidak puas) terhadap pekerjaannya.

Secara umum, sebagian besar definisi kepuasan kerja mencakup perasaan emosional yang dimiliki seorang karyawan tentang pekerjaan mereka baik secara menyeluruh ataupun secara spesifik seperti kepuasan terhadap rekan kerja, gaji, atau lingkungan pekerjaan (Agbozo *et al.*, 2017). Davidescu *et al.*, (2020) mengemukakan bahwa *job satisfaction* memiliki dua dimensi yaitu intrinsik dan ekstrinsik. Dimensi intrinsik menggambarkan kepuasan karyawan terhadap pekerjaan yang sedang dilakukan, sedangkan dimensi ekstrinsik menyatakan kepuasan karyawan terhadap elemen-elemen lain yang secara tidak langsung terkait dengan pekerjaan, seperti kondisi lingkungan kerja dan kebijakan kerja. Kedua dimensi tersebut dijelaskan sebagai berikut.

Dalam penelitian ini yang diukur dari variable *job satisfaction* yaitu tingkat kepuasan karyawan terhadap organisasi. Menurut Luz *et al.*, (2018), indikator *job satisfaction* adalah sebagai berikut: kepuasan terhadap rekan kerja, kepuasan terhadap gaji atau upah, Kepuasan terhadap promosi, kepuasan terhadap atasan, dan kepuasan terhadap jenis pekerjaan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *job satisfaction* menurut Sutanto & Anggraini (2011) menggunakan lima faktor, yaitu: lingkungan kerja, pengawasan, pekerjaan itu sendiri.

Hubungan antar Konsep dan Hipotesis Penelitian

Hubungan *Person organization fit* dan *Work engagement*

Kesesuaian *Person job fit* dan *Person organization fit* meningkatkan emosi, sikap, dan perilaku positif. Ketika *fit* terjadi, hal tersebut akan menghasilkan hasil sikap dan perilaku positif terhadap pekerjaan. Kesesuaian yang tinggi antara karyawan dan pemberi kerja akan mendorong karyawan untuk memiliki keterikatan (*engagement*) yang tinggi (Memon *et al.*, 2015).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Rahmadani dan Sebayang (2017) menyatakan bahwa *person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement* karyawan. Semakin banyak kesesuaian antara karakteristik karyawan dengan karakteristik perusahaan (*person organization fit*), maka semakin tinggi pula tingkat keterikatan kerjanya (*work engagement*).

H₁. Person organization fit berpengaruh signifikan terhadap work engagement.

Hubungan *Person job fit* dan *Work engagement*

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bui, Zeng, dan Higgs (2017) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *person job fit* dengan *work engagement*. Semakin tinggi *person job fit* karyawan, semakin besar kemungkinan mereka untuk terlibat (*engagement*) dengan pekerjaan mereka (Hamid & Yahya, 2011). Untuk meningkatkan keterikatan kerja (*work engagement*) karyawan, pimpinan harus lebih memperhatikan persepsi karyawan tentang *person job fit* dan *person group fit* melalui proses komunikasi dan sosialisasi tim (Cai *et al.*, 2018). Di tempat kerja, para pemimpin

dapat memberi bimbingan yang tepat kepada karyawan, yaitu bimbingan yang berfokus kepada pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawan untuk memenuhi pekerjaan dan tuntutan organisasi mereka, sehingga dapat meningkatkan persepsi karyawan tentang *person job fit* dan *person group fit* (Bui *et al.*, 2017). Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *person job fit* dengan *work engagement* (Sulistiowati *et al.*, 2018).

H₂. Person job fit berpengaruh signifikan terhadap work engagement.

Hubungan Work engagement dan Job satisfaction

Hasil penelitian yang dilakukan menurut penelitian Goestjahjanti *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *work engagement* terhadap *job satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya *work engagement* karyawan akan mendorong peningkatan *job satisfaction*. Semakin tinggi karyawan merasakan keterikatan (*engagement*) maka akan berpengaruh pula pada *job satisfaction*. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari Nguyen *et al.*, (2017) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *work engagement* terhadap *job satisfaction*. Energi yang positif dari keterikatan kerja menghasilkan kepuasan kerja.

H₃. Work engagement berpengaruh signifikan terhadap job satisfaction.

Hubungan Person organization fit terhadap Job satisfaction Melalui Work engagement

Beberapa literatur telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *person organization fit* terhadap *work engagement* (Memon *et al.*, 2015; Rahmadani & Sebayang, 2017) serta terdapat pengaruh yang signifikan antara *work engagement* terhadap *job satisfaction* (Nguyen *et al.*, 2017; Goestjahjanti *et al.*, 2020), maka akan diselidiki lebih lanjut pada penelitian ini, apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *person organization fit* terhadap *job satisfaction* dengan *work engagement* sebagai variabel *intervening*.

H₄. Person organization fit berpengaruh signifikan terhadap job satisfaction melalui work engagement.

Hubungan Person job fit terhadap Job satisfaction Melalui Work engagement

Beberapa literatur telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *person job fit* terhadap *work engagement* (Hamid & Yahya, 2011; Bui, Zeng, & Higgs, 2017; Cai *et al.*, 2018; Sulistiowati *et al.*, 2018) serta terdapat pengaruh yang signifikan antara *work engagement* terhadap *job satisfaction* (Nguyen *et al.*, 2017; Goestjahjanti *et al.*, 2020), maka akan diselidiki lebih lanjut pada penelitian ini, apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *person job fit* terhadap *job satisfaction* dengan *work engagement* sebagai variabel *intervening*.

H₅. Person job fit berpengaruh signifikan terhadap job satisfaction melalui work engagement.

Hubungan *Person organization fit* dan *Job satisfaction*

Job satisfaction didefinisikan berdasarkan pengalaman emosional yang menyenangkan dan positif yang dihasilkan ketika individu menyukai pekerjaannya. Dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini mempengaruhi kesesuaian kemampuan karyawan dalam *job satisfaction*, perusahaan mempertahankan individu yang berbakat dan memiliki kesesuaian di dalam organisasi. Adanya kecocokan antara organisasi dan karyawan itu penting, terutama ketika individu puas terhadap kesesuaian pekerjaan tersebut maka individu akan bertahan dan menyukai pekerjaannya. Konsep *person organization fit* berkaitan dengan kesesuaian antara nilai-nilai individu dan nilai-nilai organisasi, kesesuaian antara karyawan untuk budaya organisasi terkait dengan komitmen dan kepuasan kerja. *Job satisfaction* adanya hubungan yang signifikan dengan *person organization fit*, dan komitmen organisasi (Chen *et al.*, 2016).

H₆. Person organization fit berpengaruh signifikan terhadap *Job satisfaction*.

Hubungan *Person job fit* dan *Job satisfaction*

Menurut Davidescu *et al.*, (2020), *person job fit* memiliki hubungan yang signifikan dengan *job satisfaction*, bahwa adanya kesesuaian karyawan dengan pekerjaannya dapat memberikan kepuasan yang lebih dalam bekerja, karena karyawan yang merasa dalam keahlian dan kemampuan mereka dalam pekerjaan dapat memberikan kepuasan yang lebih sehingga menurunkan *turnover* karyawan, dengan demikian ketika adanya kecocokan pekerjaan maka

menimbulkan kepuasan kerja. Oleh karena itu, *person job fit* memiliki hubungan yang signifikan dengan *job satisfaction* sehingga dapat mendorong *sales person* untuk lebih berkomitmen organisasi. Hasil menunjukkan bahwa *person job fit* berhubungan signifikan dengan *job satisfaction* (Chhabra, 2015).

H₇. Person job fit berpengaruh signifikan terhadap *Job satisfaction*

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang menjelaskan hubungan antar variabel, maka jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan statistik untuk kepentingan pengolahan datanya (Saunders *et al.*, 2007). Penelitian ini termasuk kuantitatif karena menggunakan perhitungan statistika untuk menjelaskan hubungan antar variabel penelitian.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan elemen yang memiliki karakteristik sama untuk diteliti (Saunders *et al.*, 2007). Populasi dalam penelitian ini adalah *sales person* PT. World Innovation Telecommunication di Big Sidoarjo sebanyak 490 orang. Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti (Saunders *et al.*, 2007). Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah *sales person* yang bekerja PT World Innovative Telecommunication di Big Sidoarjo dengan minimal lama bekerja satu tahun. Rumus

yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah rumus Taro Yamane (Hamidi, 2010), adalah:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

d = nilai presisi (tingkat kesalahan)

1 = angka konstan

Berdasarkan rumus di atas, maka perhitungan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{490}{(490)(0,05)^2 + 1}$$

$n = 220$ responden.

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil sampel pada penelitian ini adalah 220 responden karena telah memenuhi jumlah sampel minimal analisis menggunakan *structural equation model* (SEM) berbasis *partial least square* (PLS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada dua jenis uji yang harus dilakukan dalam *Partial Least Square* (PLS) yaitu uji *outer* model dan uji *inner* model. Uji *outer* model digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas alat ukur (indikator) penelitian sedangkan uji *inner* model digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel.

Evaluasi Outer Model

Evaluasi *outer model* atau model pengukuran terdiri dari dua jenis uji, yaitu uji validitas, yang mencakup validitas konvergen atau validitas diskriminan, dan uji

reliabilitas, yang dilihat dari nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

Convergent Validity

Pada *convergent validity*, hasil validitas data dapat dilihat melalui nilai *outer loading*. Hasil pengukuran yang telah dinyatakan valid dapat digunakan untuk melakukan analisis selanjutnya dalam penelitian ini. Indikator dianggap valid apabila hasil *outer loading* > 0,5 dan nilai AVE > 0,5 (Hair et al., 2014, p.605).

Tabel 1

Skor Outer Loading Indikator

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Person organization fit (POF)	POF01	0,595	Valid
	POF02	0,655	Valid
	POF03	0,828	Valid
	POF04	0,774	Valid
Person job fit (PJF)	PJF01	0,838	Valid
	PJF02	0,868	Valid
	PJF03	0,827	Valid
Work engagement (WE)	WE01	0,842	Valid
	WE02	0,843	Valid
	WE03	0,837	Valid
Job Satisfaction (JS)	JS01	0,696	Valid
	JS02	0,813	Valid
	JS03	0,704	Valid
	JS04	0,787	Valid
	JS05	0,788	Valid

Berdasarkan tabel 1, terlihat bahwa seluruh butir pernyataan setiap variabel penelitian memiliki nilai *outer loading* > 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini signifikan. Artinya, seluruh item pernyataan setiap variabel penelitian valid dan memenuhi uji validitas konvergen.

Tabel 2

Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Person Organization Fit	0,517	Valid
Person Job Fit	0,713	Valid
Work Engagement	0,707	Valid
Job Satisfaction	0,576	Valid

Hasil menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai average variance extracted (AVE) > 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan valid dan memenuhi uji validitas konvergen.

Discriminant Validity

Tahap kedua dari uji *outer model* adalah *discriminant validity*. Uji ini juga digunakan untuk menunjukkan indikator-indikator pengukur suatu konstruk saling berkorelasi tinggi, rendah, maupun tidak berkorelasi dengan konstruk lain (Abdillah & Hartono, 2015, p.73). Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading*. Apabila nilai *cross loading* dan *latent variable correlations* pada suatu konstruk lebih besar daripada konstruk lainnya, maka dapat dikatakan bahwa indikator yang digunakan lebih baik jika dibandingkan dengan indikator konstruk lainnya.

Hasil dari pengolahan data menunjukkan jika *cross loading* suatu konstruk jika dibandingkan dengan konstruk lainnya memiliki nilai yang lebih besar, sehingga dapat dinyatakan bahwa indikator yang terdapat pada penelitian ini valid secara *discriminant*.

Tabel 3

Nilai Cross Loading

Indikator	POF	PJF	WE	JS	Keterangan
POF01	0,595	0,180	0,266	0,340	Valid
POF02	0,655	0,262	0,375	0,322	Valid
POF03	0,828	0,155	0,483	0,341	Valid
POF04	0,774	0,143	0,525	0,407	Valid
PJF01	0,197	0,838	0,295	0,376	Valid
PJF02	0,198	0,868	0,238	0,449	Valid
PJF03	0,234	0,827	0,320	0,394	Valid
WE01	0,538	0,260	0,842	0,487	Valid
WE02	0,422	0,254	0,843	0,432	Valid
WE03	0,518	0,332	0,837	0,459	Valid
JS01	0,453	0,296	0,468	0,696	Valid
JS02	0,404	0,381	0,383	0,813	Valid
JS03	0,330	0,247	0,363	0,704	Valid
JS04	0,373	0,435	0,385	0,787	Valid
JS05	0,297	0,444	0,469	0,788	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji konsistensi dari suatu konstruk penelitian yang dalam hal ini konstruk yang dimaksud adalah variabel yang direfleksikan dari indikator-indikatornya. Berikut merupakan tabel hasil uji reliabilitas pada penelitian ini.

Tabel 4

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
POF	0,815	0,808	Reliabel
PJF	0,798	0,881	Reliabel
WE	0,685	0,879	Reliabel
JS	0,793	0,871	Reliabel

Tabel 4 menunjukkan pengukuran pada kolom *composite reliability*. Secara

umum reliabilitas kurang dari 0,60 dianggap dapat diterima, sedangkan pada kisaran 0,70 dapat diterima, dan yang di atas 0,80 baik (Sekaran & Bougie, 2016, p.290). Karena *composite reliability* yang dimiliki oleh setiap variabel lebih dari 0,80 maka semua variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan baik dan reliabel.

Evaluasi Inner Model

Uji *inner model* dilakukan dengan melihat nilai *coefficient of determination* (*R-square*). Nilai *R-square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai *R-square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan (Abdillah & Hartono, 2015, p. 197).

Tabel 5
Hasil Uji R-Square

Variabel	R Square
<i>Job Satisfaction</i> (JS)	0,435
<i>Work Engagement</i> (WE)	0,387

Hasil di atas menunjukkan bahwa *job satisfaction* dapat dipengaruhi oleh *person organization fit* dan *person job fit* secara tidak langsung dan juga dipengaruhi oleh variabel *work engagement* secara langsung dengan nilai *R-square* sebesar 0,435. Nilai *R-square* sebesar 0,435 ini memiliki arti nilai dari variabel *job satisfaction* yang dipengaruhi secara tidak langsung oleh *person organization fit* dan *person job fit* dan secara langsung oleh variabel *work engagement* adalah sebesar 43,5%, sedangkan sisanya 56,5% dijelaskan oleh

variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kemudian variabel *work engagement* yang dapat dipengaruhi secara langsung oleh variabel *person organization fit* dan variabel *person job fit* adalah sebesar 0,387. Nilai *R-square* sebesar 0,387 memiliki arti nilai bahwa variabel *work engagement* dapat dipengaruhi secara langsung oleh variabel *person organization fit* dan *person job fit* sebesar 38,7%, sedangkan sisanya yaitu 61,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diajukan.

Nilai Q²

Dalam menghitung nilai Q² pada konstruk PLS terlebih dahulu disajikan nilai R² yang dijadikan sebagai bahan perhitungan Q².

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2Y) (1 - R^2Z)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,435) (1 - 0,387)$$

$$Q^2 = 0,653655$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, nilai Q² sebesar 0,653655. Sehingga dapat disimpulkan bahwa relevansi prediktif sebesar 0,653655 lebih besar dari 0. Hal ini juga menunjukkan bahwa 65,36% dijelaskan oleh variabel *person organization fit*, *person job fit*, *job satisfaction*, dan *work engagement*. Sedangkan 34,64% sisanya dijelaskan oleh faktor lain diluar model diteliti. Oleh karena itu model dapat dikatakan layak memiliki nilai prediktif dan relevan.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan melihat *T-statistic* yang didapatkan melalui prosedur *bootstrapping*. Tingkat signifikan yang dapat dilihat dari nilai *P-value* < 0,05

dan nilai signifikan *T-statistic* 1,96 (Abdillah & Hartono, 2015, p. 224-225). Di mana jika nilai yang menunjukkan nilai angka *P-value* < 0,05 dan nilai *T-statistic* > 1,96 maka hipotesis diterima. Begitu juga sebaliknya, jika nilai *T-statistic* menunjukkan angka < 1,96 maka hipotesis ditolak. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 6
Nilai *T-Statistics*

Hipotesis	Pengaruh Langsung	Path Coefficient	T- statistics	P Values	Keterangan
H ₁	POF → WE	0,540	8,947	0,000	Diterima
H ₂	PJF → WE	0,202	2,361	0,019	Diterima
H ₃	WE → JS	0,302	4,257	0,000	Diterima
H ₆	POF → JS	0,232	3,120	0,002	Diterima
H ₇	PJF → JS	0,323	5,573	0,000	Diterima

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini, yaitu:

- Dengan *path coefficient* senilai 0,540, variabel *person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement* karena nilai *P-value* 0,000 dan nilai *T-statistic* sebesar 8,947 yang berarti nilai *P-value* < 0,05 dan *T-statistic* > 1,96. Maka dapat disimpulkan H₁ yang berbunyi “*person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement*” dalam penelitian ini diterima.
- Dengan *path coefficient* senilai 0,202, variabel *person job fit* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement* karena nilai *P-value* 0,019 dan nilai *T-statistic* sebesar 2,361 yang berarti nilai *P-value* < 0,05 dan *T-statistic* > 1,96. Maka dapat disimpulkan H₂ yang berbunyi “*person job fit* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement*” dalam penelitian ini diterima.
- Dengan *path coefficient* senilai 0,302, variabel *work engagement* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction* karena nilai *P-value* 0,000 dan nilai *T-statistic* sebesar 4,257 yang berarti nilai *P-value* < 0,05 dan *T-statistic* > 1,96. Maka dapat disimpulkan H₃ yang berbunyi “*work engagement* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction*” dalam penelitian ini diterima.
- Dengan *path coefficient* senilai 0,232, variabel *person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement* karena nilai *P-value* 0,002 dan nilai *T-statistic* sebesar 3,120 yang berarti nilai *P-value* < 0,05 dan *T-statistic* > 1,96. Maka dapat disimpulkan H₆ yang berbunyi “*person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction*” dalam penelitian ini diterima.
- Dengan *path coefficient* senilai 0,323, variabel *person job fit* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement* karena nilai *P-value* 0,000 dan nilai *T-statistic* sebesar 5,573 yang berarti nilai *P-value* < 0,05 dan *T-statistic* > 1,96. Maka dapat disimpulkan H₇ yang berbunyi “*person job fit* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction*” dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh Tidak Langsung

Indirect effect atau pengaruh tidak langsung adalah pengaruh dari variabel eksogen (atau *independent*) kepada variabel endogen (*dependent*) yang mengalami

intervensi atau pengaruh tambahan dari variabel yang menjadi perantara di antara keduanya. Jika nilai yang menunjukkan nilai angka $P\text{-value} < 0,05$ dan nilai $T\text{-statistics} > 1,96$ maka dinilai signifikan, begitu juga sebaliknya. Jika nilai $T\text{-statistic}$ menunjukkan angka $< 1,96$ maka dinilai tidak signifikan. Hasil nilai *indirect effect* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 7
Spesific Indirect Effect

Pengaruh Tidak Langsung	Path Coefficient	T-statistics	P-values	Keterangan
POF→WE→JS	0,163	3,518	0,000	Diterima
PIF→WE→JS	0,061	2,069	0,039	Diterima

Tabel di atas menjelaskan hasil dari uji pengaruh tidak langsung yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

- Dengan *path coefficient* senilai 0,163, variabel *person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction* melalui variabel *work engagement* karena nilai $P\text{-value}$ 0,000 dan nilai $T\text{-statistic}$ 3,518 yang berarti nilai $P\text{-value} < 0,05$ dan $T\text{-statistic} > 1,96$. Maka dapat disimpulkan H_4 yang berbunyi “*person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction* melalui *work engagement*” dalam penelitian ini diterima.
- Dengan *path coefficient* senilai 0,061, variabel *person job fit* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction* melalui variabel *work engagement* karena nilai $P\text{-value}$ 0,039 dan nilai $T\text{-statistic}$ 2,069 yang berarti nilai $P\text{-value} < 0,05$ dan $T\text{-statistic} > 1,96$. Maka dapat disimpulkan H_5 yang berbunyi “*person*

job fit berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction* melalui *work engagement*” dalam penelitian ini diterima.

Pembahasan

Pengaruh *Person Organization Fit* terhadap *Work Engagement*

Penelitian ini mendapati bahwa *person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement* dengan nilai $T\text{-statistic}$ lebih dari 1,96 yaitu 8,947. Hal ini dapat diartikan bahwa *person organization fit* atau kesesuaian antara nilai-nilai PT. WIT dan nilai-nilai *sales person* PT. WIT dapat memperkuat ikatan *sales person* dengan pekerjaannya sehingga menjadi suatu keuntungan bagi perusahaan. Hal ini juga mendukung hasil wawancara sebelumnya yang menyatakan bahwa 7 dari 10 *sales person* merasakan kemudahan mereka dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja. Kemudahan tersebut dapat dirasakan karena adanya kesesuaian antara individu mereka sebagai *sales person* dengan nilai-nilai PT. WIT.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini selaras dengan hasil temuan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmadani dan Sebayang (2017) yang menjelaskan bahwa semakin banyak kesesuaian antara karakteristik karyawan dengan karakteristik perusahaan (*person organization fit*), maka semakin tinggi pula tingkat keterikatan kerja mereka (*work engagement*). Pada karakteristik organisasi PT WIT yang memiliki nilai nilai kerja yang ditanamkan, karyawan yang merasa memiliki kesesuaian dengan nilai perusahaan akan merasa lebih terhubung dengan perusahaan. Perasaan memiliki keterhubungan akan

meningkatkan keinginan untuk terlibat dalam pekerjaannya.

Pengaruh *Person Job Fit* terhadap *Work Engagement*

Penelitian ini mendapati bahwa *person job fit* memiliki pengaruh signifikan terhadap *work engagement* dengan nilai *T-statistic* lebih besar dari 1,96 yaitu 2,361. Hal ini dapat diartikan bahwa *person job fit* atau kesesuaian antara karakteristik pekerjaan dengan kemampuan *sales person* untuk melakukan pekerjaan tersebut akan memperkuat ikatan mereka terhadap pekerjaan (*work engagement*) sehingga perusahaan akan merasa diuntungkan. Hal tersebut mendukung pula hasil wawancara sebelumnya yang menyatakan bahwa 7 dari 10 *sales person* mengakui bahwa bekerja sebagai *sales person* merupakan *passion* mereka.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hamid dan Yahya (2011) yang menyatakan bahwa semakin tinggi *person job fit* karyawan, semakin besar kemungkinan mereka untuk terlibat dengan pekerjaan.

Pengaruh *Work Engagement* terhadap *Job Satisfaction*

Penelitian ini mendapati bahwa *work engagement* memiliki pengaruh signifikan terhadap *job satisfaction* dengan nilai *T-statistic* lebih besar dari 1,96 yaitu 4,257. Hal ini dapat diartikan bahwa *work engagement* atau keterikatan *sales person*. PT. WIT dengan pekerjaannya akan menambahkan kepuasan mereka terhadap pekerjaan yang sedang mereka lakukan (*job satisfaction*)

yaitu sebagai *sales person* PT. WIT. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa ketika *sales person* merasakan *passion* mereka terhadap pekerjaan, keterikatan mereka terhadap pekerjaan akan semakin kuat. Hasil wawancara sebelumnya yang menyatakan bahwa 7 dari 10 orang *sales person* merasakan pekerjaan mereka sebagai *sales person* PT. WIT adalah sebuah *passion* semakin menguatkan ikatan mereka terhadap pekerjaan sebagai *sales person* PT. WIT.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Goestjahjanti *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa tingginya *work engagement* karyawan akan mendorong peningkatan *job satisfaction*. semakin tinggi karyawan merasakan keterikatan (*engagement*) maka akan berpengaruh pula pada *job satisfaction*.

Pengaruh *Person Organization Fit* terhadap *Job Satisfaction* melalui *Work Engagement*

Penelitian ini mendapati bahwa *person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction* melalui *work engagement* dengan nilai *T-statistic* lebih dari 1,96 yaitu 3,518. Hal ini dapat diartikan bahwa secara tidak langsung *person organization fit* atau kesesuaian antara nilai-nilai organisasi PT. WIT dan nilai-nilai individu *sales person* PT. WIT dapat memengaruhi kepuasan *sales person* terhadap pekerjaan melalui timbulnya keterikatan *sales person* dengan pekerjaannya. Semakin kuat kecocokan *sales person* dengan nilai-nilai PT. WIT akan menumbuhkan keterikatan mereka terhadap pekerjaan sehingga tingkat kepuasan mereka

terhadap pekerjaan sebagai *sales person* PT. WIT juga semakin meningkat.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement* (Memon *et al.*, 2015; Rahmadani & Sebayang, 2017) serta terdapat pengaruh yang signifikan antara *work engagement* terhadap *job satisfaction* (Nguyen *et al.*, 2017; Goestjahjanti *et al.*, 2020). Keterikatan karyawan terhadap pekerjaannya dapat memediasi kesesuaian nilai organisasi dengan nilai individu terhadap kepuasan kerja karyawan.

Pengaruh *Person Job Fit* terhadap *Job Satisfaction* melalui *Work Engagement*

Penelitian ini mendapati bahwa *person job fit* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction* melalui *work engagement* dengan nilai *T-statistic* lebih dari 1,96 yaitu 2,069. Hal ini dapat diartikan bahwa secara tidak langsung *person job fit* atau kesesuaian antara karakteristik pekerjaan dengan kemampuan *sales person* untuk melakukan pekerjaannya dapat memengaruhi kepuasan *sales person* terhadap pekerjaan melalui timbulnya keterikatan *sales person* dengan pekerjaannya. Semakin kuat kecocokan *sales person* terhadap pekerjaan mereka sebagai *sales person* PT. WIT akan menumbuhkan keterikatan mereka terhadap pekerjaan sehingga tingkat kepuasan mereka terhadap pekerjaan sebagai *sales person* PT. WIT juga semakin meningkat.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang

signifikan antara *person job fit* terhadap *work engagement* (Hamid & Yahya, 2011; Bui, Zeng, & Higgs, 2017; Cai *et al.*, 2018; Sulistiowati *et al.*, 2018) serta terdapat pengaruh yang signifikan antara *work engagement* terhadap *job satisfaction* (Nguyen *et al.*, 2017; Goestjahjanti *et al.*, 2020). Keterikatan karyawan terhadap pekerjaannya dapat memediasi kesesuaian karakteristik pekerjaan dengan kemampuan individu untuk melakukan pekerjaan terhadap kepuasan kerja karyawan.

Pengaruh *Person Organization Fit* terhadap *Job Satisfaction*

Penelitian ini mendapati bahwa *person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction* dengan nilai *T-statistic* lebih dari 1,96 yaitu 3,120. Hal ini dapat diartikan bahwa *person organization fit* atau kesesuaian antara nilai-nilai PT. WIT dan nilai-nilai *sales person* PT. WIT dapat meningkatkan kepuasan kerja mereka sebagai *sales person*. Hasil wawancara sebelumnya menguatkan hasil penelitian ini. Hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa 7 dari 10 *sales person* PT. WIT merasakan kemudahan mereka dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja. Kemudahan mereka dalam beradaptasi dapat dilihat dari kecocokan mereka sebagai *sales person* terhadap nilai-nilai yang diterapkan oleh PT. WIT. Kecocokan inilah yang kemudian dapat meningkatkan rasa puas mereka sebagai *sales person* PT. WIT.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini selaras dengan hasil temuan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chen *et al.*, (2016) yang menjelaskan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara

person organization fit dengan *job satisfaction*. Semakin tinggi kesesuaian nilai organisasi dengan nilai individu, semakin tinggi pula tingkat kepuasan individu dalam melakukan pekerjaannya di organisasi tersebut.

Pengaruh *Person Job Fit* terhadap *Job Satisfaction*

Penelitian ini mendapati bahwa *person job fit* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction* dengan nilai *T-statistic* lebih dari 1,96 yaitu 5,573. Hal ini dapat diartikan bahwa *person job fit* atau kesesuaian antara karakteristik pekerjaan dengan kemampuan *sales person* untuk melakukan pekerjaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan kerja mereka sebagai *sales person* PT. WIT. Hasil wawancara sebelumnya menguatkan hasil penelitian ini. Hasil wawancara yang dimaksud menyatakan bahwa 7 dari 10 *sales person* PT. WIT mengakui bahwa bekerja sebagai *sales person* merupakan *passion* mereka. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara mereka sebagai individu dengan pekerjaan mereka sebagai *sales person*. Karena kesesuaian inilah maka timbul kepuasan kerja mereka sebagai *sales person* PT. WIT.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini selaras dengan hasil temuan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Davidescu *et al.*, (2016) yang menjelaskan bahwa *person job fit* memiliki hubungan yang signifikan dengan *job satisfaction*. Adanya kesesuaian karyawan dengan pekerjaannya dapat memberikan kepuasan yang lebih dalam bekerja karena mereka merasa keahlian dan kemampuan mereka

berguna ketika melakukan pekerjaan tersebut.

KESIMPULAN

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa *person organization fit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *work engagement sales person* PT. World Innovative Telecommunication. Sedangkan *person job fit* berpengaruh signifikan terhadap *work engagement sales person* PT. World Innovative Telecommunication, sementara *work engagement* memberikan dampak yang signifikan terhadap *job satisfaction*. Di sisi lain, *work engagement* dapat menjadi variabel intervening dalam memediasi pengaruh *person organization fit* terhadap *job satisfaction*. *Work engagement* juga dapat menjadi variabel intervening antara *person job fit* terhadap *job satisfaction*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *person organization fit* berpengaruh signifikan terhadap *job satisfaction sales*, sedangkan *person job fit* juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *job satisfaction* pada *sales person* PT. World Innovative Telecommunication.

Saran

Sebaiknya perusahaan lebih memerhatikan kesesuaian pemenuhan kebutuhan *sales person* dalam lingkungan kerja karena nilai *mean* yang diperoleh indikator tersebut memiliki nilai paling rendah di antara variabel *person organization fit*. Dengan lebih memerhatikan kebutuhan mereka diharapkan *job satisfaction sales person* PT WIT dapat meningkat. Perusahaan juga perlu memerhatikan kesesuaian antara apa yang diperoleh *sales person* dalam pekerjaan

mereka dengan kebutuhan *sales person* itu sendiri. Hal ini dikarenakan indikator tersebut merupakan hal yang harus diberikan perhatian pada variabel *person job fit*. Tingkat kepuasan *sales person* terhadap pekerjaan mereka akan bertambah jika mereka memperoleh upah yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Indikator “perasaan semangat dalam bekerja” pada variabel *work engagement* merupakan aspek yang terlemah, sehingga perusahaan juga perlu memikirkan bagaimana cara untuk meningkatkan semangat *sales person* dalam bekerja sehingga mereka dapat mengerahkan seluruh kemampuannya untuk bekerja.. Cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan semangat *sales person* misalnya dengan memberikan *reward* bagi karyawan berprestasi atau karyawan yang dapat mencapai target penjualan tertentu. Promosi yang diberikan oleh perusahaan juga perlu ditingkatkan seperti kenaikan pangkat atau penempatan *sales person* di lokasi lain yang lebih ramai dan strategis. Hal ini dikarenakan nilai *mean* pada indikator “kepuasan terhadap promosi” paling rendah pada variabel *job satisfaction*.

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya. Dengan demikian, disarankan penelitian ini merekomendasikan penambahan mediasi atau pengaruh langsung dari variable penelitian yang berkaitan dengan kesesuaian nilai individu dan nilai organisasi serta adanya keterlibatan kerja di PT World Innovative Telecommunication. Selain itu, kecocokan pekerjaan *sales person* di tempat kerja saat ini, kepuasan dalam pekerjaan

seperti kesesuaian gaji yang diberikan merupakan variable yang erat kaitannya dengan konsep *person organization fit*, *person job fit*, dan *work engagement* untuk dilibatkan dalam analisis pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono. (2015). *Partial least square (PLS)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Agbozo, G. K., Owusu, I. S., Hoedoafia, M., & Atakorah, Y. (2017). The effect of work environment on *job satisfaction*: Evidence from the Banking Sector in Ghana. *Journal of Human Resource Management*, 5(1), 12
- Al Farsi, H., Al Hinai, M., Al Zadjali, A., Aulia, S., & Varshney, S. (2017). A study on *job satisfaction* among the employees of oriental ready mix Company Sultanate of Oman. *International Journal of Research in Humanities and Social Studies*, 4
- Berahmawati, E. F., Sinulingga, S., & Wibowo, R. P. (2019). The effect of *person job fit* and *person organization fit* of pusat penelitian kelapa sawit (PPKS) Medan employee performance. *International Journal of Research and Review*, 6(October), 213–220.
- Bieńkowska, A., & Tworek, K. (2020). Job performance model based on employees dynamic capabilities (EDC). *Sustainability (Switzerland)*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/su-1206-2250>.
- Bui, H. T. M., Zeng, Y., & Higgs, M. (2017). The role of *person job fit* in The relationship between transformational leadership and job engagement. *Journal of Managerial Psychology*.

- Cai, D., Cai, Y., Sun, Y., & Ma, J. (2018). Linking empowering leadership and employee *work engagement*: The effects of *person job fit*, person group fit, and proactive personality. *Front. Psychol.* 9:1304.
- Chen, P., Sparrow, P., & Cooper, C. (2016). The relationship between person-organization fit and *job satisfaction*. *Journal of Managerial Psychology*, 31(5), 946–959. <https://doi.org/10.1108/JMP-08-2014-0236>
- Chhabra, B. (2015). Person-job fit: mediating role of job. *The Indian Journal of Industrial Relations*, 50(4), 638–651.
- Davidescu, A. A. M., Apostu, S. A., Paul, A., & Casuneanu, I. (2020). Work flexibility, *job satisfaction*, and job performance among romanian employees-implications for sustainable human resource management. *Sustainability-(Switzerland)*, 12(15). <https://doi.org/10.3390/su12156086>
- Fajri, N., & Darmawati, D. (2019). Person-job fit on turnover intention: Mediated employee engagement. *International Conference on Rural Development and Entrepreneurship 2019*, 5(1), 320–327.
- Goestjahjanti, F. S., Novitasari, D., Hutagalung, D., Asbari, M., & Supana, J. (2020). Impact of talent management, authentic leadership and employee engagement on *job satisfaction*: evidence from South East Asian Industries. *Journal of Critical Reviews*, 7(19)
- Haerani, S., Sumardi, Hakim, W., Hartini, & Putra, A. H. P. K. (2020). Structural model of developing human resources performance: Empirical study of Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 211–221. <https://doi.org/10.13.106/jafeb.2020-.vol7.no3.211>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in busi-ness-research. *European Business Review*, 26-(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hamid, S. N. A., & Yahya, K. K. (2011). Relationship between *person job fit* and *person organization fit* on employees' *work engagement*: A study among engineers in semi-conductor companies in Malaysia. *Annual Conference on Innovations in Business and Management, London*, pp. 1-30.
- Hamidi. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and impilcation. *Personel Psychology*, 49, 1–49.
- Kuswati, Y. (2020). The influence of organizational culture on employee performance. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(1), 296–302. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i1.761>
- Lau, W. K. E. (2011). The Effect of employee engagement on continuance and normative commitment to the organization. Presented at Southwest decision sciences institute 42nd Annual Conference, Houston, TX.
- Lu-Ming Tseng Tsu-Wei. (2016). The learning organization article information. *The Learning Organization*, 22(1), 40–57.
- Luz, C. M. D. R., Paula, S. L., & Oliveira, L.

- M. B. (2018). Organizational Commitment, *Job satisfaction* And Their Possible Influences on Intent to Turnover. *Revista de Gestao*, 25(1).
- Memon, M. A., Salleh, R., Nordin, S. M., Cheah, J. H., Ting, H., & Chuah, F. (2018). Person Organisation Fit and Turnover Invention: The Mediating Role of Work engagement. *Journal of Management Development*.
- Mercurio, Z. (2016). Person-organization fit in the employee selection process: An instructive framework for practitioners and implications for human resource development. *Conference: Academy of Human Resource Deve-lopment International Research Conference in the Americas*, (February), 1–34.
- Nguyen, D. T. N., Teo, S. T. T., Pick, D., & Jemai, M. (2018). Cynicism about change, work engagement, and job satisfaction of public sector nurses. *Australian Journal of Public Administration*, 77(2), 172-186.
- Ogilvie, J., Agnihotri, R., Rapp, A., & Trainor, K. (2018). Social media technology use and sales person performance: A two study examination of the role of sales person behaviors, characteristics, and training. *Industrial Marketing Management*, 75(March), 55–65.
- Onwuchekwa, F. C., Udekwe, E. E., & Arachie, A. E. (2018). *Person job fit* and employee performance in selected commercial banks in Anambra State. *Journal of Finance and Accounting*, 9(11), 153–161.
- Peng, J. C., Lee, Y. L., & Tseng, M. M. (2014). *Person organization fit and turnover intention*. *Journal of Nursing Research*, 22(1), 1-11. doi:10.10197/jnr.0000000000000019.
- Rahmadani, V. G., & Sebayang, I. R. (2017). The influence of *person organization fit* and *person job fit* on work engagement among policemen in Sumatera Utara. *International Journal of Management Science and Business Adminis-tration*, 4(1), 45–51. <https://doi.-org/10.18-775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.4-1.1006>
- Rajper, Z. A., Ghumro, I. A., & Mangi, R. A. (2020). The impact of *person job fit* and *person organization fit* on employee job performance: A study among employees of services sector. *Abasyn Journal of Social Sciences*, 4(1). <https://doi.org/10.34091/jass.13.1.05>
- Rayton, B., Yalabik, Z. and Rapti, A. (2019), “Fit perceptions, work engagement, satisfaction and commitment”, *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 34 No. 6, pp. 401-414.
- Rich, B. L., Lepine, J. A., & Crawford, E. R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617Y635. doi:10 .5465/AMJ-.2010.51468988
- Roczniewska, M., Retowski, S., & Tory Higgins, E. (2018). How person-organization fit impacts employees perceptions of justice and well-being. *Frontiers in Psychology*, 8(JAN), 1–17.
- Saufi, R. A., Mansor, N. N. A., Kakar, A. S., & Singh, H. (2020). The mediating role of *person job fit* between person organisation fit and intention to leave the job: Empirical evidence from pakistan. *Sustainability (Switzerland)*, 12(19), 8189. <https://doi.org/10.3390/su12198189>
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2007). *Research Methods for Business*

- Students*. England: Pearson Education Limited.
- Saxena, S., Tomar, K., & Tomar, S. (2019). Impact of *job satisfaction* on organizational citizenship behavior. *SSRN Electronic Journal*, (February). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3323753>
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., Gonzalez-Roma, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71-92. doi:-10.1023/A:1015630930326
- Sekaran, U., & Bougie, R. J. (2016). *Research Methods for Business*. New York: Wiley.
- Sekiguchi, T. (2004). *Person organization fit and person job fit* in employee selection: A review of the literature. *Osaka Keidai Ronshu*, 54(6), 179–196.
- Smith, G. R., & Markwick, C. (2009). *Employee Engagement A Review of Current Thinking*. UK: Institute For Employment Studies.
- Sulistiowati, S., Komari, N., & Dhamayanti, E. (2018). The effects of *person job fit* on employee engagement among lecturers in higher education institutions: Is there a difference between lectures in public and private higher education institutions? *International Review of Management and Marketing*, 8(3), 75-80
- Sutanto, E. M., & Anggraini, L. (2011). Analisis kepuasan kerja karyawan hotel hyatt regency Yogyakarta dilihat dari sisi demografis. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.2, No. 2, Oktober 2011, 172-191
- Teryima Sev, J. (2019). The big five personality traits as factors influencing job performance behaviour in business organizations: A study of breweries and foods/other beverages manufacturing organizations in Nigeria. *British Journal of Psychology Research*, 7(1), 9–36.
- Tugal, F. N., & Kilic, K. C. (2015). Person-organization fit: It's relationships with job attitudes and behaviors of Turkish academicians. *International Review of Management and Marketing*, 5(4), 195–202.
- Walliman, N. (2018). *Research Methods: The Basics* (2nd ed.). London: Routledge.
- Wong, W. E., Debroy, V., & Xu, D. (2012). Towards better fault localization: A crosstab-based statistical approach. *IEEE Transactions on Systems, Man and Cybernetics Part C: Applications and Reviews*, 42(3), 378–396. <https://doi.org/10.1109/TSMCC.-2011.211-8751>
- Zeigler-Hill, V., Shackelford, T., Nikolaou, I., & Foti, K. (2018). Personnel selection and personality. *The SAGE Handbook of Personality and Individual Differences: Volume III: Applications of Personality and Individual Differences*, (January), 458–474.

Pengaruh *Shopping Lifestyle*, *Sales Promotion* Dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tokopedia Di Desa Jotangan Mojokerto

Fitra Dwi Prayogo¹, Christina Menuk Srihandayani², Tony Susilo Wibowo³

^{1),2),3)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email: fdp170845@gmail.com¹, menukch@unipasby.ac.id², tonysus@unipasby.ac.id³

ABSTRACT

Advances in technology and the flow of information have caused some people to be increasingly able to open themselves to developments in global technology, especially the internet. The condition indirectly brings the phenomenon of changing lifestyles in society, namely by using the internet as a means for digital shopping or what we usually know as e-commerce. The aim of this study is to understand the influence of shopping lifestyle, sales promotion and e-service quality on purchasing decisions of Tokopedia users. The quantitative approach was used in this research with a sample of 100 respondents who were taken through the accidental sampling technique. Then the data were collected using a questionnaire that was arranged coherently and had met the validity and reliability requirements. Multiple linear regression is used in analyzing data that have previously passed the classical assumption test and meet the necessity. The partial test results show that shopping lifestyle, sales promotion, and e-service quality have a significant influence on the purchasing decisions of Tokopedia users and the test results simultaneously show that shopping lifestyle, sales promotion, and e-service quality have a significant effect on Tokopedia users' purchase decisions.

Keywords: *Shopping Lifestyle; Sales Promotion; E-Service Quality; Buying decision*

ABSTRAK

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

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

PENDAHULUAN

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

Dengan berkembangnya *e-commerce* yang sangat pesat ini akan mengakibatkan perubahan perilaku konsumen terkait gaya hidup dalam melakukan kegiatan belanjanya serta dikenal dengan istilah *shopping lifestyle* ke arah yang lebih modern. Gaya hidup berbelanja (*Shopping lifestyle*) adalah sikap atau tindakan seorang ketika memakai atau membelanjakan semua uangnya untuk memiliki suatu item atau barang tertentu (Maftukhan dan Srihandayani, 2017). Sebagian pelanggan kerap memanfaatkan *shopping lifestyle* untuk melakukan

pembelian secara berlebihan, Hal tersebut terjadi karena adanya dorongan oleh stimulus atau penawaran-penawaran berupa promosi penjualan (*sales promotion*) yang sangat menarik dan dilakukan oleh para pelaku bisnis dengan harapan dapat meningkatkan daya beli pada pembelian online.

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

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

berimbang pada hubungan antara Tokopedia dan konsumen dalam melakukan keputusan pembeliannya.

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

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

Begitu pula riset yang telah dilakukan oleh Fahrevi dan Satrio (2018) dari 98 responden pada mahasiswa STIESIA Surabaya yang pernah membeli melalui Shopee, ditemukan hasil keputusan pembelian *online* dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Namun pada riset Ramadani (2019) dari 97 responden yang pernah membeli handphone di Las Vegas *Mobile Store* di Plasa Marina Surabaya, ditemukan hasil *service quality* tidak

memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

Maftukhan dan Handayani (2017), Wahyuni dan Setyawati (2020), menemukan bahwa variabel *Shopping Lifestyle* berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Zefanya Umboh, et.al. (2018) dan Diany (2018) bahwa *shopping lifestyle* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

Variabel *sales promotion* pada penelitian Wahyuni dan Setyawati (2020), Tarigan, Sabrina, Syahputri (2020) menyatakan bahwa *sales promotion* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *impulse buying* tetapi penelitian Yuvita, Wahab, Sulastri (2019) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa *sales promotion* tidak berpengaruh pada keputusan pembelian

Penelitian Firdausya dan Oktini (2019) menyatakan bahwa variabel *E-Service Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian namun berbeda dengan penelitian Ramadani (2019).

Shopping lifestyle berbelanja seseorang didukung *sales promotion* yang menarik dan *E-Service Quality* yang menjanjikan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian masyarakat Desa Jotangan yang terletak di wilayah Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Kurangnya toko retail modern yang terdapat di wilayah Kabupaten Mojokerto, Khususnya di Kecamatan Mojosari menyebabkan para pelaku usaha banyak yang memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana dalam menawarkan produk. Dapat dijelaskan bahwa *shopping*

lifestyle terjadi karena arus informasi yang pesat dari lokapasar yang kemudian mendorong niat transaksi masyarakat sehingga dapat menciptakan gaya hidup berbelanja. Gaya hidup berbelanja muncul salah satunya didorong faktor *sales promotion* yang menarik dan menggunakan berbagai *platform* oleh pelaku usaha, serta layanan *E-Service Quality* dengan standar tinggi yang dapat memenuhi keinginan konsumen yang kemudian berdampak pada keputusan pembelian pada pengguna lokapasar Tokopedia.

Hipotesis: terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *E-Service Quality* terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia.

METODE PENELITIAN

Tipe riset ialah riset (kuantitatif) yang berguna untuk melakukan penelitian terhadap populasi serta sampel tertentu, Teknik pengumpulan data melalui komponen penelitian berupa kuesioner, kemudian dilakukan analisis data yakni yang memiliki sifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menggambarkan serta melakukan pengujian hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2019). *Accidental sampling* digunakan dalam teknik pengambilan sampel dengan besar sampel dihitung memakai formula yang dikembangkan oleh Ferdinand (2014) yakni dengan asumsi populasi penelitian yang dituju terlalu besar dan besarnya yang tidak diketahui pasti, sehingga dapat ditetapkan sampel dengan membutuhkan paling sedikit 5 kali jumlah dari indikator dan didapatkan jumlah sampel berjumlah

100 responden. Analisis data memakai uji instrumen yang berisi uji validitas dan reliabilitas untuk pengujian alat instrumen yang berupa kuesioner, pengujian asumsi klasik mencakup normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, serta dilakukan regresi linier berganda serta uji-t dan uji F pada pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

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

Tabel 1. Perolehan .Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Shopping Lifestyle (X ₁)	X1.1_1	,827**	,197	Valid
	X1.1_2	,753**+		
	X1.2_1	,790**		
	X1.2_2	,810**		
	X1.3_1	,755**		
	X1.3_2	,837**		
	X1.4_1	,832**		
	X1.4_2	,802**		
	X1.5_1	,690**		
	X1.5_2	,795**		
Sales Promotion (X ₂)	X2.1_1	,697**	,197	Valid
	X2.1_2	,762**		
	X2.2_1	,767**		
	X2.2_2	,703**		
	X2.3_1	,800**		
	X2.3_2	,759**		
E-Service Quality (X ₃)	X3.1_1	,687**	,197	Valid
	X3.1_2	,703**		
	X3.2_1	,627**		
	X3.2_2	,750**		
	X3.3_1	,634**		
	X3.3_2	,758**		
	X3.4_1	,725**		
	X3.4_2	,693**		
	X3.5_1	,704**		
	X3.5_2	,577**		
	X3.6_1	,623**		
	X3.6_2	,697**		

Keputusan Pembelian (Y)	X3.7_1	,577**	,197	Valid
	X3.7_2	,707**		
	Y1.1_1	,600**		
	Y1.1_2	,522**		
	Y1.2_1	,577**		
	Y1.2_2	,500**		
	Y1.3_1	,544**		
	Y1.3_2	,563**		
	Y1.4_1	,649**		
	Y1.4_2	,628**		

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

2. Uji Reliabilitas

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

Tabel 2. Perolehan Uji Reliabilitas

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

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

Hasil Uji Asumsi Klasik

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

Tabel 3. Perolehan Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil		Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas	0,798		Sig. > 0,05	Data terdistribusi normal
Uji Multikolinieritas	Tolerance	VIF		
Shopping Lifestyle (X ₁)	0,617	1,62	Tolerance > 0,1 VIF < 10	Bebas multikolinieritas
Sales Promotion (X ₂)	0,611	1,64		
E-Service Quality (X ₃)	0,912	1,1		
Uji Heteroskedastisitas				
Shopping Lifestyle (X ₁)	Sig. = 0,335			Bebas heteroskedastisitas
Sales Promotion (X ₂)	Sig. = 0,142		Sig. > 0,05	
E-Service Quality (X ₃)	Sig. = 0,646			
Uji Autokorelasi	2,099		1,736 < DW < 2.264	Bebas autokorelasi

1. Uji Normalitas

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

2. Uji Multikolinieritas

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

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut tabel 3 bisa dicermati bahwa skor seluruh variabel bebas yaitu *shopping lifestyle* (X_1), *sales promotion* (X_2) dan *e-service quality*

(X₃) memiliki skor signifikansi tinggi dibanding 0,05. Hal tersebut menunjukkan seluruh variabel independen yang berada pada penelitian adalah bebas heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

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

Analisis Regresi Linier Berganda

Agar memahami besar pengaruh *shopping Lifestyle* (X₁), *sales Promotion* (X₂) dan *e-service* (X₃) terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto, digunakanlah analisis regresi linier berganda. Hasil diperoleh seperti berikut:

Tabel 4. Perolehan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

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

Berdasarkan pada perolehan perhitungan regresi linier berganda yang

telah tersajikan dalam tabel 4, maka terbentuk persamaan:

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

Penjelasan terkait persamaan tersebut ialah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) senilai 14,848 mengartikan apabila *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* tidak ada/bernilai nol, keputusan pembelian tidak mengalami kenaikan dan memiliki nilai sebesar 14,848.
- Nilai koefisien variabel *shopping lifestyle* sebesar 0,120, memiliki arti dimana terdapat kenaikan setiap 1 satuan *shopping lifestyle* (X₁) berakibat meningkatnya keputusan pembelian (Y) sejumlah 0,120 dengan anggapan variabel lain yang diteliti pada kondisi tetap.
- Nilai koefisien variabel *sales promotion* sejumlah 0,412, memiliki arti dimana terdapat kenaikan 1 satuan *sales promotion* (X₂) berakibat meningkatnya keputusan pembelian (Y) sejumlah 0,412 dengan anggapan variabel lain yang diteliti pada kondisi tetap.
- Nilai koefisien variabel *e-service quality* sebesar 0,048, memiliki arti dimana *e-service quality* (X₃) apabila terjadi kenaikan 1 satuan maka berakibat meningkatnya keputusan pembelian (Y) sejumlah 0,048 dengan anggapan variabel lain yang diteliti pada kondisi tetap.

Koefisien Determinasi (R²)

Agar dapat memahami keberadaan pengaruh variabel bebas terhadap variabel

terikat, dipaparkan koefisien determinasi yang tersaji berikut ini :

Tabel 5. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary		
Model	R	Adjusted R Square
1	,849 ^a	,712

Dengan melihat tabel 5 nilai (R) senilai 0,849 memiliki hubungan yang sangat kuat berdasar interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2019). Nilai adjusted R square senilai 0,712 (71,2%), hal ini memiliki arti variasi maupun perubahan dari keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto sebesar 71,2% disebabkan oleh *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* serta sisanya sebesar 28,8% disebabkan oleh variabel lainnya yang bukan bagian tipe konseptual yang dilakukan dalam riset ini.

Uji Hipotesis

1. Uji t

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

Tabel 6. Perolehan Uji -t

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

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

- Shopping lifestyle* (X_1) memiliki t hitung senilai 5,201 berdasar pada taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, maka bermakna bahwa H_1 diterima, yang artinya, *shopping lifestyle* (X_1) signifikan berdampak pada keputusan pembelian (Y).
- Sales Promotion* (X_2) memiliki t hitung senilai 7,735 dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga mempunyai makna H_1 diterima, dapat diartikan bahwa *sales promotion* (X_2) berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- E-Service Quality* (X_3) memiliki t hitung sejumlah 2,208 dan signifikansi $0,030 < 0,05$, maka bermakna H_1 diterima. Artinya, bahwa *e-service quality* (X_3) berdampak signifikan pada keputusan pembelian (Y).

2. Hasil Uji F

Pada hakikatnya untuk memperlihatkan apakah seluruh independen variabel yang diteliti yang termuat pada model berdampak secara bersama-sama terhadap dependen variabel diperlukan uji F. Setelah dilakukan uji, perolehan tersaji berikut ini :

Tabel 7. Perolehan Uji F

	F	Sig.
Regression	82,552	,000 ^b

Dilihat pada tabel 7, dapat dijelaskan bahwa hipotesis keempat yang berbunyi “*shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto” diterima. Dimana diperoleh F hitung

senilai 82,552 dengan signifikansi sejumlah $< 0,05$.

PEMBAHASAN

1. Tahap uji hipotesis yang dilakukan secara parsial memperlihatkan bahwa Keputusan Pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto dapat dipengaruhi oleh *shopping lifestyle* secara positif dan signifikan, dapat ditunjukkan dari besarnya t -hitung = 5,201 $>$ t -tabel = 1,985 dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis yang mengatakan *shopping lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto diterima. Hasil uji ini sejalan dengan penelitian Maftukhan dan Srihandayani (2017) dimana dinyatakan dengan tersedianya uang dan waktu untuk berbelanja maka konsumen akan mempunyai kapabilitas untuk berbelanja yang lebih banyak. Adanya gaya hidup berbelanja (*shopping lifestyle*) yang semakin tinggi mampu memberikan dampak meningkatnya keputusan pembelian. Riset ini sejalan dan memperkuat riset yang pernah dilakukan Wahyuni dan Setyawati (2020) menyatakan secara positif dan signifikan keputusan pembelian secara tiba-tiba pada *e-commerce* Shopee dipengaruhi oleh gaya hidup berbelanja. *Lifestyle* yang terus berkembang menjadikan berbelanja salah satu kegiatan yang digemari oleh konsumen atas tersedianya uang dan waktu yang lebih. Hal ini menimbulkan *shopping lifestyle* yang tinggi, sehingga

semakin besar pula kemungkinan terjadinya suatu keputusan pembelian.

2. Pengujian hipotesis secara parsial memberikan hasil yang memperlihatkan *sales promotion* berkontribusi positif dan signifikan pada variabel Keputusan Pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto yang ditunjukkan dari besarnya t -hitung = 7,735 $>$ t -tabel = 1,985 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis yang mengatakan *sales promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto diterima. Kondisi ini sependapat dengan Peter, J. P., & Donnelly (2015) bahwa promosi penjualan merupakan kegiatan atau materi untuk menawarkan secara langsung kepada pelanggan, penjual pribadi, atau pengecer untuk membeli suatu produk. Hasil riset ini juga memperkuat hasil riset Tarigan, Sabrina, Syahputri (2020) dimana promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian online (*online purchase decision*). Kemajuan bisnis berbasis aplikasi pembelian online berdampak dengan banyaknya persaingan yang terjadi antar pelaku usaha di bidang bisnis yang sama sehingga makin beragam dan menariknya *sales promotion* yang diberikan akan mendorong terjadinya keputusan pembelian.
3. Pengujian hipotesis secara parsial memberikan hasil yang memperlihatkan keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto dipengaruhi oleh *e-service*

quality dimana memiliki dampak positif dan signifikan serta ditunjukkan besarnya $t\text{-hitung} = 2,208 > \text{skor } t\text{-tabel} = 1,985$ serta memiliki signifikansi $0,030 < 0,05$. kemudian hipotesis yang mengatakan *e-service quality* berpengaruh pada keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto diterima. Riset ini memiliki hasil yang sejalan dengan pendapat Widiaputri (2018) dimana dinyatakan bahwa *e-service quality* ialah jasa bertema elektronik yang dipakai untuk memfasilitasi aktivitas berbelanja hingga pengiriman produk/jasa secara efektif dan efisien. Riset ini sejalan dengan hasil riset Firdausya dan Oktini (2019) bahwa dalam melakukan kegiatan berdagang secara *online*, baik itu produk barang maupun jasa harus mempertimbangkan aspek kualitas pelayanan yang baik dan menarik agar dapat mempermudah pelanggan dalam berbelanja. Kemajuan bisnis dalam bidang ini tentunya harus menjadi perhatian khusus bagi pelaku bisnis pada bidang yang sama agar berlomba-lomba untuk memberikan kualitas pelayanan baik sehingga akan mendorong terjadinya keputusan pembelian.

4. Pengujian hipotesis secara simultan mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada variabel Keputusan Pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto dengan ditunjukkan dari besarnya nilai F hitung senilai 82,552 serta memiliki

signifikansi senilai $0,000 < 0,05$. Dimana hipotesis yang mengatakan *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality*

5. berpengaruh pada variabel keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto diterima. Riset ini selaras dengan hasil riset yang dilakukan Wahyuni dan Setyawati (2020), Wirakanda dan Pardosi (2020) serta Fahrevi dan Satrio (2018) yang mengaitkan dalam bisnis di bidang perdagangan khususnya *e-commerce* pastinya memiliki berbagai macam permasalahan yang sangat beragam. Ada beberapa hal yang menjadi pengaruh dalam keputusan pembelian pengguna Tokopedia. Hal ini harus menjadi atensi bagi pelaku bisnis dibidang yang serupa agar dapat meningkatkan keputusan pembelian pengguna. Pada penelitian ini memfokuskan pada faktor *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality*.

KESIMPULAN

Hasil penjabaran pada pembahasan dapat disimpulkan bahwa *shopping lifestyle*, *sales promotion* dan *e-service quality* memiliki pengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian pengguna Tokopedia di Desa Jotangan Mojokerto.

Memperhatikan kondisi ini maka pelaku bisnis *online* perlu memahami cara berfikir konsumen masyarakat Desa tentang faktor-faktor melakukan pembelian *online* demikian halnya masyarakat yang masih awam dan belum begitu mengenal tentang pembelian *online* tidak perlu

khawatir karena pembelian *online* dapat dilakukan dengan memperhatikan toko *online* yang memiliki kredibilitas tinggi dan mempunyai informasi yang lengkap dan tidak tergiur dengan penawaran yang diberikan pelaku bisnis.

Ketiga variabel bebas yang diteliti hanya dapat mempengaruhi 71,2% variabel keputusan pembelian sebagai variabel terikat, untuk itu perlu dikaji 28,8% variabel bebas yang tidak dibahas dalam riset ini yang dapat berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian .

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Diany, A. A. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Media Sosial Instagram Terhadap Pembelian Produk Secara Online Pada Wanita Bekerja Di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3), 342–352. <https://doi.org/10.35972/jieb.v4i3.238>
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7(3), 1–15.
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1), 5264–5273. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.994>
- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(2), 159–185.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdausya, C. P., & Oktini, D. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Manajemen*, 5(1), 757–763. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/16189>
- Japariato, E., & Sugiharto, S. (2011). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.32-41>
- Jayani, D. H. (2019). *Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet*. <https://databoks.katadata.co.id/>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Laurent, F. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 4(2), 95–100.
- Maftukhan, M., & Sri H, C. M. (2017). Shopping lifestyle dan store environment pengaruhnya terhadap keputusan pembelian baju cosmic di surabaya. *Majalah Ekonomi*, Vol.XXII(No.2), 292–304.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Nopriani. (2016). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis ABC (Studi UD. Toko Harapan Besar di Desa Suka Maju DK 4D). *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen UPP*, 3(2).
- Peter, J. P., & Donnelly, H. J. J. (2015). A

- Preface To Marketing Management* (14th ed.). Mc Graw-Hill Education.
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone. *IQTISHADEquity*, 1(2), 36–46.
- Santoso, A., & Aprianingsih, A. (2017). *The Influence of Perceived Service and E-Service Quality to Repurchase Intention the Mediating Role of Customer Satisfaction Case Study : Go-Ride in Java*. 6(1), 32–43.
- Selly. (2019). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus pada Mahasiswa Semester VI Program Studi Sarjana Manajemen STIE Sultan Agung. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(1), 46–55.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (6 ed.). Prenamedia Group.
- Sri, C., & Aditya, K. (2020). Pengembangan Sistem E-Commerce dalam Peningkatan Strategi Pemasarn Online pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Seminar Nasional Teknologi dan Rekayasa (SENTRA)*, 287–294.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Tarigan, E. D. S., Sabrina, H., & Syahputri, Y. (2020). The Influence of Lifestyle and Sales Promotion on Online Purchase Decisions for Home-Cooked Culinary during COVID-19 in Medan City, Indonesia. *International Journal of Research and Review*, 7(October), 140–144.
- Trisnawati, O. M., & Fahmi, S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 174–184.
- Umboh, Zefanya. Lisbeth Mananeke & Reitty Samadi. 2018. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Behaviour Konsumen Wanita Di MTC Manado
- Wahyuni, R. S., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 144–154. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.457>
- Widiaputri, Y. S. (2018). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Perceived Value Dan E- Customer Satisfaction (Survei pada Pelanggan Go-Ride yang Menggunakan Mobile Application Go-Jek di Kota Malang)*. 61(1), 1–10.
- Yuvita, H., Wahab, Z., & Sulastri. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang). *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 431–446.

Good Corporate Governance Penyelenggara Pendidikan Dalam Perspektif Agency Theory

Martinus Sony Erstiawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dinamika

Email: martinus@dinamika.ac.id

ABSTRACT

Schools as instruction suppliers can take advantage of the standards of great corporate administration as an exertion to move forward the quality of the institution. The utilize of the standards of straightforwardness, responsibility, obligation, autonomy, decency (uniformity and reasonableness) must be carried out in a feasible way, displayed to partners. Utilization of the standards of great corporate administration can be utilized as a premise for input from principals/school approach creators (instruction suppliers) which of course can be a fabric for progressing the quality of instruction, particularly in areas/areas distant from urban regions (towns) which still require more endeavors to progress quality. instruction and the quality of understudies. Whereas the organization hypothesis can minimize vital and specialist clashes where utilizing discourse, coordination and shoulder-to-shoulder strategies, endeavors ought to be made to proceed and not constrain opportunity of expression as an specialist. This research is a literature review for education providers by comparing one article with another and generating criticism, input and arguments. The focus of this research is on the use of good corporate governance in schools (education providers), so that further research can be guided by the KNKG and describe the agency theory contained in these schools.

Keywords : *Good Corporate Governance ; Education Providers ; Agency Theory*

ABSTRAK

Sekolah sebagai penyelenggaraan pendidikan dapat memanfaatkan prinsip-prinsip dari *good corporate governance* sebagai upaya peningkatan mutu pada institusi tersebut. Pemanfaatan prinsip transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independen, fairnes (kesetaraan dan kewajaran) perlu dilakukan secara berkelanjutan, disajikan kepada *stakeholder*. Pemanfaatan prinsip-prinsip *good corporate governance* dapat digunakan sebagai dasar masukan para pengambil kebijakan kepala sekolah / sekolah (penyelenggara pendidikan) yang tentu saja dapat menjadi bahan peningkatan mutu pendidikan khususnya di wilayah/area jauh dari perkotaan (desa) yang masih perlu upaya lebih untuk meningkatkan mutu pendidikan dan kualitas peserta didik. Sedangkan pada teori agensi dapat menimalkan konflik *principal* dan *agent* dimana menggunakan cara diskusi, koordinasi dan saling bahu perlu diupayakan terus dan tidak membatasi kebebasan berekspresi sebagai agent. Penelitian ini merupakan penelitian studi pustaka (literatur review) bagi penyelenggara pendidikan

dengan membandingkan antara artikel satu dengan yang lainnya dan menghasilkan kritik, masukan dan argumentasi. Fokus penelitian ini pada pemanfaatan *good corporate governance* sekolah (penyelenggara pendidikan), sehingga penelitian selanjutnya dapat berpedoman pada KNKG dan mengurai teori agensi yang terdapat pada sekolah tersebut.

Kata Kunci : *Good Corporate Governance* ; Penyelenggara Pendidikan ; Teori agensi

PENDAHULUAN

Dunia pendidikan saat ini telah mengalami perubahan dengan mengikuti perkembangan jaman. Terlebih lagi di era pandemi Covid-19 saat ini, dunia pendidikan khususnya sekolah ataupun guru dipaksa untuk mengikuti perkembangan teknologi secara menyeluruh yang mau tidak mau suka tidak suka merubah proses belajar mengajar yang sebelumnya lebih intens dengan bertatap muka dan dapat bertemu langsung menjadi tatap maya dengan melakukan pertemuan secara *online*. Dalam dunia pendidikan bila kegiatan proses belajar mengajar dilakukan secara *online* dapat lebih fleksibel dalam pengembangan dunia pendidikan (Soebijono, 2020).

Kualitas diri dalam membentuk dan menghasilkan kualitas belajar yang berbobot dapat membentuk peserta didik dengan memperoleh nilai akhir yang berbobot pula. Tentunya tidak terlepas dari peran tenaga pengajar dan sekolah yang telah meramu kurikulum dan rencana kegiatan pembelajaran menyesuaikan dunia kerja yang memiliki kondisi berubah sewaktu waktu (dinamis) (Permatasari, 2013). Peran tenaga pengajar dapat merubah peserta didik dengan nilai-nilai *softskills*, yang sebelumnya belum pernah

melakukan (tidak tau) menjadi memiliki keterampilan (menjadi tau dan bisa) karena adanya perubahan diri, sikap maupun perilaku peserta didik. Peran lain mendukung perubahan pribadi peserta didik, peran tersebut yaitu orang tua dan lingkungan sekitar rumah, komunitas dan lain sebagainya.

Peran sekolah dalam mengelola sekolah mulai dari merencanakan program melalui kurikulum berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 36 tahun 2018. Dalam pengelolaannya menurut Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Pendidikan Nasional dapat direncanakan, dilaksanakan, dilakukan pengawasan kegiatan pendidikan pada tingkat satuan pendidikan pada satuan pendidikan agar tercapai tingkat efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pendidikan. Pengelolaan manajemen sekolah dilakukan secara berkelanjutan dengan menggunakan prinsip perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pergerakan (*Actuating*), dan penilaian/evaluasi (*Controlling*) (Akbar, 2021).

Pengelolaan penyelenggaraan pendidikan di lingkungan sekolah belum sepenuhnya tercapai dengan baik karena masih menimbulkan permasalahan (konflik) yang perlu dipecahkan terkait

dengan penyelenggaraan pendidikan dilapangan dengan pertanggungjawaban kepada *stakeholder* dan pemerintah. Guna tercapainya peningkatan daya saing dalam penyelenggaraan pendidikan dapat memanfaatkan mekanisme prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) secara berkelanjutan.

Prinsip GCG menurut Komite Nasional Kebijakan Korporasi (KNKG, 2019) terdiri dari Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi, Kesetaraan dan Kewajaran. Rumusan prinsip GCG yang tertuang, bertujuan untuk penyediaan informasi yang mudah dipahami, membangun tingkat kepercayaan, dan membangun budaya pencapaian dan pelaksanaan tersebut kepada *stakeholder* maupun agensi. Mekanisme (sistem) yang dikendalikan dapat mengatur dan mengarahkan kegiatan operasional entitas serta pihak yang berada didalamnya dapat mengurangi konflik kepentingan antar prinsipal dan agensi (Erstiawan, 2018).

Struktur organisasi pada institusi pendidikan bila dari penyelenggara pendidikan pihak swasta terdiri dari yayasan, pengawas, kepala sekolah, tenaga pendidik, peserta didik, orang tua dan masyarakat. Sedangkan struktur organisasi pada penyelenggara pendidikan negeri adalah kepala sekolah, komite sekolah, tenaga pendidik, peserta didik, orang tua dan masyarakat. Dari penyelenggara tersebut, kinerja organisasi yang tanggap terhadap kebutuhan lingkungan dapat meningkatkan kepuasan dan kompetensi siswa/lulusan (Trismanto ; Zainal Alim Adiwijaya, 2012)

Dari struktur organisasi tersebut merupakan pihak manajemen yang mengelola dan menyelenggarakan sekolah serta mempertanggungjawabkan *good corporate governance* kepada *stakeholder* sebagai upaya mengurai hasil yang telah dikerjakan selama periode berjalan. Apakah telah memenuhi persyaratan prestasi peserta didik baik minat bakat cabang olahraga, seni, maupun bidang akademik, perkembangan sistem dan teknologi sebagai upaya mempermudah akses komunikasi antar bagian dan operator data pokok pendidikan (DAPODIK), keuangan dan surat menyurat, perkembangan sarana prasarana, serta menambah kualitas tenaga pendidik maupun tenaga kependidikan. Dari semua ini jika kita bicarakan terkait dengan teori agensi telah terurai didalamnya asumsi keorganisasian, asumsi informasi dan asumsi sifat manusia.

Apabila dicermati bersama aktivitas yang dilakukan penyelenggara pendidikan dalam hal ini adalah kepala sekolah, sudahkah mencerminkan terurainya transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kesetaraan dan kewajaran. Tentunya dengan mengurai dan mengelola pendidikan secara tidak langsung kepala sekolah telah melaksanakan prinsip-prinsip GCG, namun pertanggungjawabannya kepada pihak pemegang saham dan yayasan. Tidak hanya itu saja pertanggungjawaban juga perlu dilakukan kepada tenaga pengajar, pendidik, siswa, orang tua dan kepada lapisan masyarakat.

Hubungan keagenan nampak jika lebih dari satu orang (*principal*)

mempercredakan dengan memberi pekerjaan kepada orang lain (*agent*) dengan memberikan tanggungjawab termasuk wewenang dalam pengambilan keputusan kepada agen tersebut (Yushita, Amanita Novi, 2010). Teori keagenan yang dikemukakan oleh Jansen dan Meckling (1976) dalam (Wahyuni, Andi Sri, 2018) terdapat kewajiban antara pemilik (yayasan, pemerintah/DIKNAS) dan pengelola perusahaan (kepala sekolah, guru). Teori keagenan merujuk pada pengelola / penyelenggara sekolah sebagai salah satu pihak yang diawasi.

Penyelenggara pendidikan melalui tenaga pendidik melaksanakan kegiatan belajar berdasarkan rencana pembelajaran (RPP), melakukan pengawasan melalui sumber daya tenaga pendidik, proses belajar mengajar dan bimbingan serta melakukan evaluasi berkelanjutan melalui hasil belajar siswa mulai dari ujian, penilaian, sampai peserta didik lulus. Pengelolaan sekolah berdasarkan efektivitas dan efisiensi kerja dilakukan mulai dari tenaga kependidikan, tenaga administrasi umum (TU), keuangan, sarana dan prasarana, hubungan sekolah dan masyarakat sekitar sekolah, yang tentunya dapat meningkatkan mutu sekolah tersebut.

Dari kegiatan tersebut diatas dibutuhkan pertanggungjawaban mulai dari sekolah yang dipimpin oleh kepala sekolah, tenaga pendidik (guru), keterlibatan siswa dalam sebagai penikmat dalam dunia pendidikan serta masyarakat luas yang ikut andil (*stakeholder*) dalam mempercredakan pendidikan sebagai wadah pengembangan diri dan memperoleh wawasan dan keilmuan.

Tujuan, manfaat dan dampak kedepan apakah penyelenggara pendidikan telah melaksanakan pedoman prinsip-prinsip GCG dalam upaya meningkatkan daya saing sekolah dan dapat menambah jumlah siswa baru dalam keberlangsungan masa depan pendidikan dan dapat dipertanggungjawabkan kepada *principal* dan *agent* sehingga tidak terjadi konflik berkepanjangan.

METODE PENELITIAN

Desain metode penelitian ini menggunakan data kepustakaan dengan mengumpulkan berbagai artikel atau informasi yang dibutuhkan melalui *Google Scholar database* pengelola jurnal *online* terakreditasi atau tidak terakreditasi, dari berbagai bidang, diantaranya dari bidang akuntansi, manajemen, hukum, perawatan, kependidikan, dan sebagainya. Tahun terbit artikel mulai dari 2010 – 2021 dan jurnal yang terpilih disesuaikan dengan topik yang terkait dengan *Good Corporate Governance*, teori agensi dan kependidikan. Analisis yang digunakan menggunakan analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Good Corporate Governance* pada Pendidikan

1.) Transparansi

Dalam hal ini keterbukaan informasi terkait dengan berbagai aktivitas kegiatan diantaranya pengelolaan keuangan yang disampaikan kepada publik terkait dengan pemerolehan dana baik dari pemerintah, maupun sumber dana dari pihak lain yang peduli dengan pendidikan yang

perolehan dana mulai dari SPP, Bantuan Operasional Sekolah (BOS), ekstrakurikuler.

Sedangkan penggunaan dana untuk menutup kebutuhan operasional sekolah, pengembangan minat dan bakat siswa yang dibina oleh salah satu tenaga pendidik yang memiliki kompetensi. Penggunaan lainnya termasuk gaji para tenaga pendidik maupun tenaga kependidikan. Biaya lainnya termasuk diantaranya listrik, air, keamanan, kebersihan, investasi alat praktikum, sarajna dan prasarana dan lain sebagainya.

Sifat *sensitive* pada dana (keuangan) yang dikelola berdasarkan pengajuan anggaran yang telah disusun pada awal periode dan digunakan bila program kerja dilaksanakan, dengan mengurai setiap detail transaksi baik penerimaan maupun pengeluaran dilaporkan kepada pimpinan pengelola penyelenggara pendidikan yaitu kepala sekolah. Pertanggungjawaban dapat disajikan secara menyeluruh terkait dengan laporan keuangan yang digunakan. Laporan pertanggung jawaban pengelolaan keuangan disampaikan secara rinci kepada yayasan selaku pengawas, termasuk pemerintah dengan penggunaan dana BOS, dewan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan.

Dari penyampaian pertanggung jawaban kepala sekolah atas pemerolehan dan penggunaan dana dilakukan secara jujur dan tidak ada yang ditutupi dan sesuai dengan program kerja. Berdasarkan tanggungjawab penyelenggara pendidikan yang

disampaikan secara transparan tentunya membawa hal yang positif bagi *stakeholder*, diantaranya adalah masyarakat sekitar yang peduli dengan pendidikan dan orang tua. Namun terdapat pula hal yang negatif, tentunya dapat dirembuk atau didiskusikan kepada pihak yang berwenang termasuk kepala sekolah, orang tua, maupun yayasan.

Prinsip transparansi pertanggungjawaban sekolah atas perolehan dan penggunaan dana serta kegiatan lain yang dapat dikonsumsi oleh publik merupakan salah satu sikap membangun kepercayaan terhadap *stakeholder*. Adanya kepercayaan atas kinerja pendidikan yang baik tentunya lebih memudahkan ketika masuk dalam tahun ajaran baru, dapat memperoleh peserta didik yang melebihi kuota prestasi, zonasi, dan mandiri.

Terdapat kondisi yang tidak diungkapkan kepada publik secara transparan yaitu persiapan penilaian peningkatan mutu dari dinas yang berwenang dengan menilai akreditasi. Penyelenggara pendidikan lebih banyak mengungkapkan kegembiraan atas hasil nilai akreditasi kepada publik dan *stakeholder* atas pencapaian yang dilakukan secara transparan. Kondisi lainnya adalah konflik manajemen yang dapat diselesaikan secara musyawarah dan mufakat dan biasanya lebih mengarah kepada evaluasi dan rekomendasi perbaikan.

2.) Akuntabilitas

Prinsip akuntabilitas disusun oleh pengelola berdasarkan komitmen yang tinggi dengan peraturan perundangan-

undangan yang ada. Komitmen lain terkait akuntabilitas yaitu obyektifitas, adanya nilai kejujuran, inovatif dan transparan.

Program kerja yang telah disusun sebelum tahun ajaran baru, merupakan dasar aktivitas baik yang sudah terencana maupun yang belum terencana atau mengikuti perkembangan kondisi datang.

Informasi yang dibutuhkan dalam terciptanya akuntabilitas dalam penyelenggaraan pendidikan dengan prinsip akurat, mudah dipahami dan fleksibel.

Evaluasi dapat dilakukan oleh pihak internal melalui bagian penjaminan mutu atau dari kepala sekolah maupun dari pihak lingkup diluar sekolah diantaranya pemerintah, masyarakat maupun pihak swasta salah satunya dari investor yang peduli dengan pendidikan serta yayasan.

3.) **Responsibilitas**

Pertanggungjawaban penyelenggara pendidikan dilihat dari beberapa sisi : (a) Pendidikan, mulai dari tenaga pengajar yang secara langsung mengelola aktivitas pembelajaran dikelas dan berinteraksi dengan peserta didik memiliki kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.

Tanggungjawab tenaga pendidikan sejauh ini telah membawa kebermanfaatan dalam hasil akhir pada mata pelajaran atau mata kuliah. Tidak dapat dipungkiri bahwa kinerja tenaga pendidik dalam mempertanggungjawabkan proses belajar masih perlu memaksimalkan lagi cara pengelolaan

pembelajaran, sadar atau tidak disadari bahwa kurikulum (2013) yang ada saat ini masih perlu dievaluasi secara *intensive* terkait dengan luaran dan kebermanfaatan peserta didik atas pengalaman belajar yang menjadi dasar kualitas peserta didik.

Hal ini tidak mudah dalam mengelola pendidikan menghasilkan peserta didik yang berkualitas, dibutuhkan segala upaya, dan usaha terkait dengan sinkronisasi dengan kebijakan-kebijakan pemerintah dalam mengikuti seluruh aturan sehingga penyelenggara pendidikan dan tenaga pendidik, tenaga kependidikan, fasilitas pembelajaran, sarana dan prasarana ikut andil dalam menghasilkan kualitas peserta didik.

Tanggungjawab penyelenggara pendidikan terhadap orang tua dan *stakeholder*, menjadi perhatian yang cukup besar terhadap pengelolaan pendidikan terlebih lagi terhadap nama baik sekolah yang dituju, bisa terkait dengan pengelolaan pendidikannya maupun dalam hal pertanggungjawaban keuangan.

Pengelolaan keuangan mulai dari membuat anggaran kegiatan dan melakukan kegiatan dilakukan oleh penyelenggara pendidikan yaitu internal, sebaliknya pihak luar tidak dilibatkan dalam pengelolaan keuangan yang ada. Tentunya mengurangi resiko konflik kepentingan.

Pertanggungjawaban keuangan yang dikelola oleh penyelenggara pendidikan secara internal dan disampaikan secara transparan kepada pihak yang berkepentingan diantaranya

orang tua, *stakeholder*, masyarakat, pemerintah maupun yayasan.

4.) Independensi

Penyelenggara pendidikan dalam mengelola keseluruhan sistem pendidikan dikelola secara otonom. Berbagai pihak yang bersama-sama meningkatkan kolaborasi dalam menjunjung tinggi nilai pendidikan, namun otonomi pengelolaan pendidikan diselenggarakan oleh penyelenggara pendidikan itu sendiri. Maksud dari pemikiran tersebut bahwa dalam mengelola keuangan pendidikan diserahkan sepenuhnya kepada penyelenggara pendidikan (sekolah) itu sendiri, mulai dari pengelolaan keuangan yang diterima langsung dari orang tua peserta didik maupun dari bantuan pemerintah (BOS).

Tidak hanya berbicara pada menerima uang dan mengelola, namun yang perlu digaris bawahi adalah mengelola keuangan itu apakah benar-benar telah disesuaikan dengan anggaran yang direncanakan dan apakah dalam pelaksanaan kegiatan fungsi-fungsi terkait memberikan otorisasi terhadap sejumlah pengeluaran yang ada. Tentunya hasil pengelolaan keuangan tersebut dapat dipertanggungjawabkan kepada berbagai pihak. Dan terdapat dewan pengawas dalam hal ini yayasan, masyarakat, orang tua, *stakeholder* dan pemerintah.

Pertanggungjawaban tersebut juga sewaktu-waktu dapat diverifikasi oleh Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) atau Dewan Pengawas Keuangan Dinas Pendidikan untuk memastikan

keberfungsian pengadaan barang, harga yang telah tercatat dalam pelaporan, dan penetapan pagu Standar Biaya Masukan dan Standar Biaya Keluaran yang sudah diatur dalam aturan pemerintah termasuk diantaranya aturan Menteri Keuangan.

5.) Kesetaraan dan Kewajaran.

Kesetaraan dan kewajaran yang dilakukan oleh penyelenggara pendidikan telah dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas tenaga pendidik yang secara keseluruhan memiliki kualitas pengajar yang setara dengan hasil akhir yang nantinya diterapkan pada saat pengelolaan pembelajaran.

Tuntutan yang wajib dikuasai oleh tenaga pengajar adalah terkait dengan administrasi sekolah maupun pemantapan atau penguasaan materi / bahan ajar. Kemampuan tenaga pengajar dalam menguasai bahan ajar sangat diperlukan dan mengelola proses belajar mengajar (PBM) didalam kelas.

Media pembelajaran dikuasai dengan kreatif dan inovatif sehingga proses pembelajaran menarik dan menyenangkan. Tidak itu saja tenaga pendidik mengikuti perkembangan program-program model pembelajaran dan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah. Sehingga program pengembangan pembelajaran dapat diaplikasikan kepada peserta didik.

Tidak hanya berhenti pada menerapkan program atau model pembelajaran pada peserta didik, namun perlu juga dilakukan penelitian lanjutan dalam kelas (PTK) terkait dengan model atau proses pembelajaran tersebut, sebagai respon penerapan model dan

dikemudian hari dapat dikelola sebaik mungkin sehingga peserta didik dapat memiliki kualitas yang sama. Tentunya hal ini tidak mudah, namun dapat dilakukan kombinasi dengan model dan program yang lain sesuai dengan kemampuan inovasi dan kreativitas tenaga pendidik dalam kolaborasi model pembelajaran.

Dengan demikian perlunya evaluasi pembelajaran dilakukan secara obyektif kepada para peserta didik yang tentunya sesuai dengan perolehan kemampuan peserta didik dalam memahami obyek atau materi yang diberikan.

B. Teori Agensi

Tata kelola penyelenggaraan pendidikan tidak terlepas dari *agent* dan *principal*, dimana masing-masing memiliki peran, tanggungjawab dan tugasnya yang menjadi dasar penilaian kinerja *agent*. Teori keagenan dalam penyelenggaraan pendidikan terdapat persetujuan dan penilaian kinerja dalam mengelola pendidikan dengan baik antara kepala sekolah, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan disebut sebagai *agent* sedangkan pemerintah, yayasan, komite sekolah dan masyarakat (*principal*).

Agent sebagai pengelola dan penyelenggara pendidikan memiliki orientasi dan prinsip memenuhi kebutuhan *principal* salah satu contoh adalah terkait dengan pelaksanaan kurikulum yang berlaku saat ini, pedoman metode pembelajaran yang menjadi kewajiban tenaga pendidik untuk terus berinovasi, kreatif dan berdaya guna. Pemberian pelayanan dengan mutu yang berkualitas kepada para *principal*, dan dapat

menguntungkan masyarakat dalam membangun dan membentuk kualitas peserta didik.

Agent dalam hal ini penyelenggara pendidikan (kepala sekolah, tenaga pendidik, dan tenaga kependidikan) mengukur tingkat keberhasilan kinerja berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang sesuai dengan tujuan dan sasaran mengelola pendidikan berdasarkan perkembangan terkini dengan mengevaluasi seluruh aspek dalam penyelenggaraan pendidikan sebagai upaya jaminan pendidikan yang bermutu dan dapat mengendalikan kualitas pendidikan peserta didik.

Setiap periode tertentu *agent* melakukan uji kelayakan secara komprehensif atas program pendidikan yang diselenggarakan berdasarkan standar nasional pendidikan. *Agent* merencanakan pengembangan sekolah, dengan memberdayakan kemampuan yang ada dan memotivasi seluruh *agent* dengan meningkatkan mutu pendidikan mulai dari perencanaan, pelaksanaan yang bertahap, dan dapat bersaing ditingkat kawasan regional maupun mancanegara.

Dari pandangan tersebut diatas apabila kepercayaan *principal* tidak sesuai dengan sasaran dan tujuan penyelenggaraan pendidikan dalam teori agensi (teori keagenan) ini, sehingga *agent* dapat memperkaya diri sendiri dan adanya konflik antara *principal* dan *agent* tentunya mempengaruhi pengembangan sumber daya dilingkungan tersebut.

Dalam teori keagenan sebagai *agent* sebagai penyelenggara pendidikan dalam mempertanggungjawabkan kinerjanya dilakukan pengungkapan hasil kerjanya

kepada para *principal* yang tentunya pengungkapan tersebut dilakukan secara transparan melalui pencatatan tiap transaksi dan disampaikan kedalam laporan keuangan periodik maupun tahunan yang tentunya mengikuti prosedur yang berlaku didunia pendidikan sesuai dengan peraturan menteri keuangan.

Agent dalam hal ini penyelenggara pendidikan juga melakukan pertanggungjawaban kinerja dengan melakukan akreditasi. Nilai hasil dari akreditasi tersebut menjadi dasar penyusunan kegiatan dan anggaran melalui pendapatan dan belanja.

Nilai akreditasi dapat mempengaruhi *stakeholder* (masyarakat dan komite sekola) dalam menentukan pilihan menyekolahkan anak ke sekolah yang memiliki nilai akreditasi yang baik. Rasa percaya diri dari peserta didik dan orang tua serta pandangan masyarakat terhadap penyelenggara pendidikan tersebut memperoleh pendidikan yang bermutu dibuktikan dengan sertivikat akreditasi sebagai bukti bahwa penyelenggara pendidikan tersebut memiliki mutu yang bagus, sehingga *principal* (*stakeholder*) khususnya masyarakat dan komite sekolah menyarankan kepada calon orang tua peserta didik lain untuk mempercayakan pelenggara pendidikan tersebut dapat diakui dan dipercaya / memiliki kredibilitas yang mumpuni dalam menghasilkan kualitas hasil belajar maupun karakter. Kebalikannya jika nilai akreditasi, hasil nilainya kecil dapat mempengaruhi minat peserta didik dalam memilih sekolah yang dituju.

Dengan adanya lembaga akreditasi sebagai penilai kinerja penyelenggara

pendidikan yang independen, profesional dan mandiri tentunya membawa dampak positif bagi teori keagenan dimana kepercayaan principal (yayasan) dalam memberikan santunan / memberikan modal tambahan atau menginvestasikan dananya dikelola oleh *agent* dilakukan secara efektif dan efisien dalam mengelola keuangan.

Bagi *principal* (pemerintah) adanya teori keagenan ini menjadi dasar pertanggungjawaban kinerja organisasi dan pengelolaan keuangan negara yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai batas koridor belanja biaya masukan dan biaya keluaran yang diatur oleh Menteri Keuangan. Apabila *agent* terbukti melakukan penyimpangan bukti transaksi dan bukti fisik dalam upaya meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana tentunya ada sanksi berlaku penyelenggara pendidikan, bisa dengan mengembalikan jumlah nominal yang telah dikeluarkan dan masuk ranah hukum pidana dengan ketentuan hukum yang berlaku.

KESIMPULAN

Dari hasil studi pustaka dapat diketahui bahwa *good corporate governance* dalam penyelenggaraan pendidikan dilakukan sebagai upaya peningkatan mutu pada institusi tersebut. Pemanfaatan prinsip transparansi penyelenggara pendidikan perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan mengurai setiap transaksi kedalam laporan keuangan dan disajikan kepada *stakeholder*. Sebagai penyelenggaran pendidikan memanfaatkan prinsip akuntabilitas dapat dilakukan secara utuh bagi kepala sekolah, tenaga pengajar dan tenaga pendidik

sesuai bidang dan tanggungjawabnya masing-masing. Memanfaatkan responsibilitas sebagai pertanggung jawaban penyelenggara pendidikan dengan upaya yang terus dilakukan mengikuti perkembangan kondisi didunia industri dan dikombinasikan ke dunia pendidikan sesuai koridor pendidikan yaitu Standar Pendidikan Nasional. Prinsip Independensi bagi penyelenggara pendidikan yang otonom dimana aktivitas pengelolaan keuangan mulai dari penerimaan dan belanja serta pengelolaan pendidikan tersebut dilakukan secara mandiri dan independen dengan mengikuti peraturan, kebijakan dan prosedur pendidikan tinggi sehingga mutu tenaga pendidik dan peserta didik berkualitas. Sedangkan pada kesetaraan dan kewajaran dilakukan oleh penyelenggara pendidikan dan tenaga pendidik yang mana diperlukan inovasi dan kreatifitas dalam mengelola kelas sehingga menjadi menarik. Adanya konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*, namun tidak berdampak pada penurunan kualitas hasil belajar peserta didik, namun yang sangat dirasakan adalah *agent* dengan *principal*, karena setiap waktu berdampingan dengan konflik sehingga diperlukan manajemen konflik bagi penyelenggara pendidikan dan *stakeholder*.

Implikasi hasil

Pemanfaatan prinsip-prinsip *good corporate governance* dapat digunakan sebagai dasar masukan para pengambil kebijakan kepala sekolah / sekolah (penyelenggara pendidikan) yang tentu saja dapat menjadi bahan peningkatan mutu pendidikan khususnya di wilayah/area jauh

dari perkotaan (desa) yang masih perlu upaya lebih untuk meningkatkan mutu pendidikan dan kualitas peserta didik. Sedangkan pada teori agensi dapat meminimalkan konflik *principal* dan *agent* dimana menggunakan cara diskusi, koordinasi dan saling bahu perlu diupayakan terus dan tidak membatasi kebebasan bereksprasi sebagai *agent* dalam mengelola pendidikan yang bahu membahu memperoleh peserta didik yang biasa menghasilkan lulusan yang luar biasa,

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian studi pustaka (*literatur review*) bagi penyelenggara pendidikan sehingga uraian dan hasil penelitian ini membandingkan antara artikel satu dengan yang lainnya, dengan topik *good corporate governance*, dari penelitian ini penerapan *good corporate governance* fokus pada sekolah (penyelenggara pendidikan) terus diupayakan secara berkelanjutan, sehingga penelitian selanjutnya dapat mengurai prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* antar satu sekolah dengan sekolah lain atau pun memperluas wilayah sehingga hasilnya diperoleh secara komprehensif.

Rekomendasi

Secara menyeluruh penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengambil kebijakan pada dunia pendidikan. Peningkatan mutu tidak hanya telah memperoleh nilai akreditasi yang baik, namun dengan mempertahankan nilai akreditasi dan bersaing dengan kompetitor menghasilkan lulusan yang

terbaik diperlukan inovasi, kreativitas upaya lebih dalam meningkatkan mutu pendidikan dan mutu lulusan. Saran dalam penelitian ini dapat melakukan penelitian lanjutan terhadap sekolah (penyelenggara pendidikan) dengan berpedoman pada Komite Nasional Kebijakan Korporasi (KNKG) dan mengurai teori agensi yang terdapat pada sekolah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian. (2018). Perspektif Guru Sebagai Agen Pembaharu (Agent Of Change) dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan Kewarganegaraan. *Untirta Civic Education Journal*, 79-100.
- Erstiawan, MS ; Tony Soebijono. (2018). Analisis *Good Corporate Governance* pada Koperasi (Pendekatan Sistem Informasi Studi Kasus Setia Bhakti Wanita Surabaya). *Develop*, <https://doi.org/10.25139/dev.v2i1.959>.
- Fattah Nanang. (2008). Kinerja Sekolah. *Universitas Pendidikan Indonesia*, [s://doi.org/10.17509/jap.v7i1.6248](https://doi.org/10.17509/jap.v7i1.6248).
- Ja'Far A, Khumaedi ; Munawir. (2018). *Good Corporate Governance* pada Lembaga Pendidikan Pesantren : Studi Pada Pondok Pesantren Universitas Islam Indonesia. *Akademika*, 197-216.
- Khairul Akbar, Hamdi ; Lalu Kamarudin ; Fahrudin. (2021, Maret). Manajemen POAC pada Masa Pandemi Covid -19. *Jurnal Kependidikan*, 167-175.
- Komite Nasional Kebijakan Governance. (2019, Juni). *Publikasi*. Retrieved from Pedoman Umum Governansi Korporat Indonesia: <https://knkg.or.id/>
- Lewaru, Trisna Sary. (2015). Permasalahan Agency Theory pada Perbankan Syariah. *Cita ekonomika*, 43-49.
- Nasrum, Muhammad; Akal, Hj. Andi Tenri Ulang. (2001). Corporate Governance (Konsep, Teori dan aplikasi di Beberapa Negara Asia). In U. M. Maros, *Essay on Disclosure* (pp. 1-162). Maros: Pustaka Salewangang.
- Nurfadlilah Emi. (2017). Tata Kelola Pendidikan : Studi Tentang Gerakan Ayo Sekolah di Kabupaten Bojonegoro dilihat dari Perspektif Good Corporate Governance. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 1-13.
- Permatasari, Anita ; Erstiawan, MS. (2013). Keberlanjutan Kurikulum Berbasis Kompetensi dalam meningkatkan Mutu Pendidikan Akuntansi pada 5 (lima) Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya. *Jurnal Bisnis Perspektif*, 123-156.
- Rahayu, Mugi. (2015). Pelaksanaan Standar Pengelolaan Pendidikan di Sekolah Dasar Kecamatan Ngemplak Sleman. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*, <https://doi.org/10.21831/jpipfip.v8i1.4929>.
- Santoso, R ; Martinus Sony Erstiawan ; Angen Yodho Kusworo. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 133-145.
- Soebijono, Tony, Erstiawan, MS. (2020). Peranan Revolusi Industri 4.0 Terhadap Mutu Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Jurusan Akuntansi. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 115 - 122.
- Suryanto, Agus ; Refianto. (2019). Analisis Pengaruh Penerapan

- Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Bina Manajemen*, 1-33.
- Trismanto ; Zainal Alim Adiwijaya. (2012). Tata Kelola Sekolah RSBI Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, 140-153.
- Wahyuni, Andi Sri. (2018). Kritik Teori Keagenan dalam Artikel Akuntansi : Konteks ke-Indonesiaan. *Jurnal Akuntansi dan Teknologi Informasi (JATI)*, <https://doi.org/10.24123/jati.v12i2.2463>.
- Yushita, Amanita Novi. (2010). Earnings Management Dalam Hubungan Keagenan. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 49-57.
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. No. 36 Tahun 2018 tentang Kurikulum 2013 Sekolah (Suryanto, Agus ; Refianto, 2019) (Lewaru, Trisna Sary, 2015) (Fattah Nanang, 2008) (Nurfadlilah Emi, 2017) Menengah Atas / Madrasah Aliyah
- Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan

Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai SAK EMKM Dan Analisa *Common Size* Untuk Menilai Kinerja Keuangan Mona Hijab Fashion

Putria¹, Sjamsul Hidayat², Andrianto³

^{1), 2), 3)} Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya

Koresponden Penulis: andrianto914@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to provide a comprehensive understanding and preparation of financial records so as to produce accountable financial reports for use by interested parties. This research is a qualitative descriptive study. Data collection techniques used by interviews, observation and documentation. The data used are primary data and secondary data. The results of the study produce reports in accordance with SAK EMKM which consists of income statements, statements of financial position and notes to financial statements. From the preparation of the financial statements, Mona Hijab Fashion in 2019 experienced a loss, this is because there is no preparation of financial reports according to EMKM standards so this also affects the analysis of financial performance in the business.

Keywords: Financial Statements; SAK EMKM; Common Size Analysis

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman dan persiapan pencatatan keuangan secara menyeluruh sehingga dapat menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipertanggungjawabkan agar dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang digunakan adalah berupa data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menghasilkan laporan sesuai dengan SAK EMKM yang terdiri atas laporan laba rugi, laporan posisi keuangan dan catatan atas laporan keuangan. Dari penyusunan laporan keuangan Mona Hijab Fashion pada tahun 2019 mengalami kerugian, hal ini dikarenakan tidak terdapat penyusunan laporan keuangan sesuai standar EMKM sehingga hal ini juga berpengaruh pada analisa kinerja keuangan pada usaha tersebut.

Kata kunci : Laporan Keuangan; SAK EMKM; Analisa Common Size

PENDAHULUAN

Perekonomian global diprediksi masih akan tumbuh melambat. Hal tersebut ditandai dengan penurunan target pertumbuhan ekonomi oleh beberapa negara besar seperti Cina dan Amerika Serikat. Keterlambatan ini masih dibayangi oleh isu perang dagang yang masih belum menemukan titik temu. Sementara

perekonomian Indonesia diprediksi masih tumbuh positif dan stabil sebesar 5,2% pada tahun 2019. Indonesia sampai saat ini masih menyandang status sebagai negara berkembang dengan pendapatan perkapita Indonesia masih dibawah rata-rata dunia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan pada akhir tahun 2019

menyatakan pendapatan perkapita Indonesia sebesar US\$ 4.174,9 artinya rata-rata penduduk Negara Indonesia berpenghasilan sebesar Rp. 59.100.000 setiap tahunnya, maka setiap bulan penghasilan penduduk Negara Indonesia rata-rata Rp. 4.925.000 (<https://www.msn.com> Rabu, 5 Februari 2020). Pengangguran menjadi suatu permasalahan khususnya di Negara berkembang seperti di Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada tahun 2019 mengalami kenaikan jumlah pengangguran di Indonesia sebesar 50.000 orang menjadi 7,05 juta orang pada Agustus 2019 dari Agustus 2018 sebesar 7 juta orang. Tercatat dari 133,56 juta orang angkatan kerja dan sebanyak 126,51 juta orang bekerja (<https://www.cnbcindonesia.com> Selasa, 5 November 2019).

Salah satu solusi untuk mengurangi pengangguran di Indonesia adalah dengan berwirausaha. Peran wirausaha sangatlah penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia serta turut mendorong penguatan struktur ekonomi. Saat ini jumlah wirausaha dalam negeri masih sekitar 3,1% (<https://www.kompasiana.com> Kamis, 5 September 2019). Di Indonesia tidak terlepas dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh individu maupun kelompok, terkait pula dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu motor penggerak perekonomian di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan kondisi eksisting UMKM di Indonesia Tahun 2018 dengan jumlah UMKM sebesar 64.194.057 Unit yang terdiri atas usaha mikro senilai 63.350.222 unit, usaha kecil senilai 783.132 unit dan

usaha menengah senilai 60.702 unit. UMKM dapat memberikan peluang usaha bagi mereka yang menyukai dunia wirausaha.

UMKM saat ini berkontribusi dalam memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia. Namun, kenyataannya sekarang ini banyak UMKM menyelenggarakan pencatatan laporan keuangan secara sederhana dan tanpa menggunakan standar akuntansi yang berlaku. Beberapa alasan yang mendasari banyaknya UMKM yang menggunakan pencatatan laporan keuangan secara sederhana adalah keterbatasan pemahaman pelaku UMKM akan ilmu akuntansi, anggapan bahwa laporan keuangan tidak terlalu penting dan menambah beban dan biaya untuk mempekerjakan seorang akuntan. Pelaku UMKM harus mengerti, mempersiapkan, dan menerapkan prosedur pencatatan akuntansi sehingga menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipertanggungjawabkan karena informasi keuangan tersebut merupakan hasil akhir dalam pencatatan akuntansi yang dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan seperti investor untuk perkembangan usaha.

Berdasarkan situasi dan kondisi yang ada saat ini, maka diperlukan penyusunan laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan. Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) telah mengeluarkan Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM) berlaku secara efektif pada tanggal 1 Januari 2018. SAK EMKM merupakan standar akuntansi keuangan yang lebih sederhana dibandingkan dengan SAK ETAP karena mengatur transaksi yang umum dilakukan oleh EMKM. Dasar pengukurannya murni

menggunakan biaya historis, sehingga EMKM cukup aset dan liabilitas sebesar biaya perolehannya. Kehadiran SAK EMKM diharapkan dapat membantu dalam menyusun laporan keuangan. Laporan keuangan yang sesuai Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dapat memberikan wawasan bagi para pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan wirausaha.

Laporan keuangan merupakan laporan yang menggambarkan kondisi keuangan suatu entitas pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu (Kasmir, 2017 : 7). Tujuan dari laporan keuangan adalah menyediakan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja dan perubahan dalam posisi keuangan suatu entitas bagi para pemakai laporan keuangan dalam pengambilan keputusan. Para pemakai laporan keuangan terdiri atas investor, pemasok, kreditur, pemerintah, karyawan dan masyarakat. Laporan keuangan yang digunakan Standar Akuntansi Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM) terdiri dari tiga, yaitu laporan posisi keuangan, laporan laba rugi dan catatan atas laporan keuangan (CALK).

Analisa *Common Size* merupakan salah satu teknik dalam menganalisis laporan keuangan untuk menilai kinerja keuangan suatu entitas dengan menghubungkan berbagai perkiraan yang terdapat pada laporan keuangan yang berguna untuk

pengambilan keputusan atau pengembangan usaha melalui pengajuan permohonan kredit. Tampil cantik dengan gaya elegan, simple dan terkini dapat dinikmati dalam balutan pakaian muslimah. Remaja bahkan orang dewasa sekarang kian menggemari tren pakaian muslimah yang saat ini sedang mengalami modifikasi sedemikian rupa. Pakaian muslimah yang biasa dikenal dengan sebutan jilbab, saat ini telah menjadi tren dalam berpenampilan. EMKM Mona Hijab fashion merupakan suatu usaha yang bergerak dalam bidang dagang seperti fashion muslimah. Mona Hijab fashion belum mengimplementasikan Standar Akuntansi Keuangan pada laporan keuangannya karena hanya menyimpan transaksi dan mencatat sebagian pengeluaran atau *cash basic*. Sehingga belum sesuai dengan SAK EMKM dan perlu dilakukan analisa *common size* untuk menilai kinerja keuangan terkait pengambilan keputusan atau pengembangan usaha melalui pengajuan permohonan kredit.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM pada Mona Hijab Fashion tahun 2019 dan mengetahui bagaimana kinerja keuangan pada Mona Hijab Fashion tahun 2019 dengan menggunakan analisa *common size*.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat bukti transaksi maupun catatan keuangan baik kas masuk maupun

kas keluar atau *cash basic* untuk penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM. Setelah itu, peneliti akan menganalisa kinerja laporan keuangan tahun 2019 dengan menggunakan analisa *common size* untuk pengambilan keputusan atau

pengembangan usaha dalam pengajuan permohonan kredit.

Pengumpulan data

Sugiono (2016: 224) prosedur pengumpulan data merupakan langkah yang paling yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Prosedur pengumpulan data dapat dilakukan yaitu :

1. Studi Lapangan Pengumpulan data dilakukan dengan cara peninjauan langsung terhadap entitas yang menjadi objek penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan seperti observasi, wawancara dan dokumentasi.

a. Observasi . Menurut Sugiono (2016: 310) observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui kegiatan melihat, mendengar dan bertanya. Observasi dapat digunakan untuk menggali data melalui sumber data baik berupa peristiwa, tempat atau lokasi, meupun benda. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati proses terjadinya transaksi dan pencatatan yang dilakukan oleh pemilik atau karyawan kemudian dilakukan analisa common size untuk mengetahui kinerja keuangan pada Mona Hijab fashion.

b. Wawancara. Menurut Fatihudin (2012: 122) wawancara merupakan salah satu prosedur pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung bertatap muka (face to face) dengan sumber data atau responden. Peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih dalam

tentang partisipasi dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal tersebut tidak bisa ditemukan pada saat observasi. Dalam penelitian ini, yang menjadi narasumber untuk dilakukan wawancara adalah pemilik usaha yaitu kepada Ibu Hj. Maymona, anak beserta karyawannya.

c. Dokumentasi Menurut Sugiono (2016: 329) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dalam bentuk tulisan seperti peraturan atau kebijakan entitas. Dalam penelitian ini, dokumen yang digunakan berupa nota penjualan, pembelian serta catatan transaksi lain yang terjadi pada Mona Hijab Fashion.

2.Studi Kepustakaan Untuk melengkapi data teori yang diperlukan, penulis melakukan studi kepustakaan dengan cara mencari informasi melalui artikel atau karya ilmiah dan membaca buku baik secara langsung maupun melalui Aplikasi Perpustakaan Digital atau iPusnas.

Analisa data

Pengolahan dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan melaksanakan penyusunan laporan berdasarkan SAK EMKM dengan mengumpulkan data berupa bukti transaksi dan catatan keuangan lain yang kemudian dilakukan analisa common size untuk menilai kinerja keuangan pada objek penelitian yaitu Mona Hijab Fashion. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data penelitian adalah sebagai berikut : 1. Melihat kondisi dan situasi yang ada pada Mona Hijab Fashion dari segi bukti transaksi dan catatan keuangan lain yang telah dilakukan selama ini. 2. Mengidentifikasi dan mengumpulkan data terkait

pencatatan transaksi keuangan Mona Hijab Fashion seperti pembelian, penjualan, catatan masuk dan catatan keluar, utang, piutang, beban operasional usaha dan sebagainya. 3. Mengevaluasi hasil pengamatan dan wawancara yang telah didapat kemudian peneliti akan membandingkan dengan teori dan literatur yang sesuai dengan aturan yang berlaku. Kemudian menyusun laporan keuangan minimum sesuai dengan SAK EMKM yang terdiri atas laporan posisi keuangan,

laporan laba/rugi dan catatan atas laporan keuangan selanjutnya dilakukan analisa common size untuk menilai kinerja keuangan pada Mona Hijab Fashion. 4. Kesimpulan dan saran dalam menyusun laporan keuangan dan analisa common size terkait kinerja keuangan Mona Hijab Fashion agar lebih baik kedepannya yang berguna untuk pengambilan keputusan atau pengembangan usaha melalui pengajuan permohonan kredit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Ibu Hj. Maymona peneliti melakukan analisa data untuk mengevaluasi pencatatan atas transaksi keuangan yang terjadi pada mona hijab fashion. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta membantu pemilik menyusun laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM kemudian dilakukan analisa common size untuk mengetahui kinerja keuangan mona hijab fashion yang nantinya akan berguna untuk pengambilan keputusan atau pengembangan usaha melalui pengajuan permohonan kredit. Ada beberapa tahapan yang dilakukan peneliti yaitu sebagai berikut :

[1]. Menyusun Neraca Awal Mona Hijab Fashion belum memiliki neraca awal karena usaha ini baru saja didirikan yaitu pada tahun 2019 dimana pada akhir tahun 2018 pemilik sudah mempersiapkan kebutuhan yang diperlukan seperti sewa toko dibayar dimuka, membeli peralatan dan perlengkapan toko. Berdasarkan neraca awal diatas diperoleh informasi yaitu sebagai berikut: (a). Kas. Kas diperoleh dari uang tunai yang tersedia

setelah digunakan untuk keperluan usaha kedepannya seperti membayar uang muka sewa toko, membeli persediaan barang dagang, membeli peralatan dan membeli perlengkapan tersisa kas sebesar Rp 1.837.000 ;(b). Persediaan. Persediaan barang dagang untuk kedepannya menggunakan pencatatan fisik atau periodik, dimana pemilik/anak dan karyawan bekerja sama untuk menghitung jumlah persediaan bila terjadi pembelian maupun penjualan barang. Pembelian persediaan awal mona hijab fashion dilakukan pada awal bulan januari 2019 yaitu persediaan barang dagang sebesar Rp 9.702.000 sudah termasuk potongan pembeliannya;(c). Perlengkapan Perlengkapan pertama mona hijab fashion sebesar Rp 490.000 sesuai hasil wawancara dengan umik mona sebagai pemilik pada 2 agustus 2020 beliau memberikan argumen “*jadi sebelum toko dibuka saya beli perlengkapan seperti buku tulis, bolpoin, kertas nota, plastik bening, kantong plastik, jarum dan perlengkapan toko lain yang dibutuhkan buat cadangan juga*

kedepannya”;(d).Sewa Dibayar Dimuka. Mona Hijab Fashion beralamatkan di Pasar Turi Baru Lt. 3 dengan sewa toko sebesar Rp 4.500.000 per tahun. Usaha ini melakukan dp sewa toko sebesar Rp. 1.150.000 sudah termasuk biaya listrik toko untuk 3 bulan kedepan. Selanjutnya pada bulan april 2019 mona hijab fashion mencicil sewa toko per bulan sebesar Rp 375.000 dan biaya listrik sebesar Rp 200.000. Fasilitas yang didapat dari sewa toko tersebut hanyalah ruangan; (e). Aset Tetap. Aset tetap Mona Hijab Fashion berupa peralatan berupa etalase, patung-patung, gawang hanger, kursi plastik, meja kayu dan sepeda motor. Aset tetap ini akan disusutkan dengan menggunakan metode garis lurus yaitu pada tahun 2019. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik pada 2 agustus 2020 beliau mengatakan bahwa *“Kalau aset tetap pertama kali beli peralatan mbak seperti patung patung, gawang hanger dan kursi plastik untuk etalase saya letakkan di rumah buat stok persediaan yang baru saja kulaan atau bisa juga pesanan orang, selain itu ada juga meja kayu dirumah jadi saya gotong buat jualan ditoko, kalau kendaraan pake sepeda motor biasanya anak saya yang ngantar buat kulaan barang dan juga ke toko bersama anak saya juga yang bantu”*; (f). Modal Modal Mona Hijab Fashion sebesar Rp 34.150.000 yaitu terdiri atas modal awal pemilik sebesar Rp 17.500.000 dan aset tetap pribadi seperti meja kayu dan sepeda motor sebesar Rp 16.650.000

[2]. Setelah mengetahui informasi terkait neraca awal januari 2019 maka selanjutnya peneliti akan mengumpulkan data transaksi yang dilakukan Mona Hijab

Fashion tahun 2019 yang nantinya akan disusun laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM pada Tahun 2019. Adapun catatan transaksi harian yang peneliti dapatkan dari Mona Hijab Fashion

Penyusunan Laporan Keuangan Mona Hijab Fashion Berdasarkan SAK EMKM

Berdasarkan data yang diperoleh maka peneliti melakukan penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM pada usaha Mona Hijab Fashion. Langkah pertama dalam penyusunan laporan keuangan adalah jurnal umum yang diambil berdasarkan transaksi yang dilakukan Mona Hijab Fashion Tahun 2019 dengan menggunakan akun perkiraan. Transaksi keuangan yang telah dijurnal, kemudian diposting ke buku besar untuk memindahkan informasi akuntansi dari jurnal ke buku besar sehingga tampak pengaruh perubahan akibat transaksi terhadap keadaan aset, liabilitas dan ekuitas suatu entitas. Setelah posting ke buku besar, langkah selanjutnya adalah menjumlahkan saldo akhir yang ada di buku besar ke dalam satu kolom (Neraca Saldo) untuk memastikan atau membuktikan antara jumlah debit dan kredit sama. Setelah jurnal umum di posting ke buku besar, dibuatkan neraca saldo sebelum penyesuaian, selanjutnya dibuat jurnal penyesuaian yang bertujuan untuk memperbarui data laporan keuangan. Proses selanjutnya adalah menyusun neraca lajur atau kertas kerja (worksheet). Neraca lajur merupakan kertas berkolom yang berisi akun yang diperlukan untuk menyusun laporan keuangan secara sistematis. Laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang menyajikan kinerja keuangan entitas

dalam periode tertentu. Laporan laba rugi mencakup pendapatan dan beban yang dikeluarkan entitas dalam menjalankan usahanya. Laporan perubahan modal memberikan informasi terkait perubahan modal baik yang berasal dari laba/rugi maupun pengambilan pribadi suatu entitas. Perubahan ini bisa berupa penambahan modal maupun pengurangan modal usaha hingga akhir periode akuntansi. Laporan posisi keuangan menyajikan informasi terkait aset, liabilitas dan ekuitas pada akhir periode pelaporan. Dalam SAK EMKM mencakup pos-pos seperti kas atau setara kas, piutang, persediaan, aset tetap utang usaha dan ekuitas. Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK) merupakan suatu informasi yang disajikan secara sistematis yang memuat pernyataan bahwa laporan keuangan disusun berdasarkan SAK EMKM, ikhtisar kebijakan akuntansi serta informasi tambahan lain yang menjelaskan transaksi penting dan material sehingga bermanfaat bagi pengguna untuk memahami laporan keuangan.

Analisa Keuangan Common Size untuk menilai kinerja Mona Hijab Fashion

Setelah mengetahui laporan keuangan Mona Hijab Fashion Tahun 2019, langkah selanjutnya adalah menggunakan laporan keuangan tersebut menjadi suatu informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan. Agar dapat memberikan informasi yang akurat digunakan analisa Common Size. Analisa Common Size Merupakan analisa yang perhitungannya menggunakan persentasi (%) dari suatu akun terhadap total akun. Analisa Common Size pada Mona Hijab

Fashion dilakukan secara vertikal yaitu untuk laporan posisi keuangan dilakukan dengan membagi masing-masing akun terhadap total aset, sedangkan untuk laporan laba rugi dilakukan dengan membagi masing-masing akun terhadap total penjualan. Berdasarkan data diatas analisa Common Size Mona Hijab Fashion Tahun 2019, diprediksikan bahwa : 1) Kas sebesar 17,38% dari total aset bermaksud bahwa setiap Rp 1,00 aset yang diinvestasikan ke kas sebesar Rp 0,1738. Hal ini dikarenakan untuk meminimalisir pengeluaran yang akan terjadi kedepan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mona Hijab Fashion menyatakan kas ditangan untuk keperluan toko seperti kulaan barang dagang baik produk lama maupun terbaru, bayar sewa toko, gaji karyawan, dan sebagainya. 2) Piutang dagang sebesar 0,13% dari total aset bermaksud bahwa setiap Rp 1,00 aset yang diinvestasikan ke piutang sebesar Rp 0,0013. Hal ini dikarenakan piutang yang diinvestasikan rendah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mona Hijab Fashion menyatakan piutang terkumpul rata-rata kurang dari dua minggu atau lebih dan tidak terjadi resiko piutang tak tertagih. 3) Persediaan barang dagang sebesar 33,79% dari total aset bermaksud bahwa setiap Rp 1,00 aset yang diinvestasikan ke persediaan sebesar Rp 0,3379. Hal ini dikarenakan adanya penggunaan efisiensi mengelola persediaan dalam rangka mendukung penjualan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mona Hijab Fashion menyatakan persediaan yang terus dilakukan selama barang tersebut laku terjual dan banyak diminati pelanggan. 4) Perlengkapan sebesar 0,79% dari total aset

bermaksud bahwa setiap Rp 1,00 aset yang diinvestasikan ke perlengkapan sebesar Rp0,0076. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mona Hijab Fashion menyatakan perlengkapan dibeli dalam kuantitas banyak. Membeli perlengkapan 1 sampai 3 bulan sekali sesuai kebutuhan. 5) Aset tetap berwujud berupa peralatan sebesar 16,35% dan kendaraan sebesar 46,31% dari total aset bermaksud bahwa setiap Rp 1,00 aset yang diinvestasikan ke aset tetap berwujud peralatan sebesar Rp 0,1635 dan kendaraan sebesar Rp 0,4631. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mona Hijab Fashion menyatakan peralatan dibeli pada saat toko dibuka dan ada aset tetap pribadi yang dipakai untuk kegiatan usaha ditoko seperti meja kayu dan kendaraan. 6) Akumulasi penyusutan peralatan sebesar -3,17% dan akumulasi penyusutan kendaraan sebesar -11,58% dari total aset bermaksud bahwa setiap Rp 1,00 aset yang diinvestasikan ke akumulasi penyusutan peralatan sebesar -Rp 0,0317 dan akumulasi penyusutan kendaraan sebesar -Rp 0,1158. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mona Hijab Fashion menyatakan terkait penyusutan aset tetap berwujud berupa peralatan belum ada penyusutan. Hal ini dikarenakan toko yang baru saja dibuka, sehingga peralatan masih baru dan layak digunakan. Untuk aset tetap kendaraan kadang dilakukan penyusutan akan tetapi menggunakan uang pribadi pemilik. Oleh karena itu, sebaiknya dilakukan akumulasi penyusutan aset tetap berwujud baik peralatan maupun kendaraan untuk berjaga-jaga dikemudian hari. 7) Utang beban sebesar 10,46% dari total aset

bermaksud bahwa setiap Rp 1,00 aset atau liabilitas dan ekuitas dibiayai dengan utang beban sebesar Rp 0,1046. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mona hijab Fashion menyatakan belum dibayarkan gaji pemilik sehingga menimbulkan utang beban gaji pemilik. Sebenarnya pemilik tidak mengakumulasi beban gaji pemilik dikarenakan toko yang baru saja didirikan dan keuntungan yang diperoleh masih terus diputar untuk perkembangan usaha. 8) Modal sebesar 89,54% dari total aset atau liabilitas dan ekuitas bermaksud bahwa setiap Rp 1,00 aset atau liabilitas dan ekuitas dibiayai dengan modal sebesar Rp 0,8954. Hal ini dikarenakan terjadi pengurangan modal, banyak pengeluaran yang harus dikeluarkan pada saat toko baru saja didirikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mona Hijab Fashion menyatakan usaha ini dilakukan dengan modal pribadi dan modal aset tetap berupa peralatan meja kayu dan kendaraan sepeda motor. 9) Harga pokok penjualan sebesar 79,13% dari total penjualan bersih bermaksud bahwa setiap Rp 1,00 dari penjualan bersih mampu memberikan harga pokok penjualan sebesar Rp 0,7913 dan menghasilkan rugi bersih sebelum pajak sebesar -3,17% atau -Rp 0,0317. Hal ini dikarenakan banyak beban lain yang harus dikeluarkan pada saat toko pertama kali buka tahun 2019 seperti penyusutan aset tetap per bulan, sewa toko, iklan untuk penjualan online dan gaji. Sedangkan untuk laba kotor dari penjualan bersih sebesar 20,87%. Hal ini dikarenakan jumlah beban yang tidak berkontribusi atau sebelum dikurangi jumlah beban.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah menyusun laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM dan Analisa Keuangan untuk menilai kinerja Mona Hijab Fashion Tahun 2019. Berdasarkan data yang diperoleh dari usaha Mona Hijab Fashion, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut : [1]. Mona Hijab Fashion belum melakukan penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM, namun Mona Hijab Fashion masih menyimpan bukti transaksi (nota) pembelian dan penjualan. Selain itu Mona Hijab Fashion juga membuat catatan keuangan berupa piutang dan pengeluaran lain yang tidak ada bukti transaksi (nota) dalam seminggu atau 2 minggu sekali. Mona Hijab Fashion terkendala dalam melakukan penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM dikarenakan kurangnya pemahaman informasi. [2]. Laporan keuangan telah disusun

berdasarkan SAK EMKM menunjukkan bahwa Mona Hijab Fashion Tahun 2019 mengalami kerugian sebesar Rp 2.930.500. Hal ini dikarenakan Mona Hijab Fashion baru saja didirikan dan banyak pengeluaran lain yang harus dibayarkan seperti penyusutan aset tetap per bulan, gaji, sewa toko, iklan untuk penjualan online dan sebagainya. [3]. Analisa keuangan untuk menilai kinerja Mona Hijab Fashion tahun 2019 masih belum sempurna. Hal ini dikarenakan kurangnya perhitungan tahun untuk diperbandingkan pada analisa Common Size yang hanya dalam bentuk Persentase saja. Sehingga tidak dapat dievaluasi perkembangannya. Hanya saja terkait hubungan antara akun yang terdapat pada laporan posisi keuangan terhadap total aset dan akun yang terdapat pada laporan laba rugi terhadap penjualan bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A., & Setiawan, Johan. (2018). Metode Penelitian Kualitatif. Jawa Barat: CV Jejak.
- Bactiar, H. (2019). Akuntansi Dasar Buku Pintar Bagi Pemula. Yogyakarta : CV. Budi Utama.
- Bahri, S. (2016). Pengantar Akuntansi. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fatihudin, D. (2012). Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. Sidoarjo: Zifatama.
- Hantono, J. (2016). Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Yogyakarta: Edisi Kesepuluh.
- Harahap, S. (2015). Teori Akuntansi. Jakarta: PT Raja Persada.
- Herry, S.E., M.Si. (2014). Akuntansi Dasar 1&2. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM). Jakarta: IAI.
- Judianto, R., Ismunawan, & Nugroho, A. (2018). Implementasi Penyusunan

-
- Laporan Keuangan Umkm Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan entitas Mikro Kecil dan Menengah (SAK EMKM) pada UKM Davin Decor di Surakarta. JAB VOL 4 No. 02 Desember , ISSN : 2502-3497.
- Kartikahadi, H. (2016). Akuntansi Keuangan berdasarkan SAK berbasis IFRS. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Kasmir. (2016). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Keiso, D., Weygandt, Jerry J, Kimmci, & Paul D. (2016). Accounting Principles Twelfth . Asia: John Wiley & Sons.
- M. Hanafi, M.B.A, D., & Halim, M.B.A, P. (2016). Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Nuvitasari, A., & Norita. (2019). Implementasi SAK EMKM sebagai dasar penyusunan laporan keuangan usaha mikro, kecil dan menengah (SAK EMKM) pada UD Karya Tangi di Banyuwangi. Pangestu, P.,
- Aplonia Lau, E., & Sunarto. (2019). Perancangan penyusunan laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi keuangan entitas mikro kecil dan menengah (SAK EMKM) pada Usaha Grosir Nikmat Aida. Research of Accounting and Business Management (RJABM); PISSN2580-3115; E-ISSN 2580-3131, 1-24.
- Pujianti, F. (2015). Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan Khusus Perpajakan dan Umkm. Lembar Pustaka Indonesia.
- Rudianto. (2018). Akuntansi Intermediete. Jakarta: Erlangga.
- Sugiarto, E. (2017). Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi dan Tesis. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (cet ke - 26). Bandung: Alfabeta.
- Windayani, L., Herawati, N., & Sulindawati, L. (2018). Analisis penerapan aplikasi akuntansi berbasis android Laminko untuk membantu usaha mikro menyusun laporan keuangan sesuai SAK EMKM. JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesa, Vol:9 No: 3, 1-13.

Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui JATIM BANGKIT

Diana Rapisari

Universitas Bhayangkara Surabaya

diana@ubhara.ac.id

ABSTRACT

The National Economic Recovery Strategy in East Java is really a plan or map to help leaders or direct organization in East Java in economic recovery efforts, handling the pandemic of Corona Virus Disease (COVID-19) or responding to threats that threaten the economy or financial system as well as economic rescue in East Java. This article was written using a qualitative descriptive method with interview and documentation techniques. The information of this research is officials who are in the Regional Development Planning Agency of East Java Province who are members of the National Economic Recovery Program in East Java through East Java Bangkit, so that the authors can present data systematically, factually and accurately regarding facts in the field. National Economic Recovery Strategies in East Java include recovery of trade and industrial activities, overcoming trade barriers both import duties and import export regulations, budget allocated for health and education in order to ease the burden on society, increase disposable income through creative efforts, encourage household consumption, which is a contributor to aggregate expenditure, continues the subsidy program for small industries and cooperatives as well as optimism for East Java's economic growth.

Keywords: JATIM RISE, Economic Recovery Program, Strategy.

ABSTRAK

Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur adalah keseluruhan rencana atau peta untuk membantu pemimpin atau mengarahkan organisasi dan instansi di Provinsi Jatim sebagai upaya pemulihan kembali perekonomian, penanganan pandemi karena Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) atau respon terhadap ancaman yang mengancam perekonomian atau sistem keuangan serta penyelamatan ekonomi di Jawa Timur, Indonesia. Artikel ini ditulis dengan metode deskriptif kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data wawancara serta dokumentasi. Informan penelitian ini adalah Pejabat yang berwenang di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Timur yang tergabung dalam Program Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui Jatim Bangkit, sehingga penulis dapat menyajikan data secara sistematis, faktual dan akurat berdasarkan fakta-fakta di lapangan. Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur diantaranya adalah Pemulihan aktivitas perdagangan dan industri, mengatasi hambatan perdagangan baik bea masuk maupun regulasi ekspor impor, anggaran mayoritas dialokasikan pada kesehatan dan pendidikan agar dapat meringankan beban masyarakat, meningkatkan disposable income melalui usaha kreatif, mendorong konsumsi rumah tangga yang merupakan penyumbang aggregate expenditure, melanjutkan program subsidi industri kecil dan koperasi serta optimisme pertumbuhan ekonomi Jatim.

Kata Kunci: JATIM BANGKIT; Program Pemulihan Ekonomi; Strategi.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang menimpa hampir seluruh negara di dunia sejak awal tahun 2020 selain berimbas pada kesehatan mau tidak mau ikut meluluh lantakkan perekonomian suatu negara. Efek yang luar biasa terjadi di sektor ekonomi hampir di seluruh belahan dunia memukul seluruh sektor perdagangan, perindustrian, pariwisata hingga kesehatan yang paling terdampak. Begitu pula di Indonesia yang mengalami penurunan perekonomian yang hebat di berbagai sektor terutama pariwisata dan perdagangan. Belum lagi mengakibatkan gelombang pengangguran yang tinggi. Data dari Badan Pusat Statistik per bulan Agustus 2020 terdapat sebanyak 9,77 juta pengangguran pada usia produktif. Sebanyak 1,3 juta pengangguran disumbangkan oleh Provinsi Jawa Timur. Pandemi covid-19 juga berdampak pada kontraksi LPE jatim yaitu -2,39% namun kinerjanya masih lebih baik dibandingkan provinsi lain setara di Jawa dan mampu memberikan kontribusi terbesar ke-2 secara Nasional. PDRB Per kapita juga menurun sebagai dampak pandemic Covid-19 yaitu hanya sebesar 57,55 Milyar di tahun 2020 yang mana sebelumnya di Tahun 2019 sebesar 59,02 Milyar.

Dampak lain dari pandemi adalah jumlah dan persentase penduduk miskin yang semakin hari semakin bertambah, sumber data dari BPS RI tahun 2021 tentang jumlah penduduk miskin di 6 provinsi di pulau Jawa menerangkan:

Tabel 1. Jumlah Penduduk Miskin di 6 Provinsi di Pulau Jawa Tahun 2020 dan Prosentasenya

Provinsi	Jumlah Pengangguran (dalam juta)	Persentase
DI Yogyakarta	503.140	12,8%
Jawa Tengah	4.119.930	11,84%
Jawa Timur	4.585.970	11,46 %
Jawa Barat	4.188.520	8,43%
Banten	857.640	6,63%
DKI Jakarta	496.840	4,69%

Sumber data : BPS RI, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa urutan tiga terbesar jumlah penduduk miskin yang terbesar terdampak akibat Pandemi adalah berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar 12,8% dari seluruh penduduk di Indonesia diikuti dengan Jawa Tengah sebesar 11,84% dan pada urutan ketiga di Jawa Timur sebesar 11,46% yaitu sebanyak 4.585.979 jiwa penduduk.

Dampak lain yang terjadi adalah meningkatnya pekerja yang terdampak Covid-19 di pemerintahan Provinsi Jawa Timur yaitu sebesar 41.205 dimana sebanyak 272 perusahaan telah melakukan pemberhentian kerja secara sepihak di sektor usaha yaitu sebanyak 7.097 orang dimana penyumbang terbesar terdiri dari sektor usaha manufaktur, industri pengolahan kayu, serta perdagangan dan perhotelan. Sedangkan sebanyak 607 perusahaan telah merumahkan 34.108 orang pekerja dengan penyumbang terbanyak berasal dari sektor usaha perhotelan dan restoran, alas kaki, tekstil serta manufaktur.

Upaya pemerintah Pusat dalam menanganani keterpurukan ekonomi nasional akibat pandemic COVID-19 adalah dengan mengeluarkan kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional. Pemerintah Daerah Jawa Timur pun merespon kebijakan tersebut dengan menggaungkan Jawa Timur Bangkit.

Dalam artikel ini penulis akan mendeskripsikan “Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui JATIM BANGKIT.”

KAJIAN TEORI

Dalam buku *Business Strategy & Policy “Second Edition”* (hal.12), Smith Arnold Bizzell menyebutkan :

“A strategi can be though of as the overall game plan or map to help lead or direct the organzation toward the desired objectives.”

“(....Strategi bisa jadi seperti keseluruhan rencana permainan atau peta untuk membantu pemimpin atau mengarahkan organisasi ke arah tujuan yang diinginkan)”.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2020, program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dapat didefinisikan merupakan rangkaian kegiatan untuk pemulihan perekonomian nasional yang merupakan bagian dari kebijakan keuangan negara yang dilaksanakan oleh Pemerintah sebagai usaha mempercepat mengatasi tentangan berkaitan dengan pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID19) dan menghadapi ancaman yang beresiko besar bagi perekonomian nasional dan/atau kestabilan sistem keuangan serta penyelamatan ekonomi secara nasional.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur adalah keseluruhan rencana atau peta untuk membantu pemimpin atau mengarahkan organisasi di Jawa Timur Indonesia pada strategi pemulihan ekonomi, penanganan pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) maupun respon terhadap hambatan yang beresiko membahayakan perekonomian serta sistem keuangan dan penyelamatan ekonomi di Jawa Timur. Dimana pemerinah Jawa Timur menggaungkan Jawa Timur Bangkit yang artinya Jawa Timur siap bangun atau berjuang kembali untuk memulihkan ekonomi yang sempat terjatuh dan sangat tidak stabil akibat pandemi COVID-19.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini dikategorikan deskritif kualitatif. Jenis penelitian ini penulis pilih karena memaparkan data secara sistematis, faktual dan tepat mengenai fakta-fakta di lapangan terutama fakta mengenai Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui JATIM BANGKIT.

Sedangkan Teknik pengumpulan data yang dipilih adalah wawancara, mendokumentasikan kemudian dianalisis sebagai bahan penelitian. Objek yang diamati adalah strategi pemerintah dalam memulihkan ekonomi di Jawa Timur melalui JATIM BANGKIT. Informan dalam penelitian ini adalah Pejabat yang berwenang di Badan Perencanaan Pembangunan daerah Provinsi Jawa Timur yang tergabung dalam program Pemulihan Ekonomi Nasional melalui Jatim Bangkit digaungkan oleh pemerintah Provinsi Jawa Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan pemulihan ekonomi nasional Provinsi Jawa Timur pasca pandemi Covid 19 dengan mengaktifkan seperti semula agro industri, pariwisata dan investasi. Mengaktifkan kembali mesin penggerak ekonomi dan penyerapan sumber daya manusia serta menggerakkan usaha-usaha lain yang terkait. Dengan detail strategi sebagai berikut:

Pemulihan Industri dan Perdagangan

1. Memperkuat Desain Produk
2. Memfasilitasi Standarisasi Produk berupa Sertifikasi Halal, SNI.
3. Mengadakan Pasar Murah Online Mandiri atau disingkat PAMOR
4. Menggiatkan Misi perdagangan antar pulau on line
5. Perlindungan Konsumen dengan menerapkan Protokol Kesehatan di seluruh Sektor Perdagangan

Transformasi Bisnis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

1. Implementasi *Cleanliness, Health, Safety & Environment Sustainability (CHSE)* di sector pariwisata
2. Rebranding Pariwisata
3. Reaktivasi Wisatawan
4. Pengembangan platform digital pariwisata
5. Penguatan 3A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas)

Akselerasi Investasi

1. Promosi Investasi (INIJATIM dan *East Java Infestival / EJI*)
2. Dukungan kemudahan perijinan (Jatim *Online Single Submission / JOSS*)

3. *One on One Bussines & Meeting*

Optimalisasi Jatim Argo dan Ketahanan Pangan.

1. Penguatan *Cooperative Farming*
2. Pertanian Berbasis Koperasi (Hulu – Hilir Argo Industri)
3. Pengelolaan Hortikultura Terpadu
4. Pengembangan Perhutanan Sosial
5. Optimalisasi Program Petik Olah Kemas Jual
6. Asuransi Petani, Nelayan dan Tenak Sapi
7. Pengembangan Perikanan Tangkap
8. Penguatan Daya Saing Produk
9. Kesehatan Masyarakat Veteriner
10. Pengembangan Argopolitan & Minapolitan
11. Peningkatan Produksi tanaman tahunan (tebu, coklat, kopi) dan fasilitasi industrialisasinya (gula dll)
12. Intan Selaksa (inseminasi buatan sejuta lebih anak Sapi)

Penguatan Koperasi & UMKM

1. Restrukturisasi Usaha & Afirmasi pembiayaan KUMKM
2. Advokasi & *Clinic Center KUKM* melalui *Business Development Center (BDC)*
3. *E-Learning*
4. Digitalisasi Marketing melalui *Market place* Lumbung Pangan Jatim & *platform* digital lain.
5. OPOP & MIC.

Strategi Jatim Bangkit tak hanya berfokus pada pemulihan ekonomi, namun juga meningkatkan kualitas pendidikan sebagai berikut :

1. Peningkatan akses pendidikan menengah atas
2. Peningkatan menempuh jenjang studi menengah kejuruan
3. Peningkatan arah pendidikan khusus dan layanan khusus
4. Meningkatkan kualitas, profesionalitas, kesejahteraan guru dan tenaga kependidikan
5. Peningkatan kualitas manajemen pelayanan pendidikan
6. Peningkatan mutu teknologi informasi dan komunikasi pendidikan
7. Peningkatan rata rata lama sekolah dan
8. Peningkatan teknis ketrampilan

Sedangkan strategi peningkatan kualitas kesehatan adalah melalui :

1. Meningkatkan status kesehatan keluarga,
2. Meningkatkan jalan masuk dan kualitas pelayanan kesehatan,
3. Meningkatkan upaya promotive dan preventive melalui konseling dari pintu ke pintu, desa sehat dan santri jatim sehat dan berkah (sajadah),
4. Mentargetkan pelayanan kesehatan bagi ibu, anak dan balita melalui bunda anak impian (Bualan) dengan mutu
5. Menyediakan pelayanan kesehatan gratis dan berkualitas (tantista)
6. Memperluas jalan masuk dan kekuatan fasilitas kesehatan
7. Memenuhi pemerataan redistribusi tenaga kesehatan terutama di wilayah terpencil, tertinggal, perbatasan dan kepulauan melalui Bahari Husada disingkat rumah sakit terapung

8. Penguatan RSUD dan RSUD rujukan di 5 koridor

Sedangkan untuk strategi penurunan tingkat pengangguran adalah :

1. Memaksimalkan kualitas produktivitas,
2. Meningkatkan penempatan penduduk potensial di daerah transmigrasi,
3. Peningkatan penempatan dan perluasan kesempatan kerja, peningkatan efektivitas pembinaan dan mediasi hubungan industrial
4. Peningkatan efektifitas pembinaan dan mediasi hubungan industrial
5. Peningkatan efektifitas pengawasan di bidang norma ketenagakerjaan
6. Mengembangkan kapasitas BLK yang intensif
7. Membangun tim integrasi lulusan perguruan tinggi dan SMK melalui Science Techno Park
8. Pengembangan marketplace profesi millennial melalui *millennial job centre* (MJC).

Bentuk nyata yang telah diterapkan di Jawa Timur adalah:

1. Program bantuan pangan/tunai yang mana diberikan kepada keluarga terdampak covid-19 non DTKS dan DTKS yang belum menerima program sesuai dengan usulan kab/kota. Dengan besaran bantuan Rp 200.000,- per KPM/bulan yang diterimakan 3 bulan di 38 kabupaten/kota Jawa Timur dengan total anggaran Rp 450 Milyar.
2. Program Keluarga Harapan yang adalah program pemberian bantuan

- bersyarat atau cash Transfer Condition yang diberikan kepada keluarga dan atau seseorang yang miskin dan rentan yang terdaftar dalam DTKS dengan besaran bantuan Rp 900rb sampai dengan Rp 3 juta pertahun dan sasaran 1.522.963 KPM.
3. Program Keluarga Harapan Plus dengan tujuan Peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan bagi KPM lanjut usia dengan memanfaatkan bantuan sosial berupa uang yang disalurkan secara non tunai dengan besaran bantuan Rp 2 juta pertahun dan sasaran sejumlah 50 ribu lansia dengan kriteria penerima manfaat diharuskan berusia 70 tahun keatas dan berasal dari keluarga penerima bantuan PKH yang memiliki komponen kesehatan dan atau pendidikan.
 4. Program Bantuan Pangan Non Tunai (BNPT) dengan bantuan sosial yang disalurkan secara non tunai pada KPM dengan status kesejahteraan miskin dan rentan yang diberikan setiap bulan melalui uang elektronik yang selanjutnya digunakan untuk membeli bahan pangan yang telah ditentukan di e-warung/agen BNPT.
 5. Program Suplemen dengan bantuan suplemen untuk masyarakat terdampak covid-19 penerima Bantuan Pangan Non Tunai di perkotaan (wilayah kelurahan) dengan besaran bantuan Rp 100rb per KPM/bulan selama 3 bulan
 6. Bantuan langsung tunai Kemensos dengan tujuan program bantuan tunai kementrian sosial yang diberikan kepada masyarakat rentan miskin yang terdapat dalam DTKS di luar penerima PKM dan BNPT dengan besaran bantuan Rp 600rb per bulan selama 3 bulan
 7. Program Bansos Pekerja Seni dan Penjaga Situs Budaya dengan harapan bantuan sebagai bentuk apresiasi bagi pekerja seni dan penjaga situs budaya yang merupakan ujung tombak pelestarian budaya di Jawa Timur dengan sasaran 750 seniman sebesar Rp 750 rb per orang dan 240 juru pelihara dengan honor Rp 500rb per orang selama 12 bulan.
 8. Program Bantuan Pemerintah Subsidi Gaji/upah dengan kriteria penerima adalah seorang WNI, terdaftar sebagai peserta aktif BPJS, memiliki rekening bank aktif serta upah dibawah Rp 5 juta. Target penerima sebanyak 1,7 juta
 9. Program Lumbung Pangan Jatim menjamin stok bahan pangan pokok dengan harga dibawah harga pasar murah dan gratis ongkir, menjamin ketersediaan bahan pokok yang menjangkau 38 kabupaten/kota.
 10. Program Jatim Puspa dengan bantuan sosial bagi perempuan produktif untuk meningkatkan pemberdayaan sosial ekonomi dalam bentuk modal usaha bagi rumah tangga dengan kategori miskin dengan besaran bantuan Rp 2,5 juta pertahun dan sasaran pemberdayaan usaha perempuan sebanyak 7997 KPM dan kriteria penerima manfaat memiliki Asisten rumah tangga wanita di usia

produktif dengan tanggungan anak usia sekolah

11. *Anty Proverty Program (APP)*

Program pemberdayaan usaha ekonomi produktif dengan kelompok masyarakat beranggotakan RT kategori miskin berupa sarana dan prasarana produksi yang bersifat hibah dengan peta sasaran manfaat 17 kabupaten/kota dan 6 pelaksana program meliputi dinas pertanian, dinas peternakan, dinas kelautan dan perikanan, dinas perdagangan dan perindustrian, dinas kehutanan dan dinas perkebunan.

12. Banpres Produktif Usaha Mikro yang bekerjasama dengan pihak pengusul yaitu dinas koperasi dan umkm, kementrian, koperasi, bank dan perusahaan yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan, serta lembaga yang menyalurkan program kredit pemerintah.

13. Bantuan Sosial pedagang warung di lingkungan Pondok Pesantren sebagai bentuk stimulus ekonomi yang diberikan pada sektor informal (warung yang terdampak covid-19 di sekitar pondok pesantren) dengan besaran bantuan Rp 500rb per orang/bukan selama 3 bulan dan 600 pondok pesantren.

14. Bantuan langsung tunai dana desa dengan besaran pemberian Rp 300rb sampai dengan 600rb selama 9 bulan

15. Permodalan Badan Usaha Milik Desa dengan peningkatan perekonomian desa melalui stimulus tambahan modal Badan Usaha Milik Desa dalam upaya memulihkan kembali

wisata desa dengan besaran bantuan Rp 50juta per BUMDES dengan sasaran 100 BUMDES sesuai usulan kabupaten/kota dan pemerintah desa dengan kriteria penerima manfaat BUMDes yang mendukung Desa Wisata Masyarakatnya Cerdas, Mandiri, dan Sejahtera

16. Dukungan pemprov Jawa Timur dalam pemulihan UMKM melalui aspek pemasaran, pengembangan usaha, dan pembiayaan melalui percepatan dana bergulir Provinsi Jawa Timur, percepatan penyaluran KUR, pembinaan penyusunan laporan keuangan bagi UMKM.

17. Program pinjaman dana Petani Jawa Timur (PKPJ) dimana pembagian kredit yang diberikan kepada petani perorangan/kelompok tani/koperasi yang mempunyai kegiatan usaha dibidang pertanian, peternakan, perikanan, dan perkebunan.

18. Kredit Program Pemprov Jawa Timur dana Bergulir

19. Penyaluran Kredit Usaha rakyat menurut Provinsi

20. Restrukturisasi Kredit dengan Bank UMKM Jatim dan bank Jatim

KESIMPULAN

Strategi Pemulihan Ekonomi Nasional di Jawa Timur melalui Jatim Bangkit yaitu dengan menggerakkan kembali agro industri, sektor pariwisata dan investasi. Menggeliatkan kembali kemampuan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja serta menggerakkan usaha-usaha lain yang terkait.

Tak hanya menggerakkan kembali roda ekonomi, melalui Jatim Bangkit pemerintah juga akan meningkatkan kualitas pendidikan, kesehatan, juga berusaha untuk menurunkan tingkat pengangguran.

Selama satu tahun ini Pemerintah Jawa Timur juga telah melakukan upaya nyata dengan memberi bantuan langsung kepada warga yang terkena imbas pandemi covid-19 ini.

Bentuk nyata dari pemulihan ekonomi nasional dalam upaya menggerakkan perekonomian di Jawa Timur juga diwujudkan melalui pasar murah Jatim Bangkit yang diadakan pada bulan Ramadhan 2021 dimana pasar murah melibatkan vendor-vendor besar serta instansi atau organisasi perangkat daerah dengan tujuan memfasilitasi masyarakat sekitar untuk dapat berbelanja dengan harga lebih murah tapi tetap menerapkan protokol kesehatan

Tentu meskipun perwujudan dari setiap strategi Jatim Bangkit terkesan sangat efektif untuk memulihkan kembali perekonomian pasca Covid tapi tetap memerlukan kerjasama dari baik dari pemerintah dan masyarakat sebagai upaya setiap program berjalan tepat sasaran, transparan dan efektif.

Saran dari penulis dalam pelaksanaan strategi yang telah disusun adalah perlu adanya pengawasan dan juga evaluasi terkait dampak yang terjadi setelah strategi tersebut terlaksana. Penyaluran setiap bantuan juga harus didukung dengan data penerima yang terkini agar tidak salah sasaran sehingga program lebih transparan, efektif dan efisien.

Keterbatasan penelitian ini adalah dimana dibutuhkan waktu lebih banyak untuk melakukan korespondensi dengan narasumber serta lebih mendalam tetapi dikarenakan penelitian ini dilakukan pada saat pandemi sehingga menyebabkan keterbatasan dan halangan bertemu secara tatap muka dengan narasumber lebih lama.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya hendaknya dapat melakukan korespondensi tidak hanya dengan satu narasumber tetapi lebih banyak dan melibatkan pejabat pembuat kebijakan sehingga data yang didapat dapat lebih faktual dan akurat.

Penelitian juga akan lebih sempurna apabila peneliti selanjutnya dapat mengkroscek dengan organisasi perangkat daerah lainnya di Jawa Timur baik mengenai kendala dalam menjalankan program pemulihan ekonomi hingga kelebihan program pemulihan ekonomi yang dirasa paling tepat untuk dapat dijalankan di masyarakat sehingga program dapat lebih tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Bizzel, Smith Arnold. 1988. *Business Strategy and Policy*. U.S.A. Houghton Mifflin Company.
- Efendi, Sofian dan Chris Manning. 1989. *Prinsip-prinsip Analisa Data, dalam Masri Singarimbun dan Sofian Efendi (eds.) Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Moleong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2020 tentang Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional dalam Rangka Mendukung Kebijakan Keuangan Negara untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan/atau Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan serta Penyelamatan Ekonomi Nasional

Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur, data tahun 2015 sd 2021

Disnakertrans Provinsi Jatim, data pekerja terdampak Covid sd Agustus 2020

Strategi Pengembangan Wisata Paralayang Di Kota Batu

Achmad Yanu Alif Fianto¹, Martinus Sony Erstiawan², Rudi Santoso³

¹⁾ S1 Manajemen, Universitas Dinamika

²⁾ S1 Akuntansi, Universitas Dinamika

³⁾ D3 Administrasi Perkantoran, Universitas Dinamika

Koresponden Penulis: Email: achmadyanu@gmail.com

ABSTRACT

While promotion strategies such as emphasizing natural attractions, the arts, and culture may be used to sell their tourist goods, their commodities in the shape of natural attractions, the arts, and culture are good, and the entire spectrum of tourist options is available.. The purpose of this study is to identify the characteristics of tourist-friendly natural sites and to investigate potential marketing applications for this target group using various promotional strategies. This study used a qualitative methodology with a case study approach, focusing on natural attraction marketing strategies. Domain analysis was used to analyse the data. The approach verifies the data's validity by using a variety of data verification methods, one of which is triangulation and data verification on the interview and documentation. To create a successful marketing plan, they needed to gather all they could about the topic. Tourism Marketing Model: A promotion strategy to draw people in. Arts and culture visits as well as nature tourism may all be part of an extended vacation. An aggressive technique called the Promotion Mix helps boost domestic and international visits.

Keywords : *Tourism Marketing; Strategy Development; Paralayang; Batu city.*

ABSTRAK

Taktik promosi dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk menjual barang-barang wisatanya dengan mengutamakan atraksi alam, seni, dan budaya, barang-barang mereka berupa atraksi alam, seni, dan budaya, baik, dan lengkap. peluang wisata tersedia. Sebagai bagian dari studi ini, tujuannya adalah untuk mengkarakterisasi karakteristik atraksi alam bagi wisatawan, serta untuk menyelidiki aplikasi pemasaran potensial untuk audiens target ini melalui berbagai taktik promosi. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan mengacu pada taktik pemasaran objek wisata alam. Data dianalisa dengan menggunakan analisis domain. teknik keaslian data diverifikasi dengan menggunakan banyak metode verifikasi data, salah satunya melibatkan triangulasi dan verifikasi data pada wawancara dan dokumentasi Untuk membuat rencana pemasaran yang sukses, mereka perlu mengumpulkan semua yang mereka bisa tentang topik. Model Pemasaran Pariwisata: Sebuah strategi promosi untuk menarik orang. Kunjungan seni dan budaya serta wisata alam dapat menjadi bagian dari liburan panjang. Teknik agresif yang disebut Bauran Promosi membantu meningkatkan kunjungan domestik dan internasional.

Kata Kunci : Pemasaran Pariwisata; Pengembangan Strategi; Paralayang; Kota Batu.

PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan sumber daya alam yang melimpah, Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan situs wisata berbasis alam dan ekowisata (Santoso, Shinta dan Fianto, 2019a). Saat ini salah satu daerah yang sedang berkembang menjadi daerah tujuan wisata adalah kota Batu. Batu merupakan salah satu daerah yang keberadaannya semakin meningkat dalam wisata berbasis alam. perbatasan tersebut kemudian akan ditandai sebagai salah satu tujuan wisata terpopuler di Indonesia. Berawal sebagai kota wisata, kota Batu ini dapat mempengaruhi peningkatan ekonomi secara langsung bagi kehidupan dimasyarakat sekitar.

Dengan berjalannya program KWB, seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke kota Batu, permintaan wisatawan akan jasa seperti akomodasi dan makanan semakin meningkat. Konsep tersebut bertujuan untuk memperkenalkan berbagai jenis wisata di kawasan Kota Batu. Dengan adanya program wisata alam yang mendeklarasikan Kota Batu sebagai kota wisata, masyarakat akan merasakan manfaat kehilangan jati dirinya sebagai daerah perbukitan yang masih menggantungkan kehidupan dan ekonominya pada bidang pertanian.

Paralayang merupakan salah satu tempat wisata yang paling terkenal di kota Batu. Paralayang merupakan daya tarik wisata, sekaligus olahraga yang memadukan rekreasi. Sehingga wisatawan

dapat melakukan dua kegiatan sekaligus: olahraga dan rekreasi. di Batu, pengunjung dapat mencoba olahraga yang disebut Wisata Batu Paralayang. Keistimewaan Batu Paralayang Spot adalah landasan pacu Paraguarado dan fasilitas olahraga serta fasilitas lainnya. Salah satunya adalah panorama yang indah dari puncak gunung. wisatawan dapat menikmati keindahan panorama yang indah dari atas gunung dan melihat wisata kota Batu. Selain itu, pemandangan pegunungan yang hijau sangat menyenangkan karena Kota Batu sendiri berada di ketinggian 1.315 meter di atas permukaan laut, dengan iklim tropis, tempat wisata menarik wisatawan untuk melihat dan menikmati pemandangan yang indah. Bahkan pada malam hari, pengunjung bisa datang ke sana untuk menikmati keindahan kota yang sangat menyenangkan. Hal ini juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk menikmati keindahan Batu. Paralayang sendiri pada awalnya digunakan sebagai *platform* lepas landas untuk paralayang.

Destinasi wisata ini tidak hanya digunakan untuk para atlet saja, tetapi juga untuk berbagai *event* paralayang. Dampak dengan adanya obyek wisata ini memiliki efek positif dan negatif. Dampak positifnya dapat meningkatkan penerimaan pajak kota, meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar tempat wisata (Riyanto et al., 2019; Santoso, Shinta dan Fianto, 2019b; Santoso dan Fianto, 2020), mengeksplorasi keindahan

alam (Fianto, 2018), dan wisata baru sekitar paralayang juga membantu kota Batu dalam pariwisatanya serta membantu perekonomian masyarakat setempat dalam memperoleh keuntungan (Erstiawan, 2020). Namun juga terdapat dampak negatif di antara pengunjung dan termasuk rasa kelas sosial yang lebih besar (Riyanto et al., 2019). Sambil menyaksikan keindahan alam dengan kecepatan parasut yang disediakan, pengunjung dapat merasakan terbang dengan area yang dapat dijangkau bagi wisatawan yang masih baru belajar dan area perbukitan yang tinggi bagi wisatawan yang sudah mahir yang dengan mudah menerbangkan paralayang tersebut, serta suasana alam dan pemandangan kota Batu yang dikelilingi oleh perbukitan dan lahan hijau. Selain itu, wisata paralayang sangat populer dengan cuaca dan hanya di daerah iklim tertentu menjadikan daerah tersebut dikelola dan memiliki fasilitas parasut yang mumpuni untuk para pengunjung.

Untuk mendukung kegiatan pariwisata yang memenuhi bagi masyarakat sebagai destinasi wisata menyediakan ruang publik yang memadai bagi mereka yang membutuhkan rekreasi. Salah satunya dengan menyediakan fasilitas untuk menuju ke obyek wisata seperti jalan yang memadai, penerangan yang memadai, toilet, tempat parkir dan tempat beribadah (mushola). Sayangnya wisata paralayang ini berbahaya, jika fasilitas obyek wisata tersebut dirasa kurang memadai dengan tingkat keselamatan para wisatawan paralayang dan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung seperti penerangan yang kurang memadai, jalan yang masih

berlumpur dan becek serta fasilitas lain yang masih belum tersedia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan pengembangan model pemasaran pada pariwisata Paralayang di Kota Batu dan strategi pemasaran yang menggabungkan sumber daya wisata alam, seni dan budaya untuk membantu meningkatkan wisatawan domestik dan internasional. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penelitian kualitatif dengan teknik analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Berbagai sumber informasi termasuk dari pemerintah, industri pariwisata, dan masyarakat lokal serta wisatawan, dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan penelitian ini. Metode yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam upaya mengumpulkan data. Dari perolehan data tersebut kemudian dianalisis menggunakan domain. *Triangulasi* sumber data dengan menggunakan metode validasi data dengan cara menilai kebenaran data melalui wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek wisata paralayang adalah wisata yang menawarkan keindahan alam yang kecantikannya dapat menarik pengunjung. Selain menikmati pemandangan dari pemandangan kota Batu, wisatawan dapat mencoba permainan paralayang yang tersedia di wisata paralayang. Dengan biaya Rp 400.000 per orang, pengunjung bisa menyewa tandem dan 1 guide yang telah memiliki sertivikat PL-1 untuk membantu wisatawan mengoperasional

dan mengarahkan penggunaan paralayang dan ikut terbang pada saat meluncur dari ketinggian menuju tempat pendaratan yang telah ditentukan. Wisata paralayang tidak hanya terbuka untuk umum, namun juga digunakan sebagai tempat latihan pada atlet, dan juga dijadikan tempat ajang kejuaraan paralayang. Pengelola wisata paralayang bekerja dan berupaya untuk pembangunan dan pengembangan pariwisata tersebut.

Pengembangan pariwisata berfungsi untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat. Salah satu hal dalam pengembangan daya tarik wisata adalah promosi dan pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pengunjung mengetahui tentang daerah wisata paralayang dari media sosial. Dan saat ini, berbagai aplikasi media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan tempat-tempat wisata diberbagai penjuru Indonesia misalnya Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, Line, dan masih banyak aplikasi lainnya. Media sosial lebih dipilih oleh calon wisatawan karena relatif murah, sederhana, dan cepat serta *uptodate*.

Wisatawan yang berkunjung ke wisata ini tidak hanya wisatawan lokal tetapi juga wisatawan mancanegara. Mereka mengikuti pemandu wisata disebut *paraglider* yang menurut mereka obyek wisata tersebut menarik untuk dikenalkan dan para wisatawan dapat secara langsung melihat pemandangan alam. Wisatawan yang belum mengenal wilayah wisata tersebut ditunjukkan oleh pemandu wisata *paraglider* menuju puncak Kota Batu. Dengan fasilitas yang memadai memberikan rasa aman dan

nyaman para tamu serta penataan tempat yang sangat strategis untuk dikunjungi dapat menarik wisatawan menikmati suasana alam. Biaya yang dikeluarkan tidak mahal sehingga pengunjung bisa menikmati pemandangan indah di ketinggian 1.300 meter di atas permukaan laut. Seperti halnya paralayang juga merupakan salah satu olahraga ekstrim yang populer di Indonesia akhir-akhir ini. Secara tidak langsung olahraga paralayang yang dilakukan atlit dilokasi tersebut menambah media promosi tempat latihan dan area kompetisi sebagai obyek wisata dan olahraga. Terdapat dua faktor yang berpengaruh pada wisata paralayang tersebut yaitu biaya yang mahal dan memiliki resiko yang tinggi. Bisa dari cuaca, keberfungsian alat parasut yang nantinya digunakan, bermanufer ketika terjun menuju tempat pendaratan dan kondisi kesehatan.

Paralayang merupakan aktivitas kedirgantaraan yang memiliki biaya termasuk murah, namun dimata masyarakat yang suka dengan hobby ini, paralayang termasuk olahraga yang cukup mahal. Peralatan dan perlengkapan yang digunakan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Kebutuhan biaya kurang lebih US\$ 3.000 – 4.500 untuk kebutuhan parasut utama, parasut cadangan, helm, radio control, GPS dan perlengkapan lain masih impor dan didatangkan dari luar negeri. Sehingga para wisatawan dan atlit yang memiliki hobby paralayang dapat meminjam dengan teman sesama atlit atau dari club paralayang atau melakukan sewa ditempat wisata tersebut ketika hendak digunakan.

Dalam konsepnya, pariwisata adalah berbagai kegiatan pariwisata yang menunjang berbagai fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh masyarakat, pedagang, pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Sarana dan prasarana wajib memenuhi standar paraglider dengan pemandu (guide) yang memiliki pengalaman dan sertivitat dan mentaati prosedur tetap (protap) demi keselamatan wisatawan paraglider dan tentunya peralatan yang mumpuni seperti altimeter, variometer dan sebagainya untuk dapat mengetahui letak keberadaan posisi dan arah serta kondisi saat mengudara.

Dari sisi perbedaan antara bentuk dan ukuran antara paralayang dan terjun payung tampak berbeda. Bedanya yaitu bentuknya bila parasut paralayang bentuknya lebih oval (elips) yang dilapisi oleh 2 lembar *nylon ripstop* berporositas nol dan memiliki ketebalan 44 g/m². Lembar tegak (ribs) dari sisi bagian depan digunakan untuk *leading edge* sebagai aliran masuk angin pada parasut sedangkan bagian belakang *trailing edge* menahan angin dan dapat menciptakan tekanan saat digunakan parasut tersebut. Tali yang terdiri dari *brake lines*, *C-lines*, *B-lines* dan *A-lines* digunakan untuk mengongtrol parasut saat diudara hingga mendarat. Terdapat *risers* dan *brake handles* untuk melakukan pengereman saat mendarat, sedangkan terdapat *reserve parasute* sebagai parasut cadangan serta tempat duduk untuk pengemudi dan *speed bar* digunakan untuk mengatur kecepatan parasut. Dari peralatan yang digunakan tentunya ada harga yang perlu disiapkan bila berminat berolahraga paralayang

kurang lebih jumlah peralatan lengkap (baru) sekitar RP. 20.000.000 – Rp. 50.000.000,- (2000 – 3000 US \$ itu tergantung dari kurs 1 US \$ Dollar. Dan jika peralatan lengkap (bekas) bila dinominalkan kurang lebih Rp.10.000.000 – Rp. 20.000.000,-.

Parasut yang digunakan memiliki 3 (tiga) jenis dengan kemampuan menjelajah penerbang (pengemudi) diantaranya jenis standar yang sering digunakan oleh yang masih pemula. Jenis kedua adalah jenis performance digunakan oleh penerbang yang telah memiliki jam terbang yang cukup dan mahir, sedangkan pada jenis *competition* digunakan pada saat kompetisi berlangsung dan digunakan oleh para atlit paralayang. Dari ukuran parasut dapat menyesuaikan berat tubuh dan tinggi penerbang (XS, S, M, L, Tandem).

Pengujian dilakukan terhadap parasut paralayang sebelum diedarkan ke pasar dan parasut tersebut wajib memenuhi standar kelayakan terbang dan tingkat keamanan yang diakui secara internasional. Terdapat dua standar dalam menguji parasut paralayang yaitu AFNOR berasal dari asosiasi layang gantung perancis (*French : Swiss Federation of Free Fligh / FSVL* dan SHV) dan swiss dan Gutesiegel diuji oleh asosiasi layang gantung yang berasal dari Jerman (*German Hanging Bites association* (DHV)). Dengan kehadiran asosiasi paralayang menambah daya tarik dan minat orang awam dalam olahraga ini, karena faktor keamanan dan dapat memilih parasut yang digunakan sesuai dengan keinginan.

Dari uraian tersebut diatas menjadikan dasar untuk didiskusikan serta dianalisis terkait dengan strategi dilingkungan internal maupun eksternal pada bidang pariwisata. Terdapat beberapa faktor yang dapat dianalisis dengan faktor peluang, ancaman, kelebihan dan kekurangan (SWOT). Berikut analisis terkait dengan strategi bisnis parawayang sebagai obyek wisata kota Batu diantaranya :

1. *Strength* (Kekuatan)

- a) *Strategic Tourism Area covers one area of Malang City.*
- b) *Attractions Compared to other tourist items, they offer a lot of new attractions.*
- c) *The item is known through promotions and championships.*
- d) *It has become a development plan and paraglider has been standardized as a place.*
- e) *The strategic location of the object is in various tourist routes, not far from the center of Batu.*

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a) *Lack of labor in the tourism sector.*
- b) *There are no clear rules for the use of some protected forests used as take-off locations.*
- c) *The role of managers or organizations of paraglider activists in tourist areas is less effective.*
- d) *Condition of city road access is very narrow and steep, and public transportation that supports tourists can be neglected.*
- e) *The water source is not clean enough for the needs of tourists.*

3. *Opportunity* (Peluang)

- a) *Potential hiking routes in the Mountains and campsites.*
- b) *As a venue for the Paragliding Championships held in Malang Regency, so that the tourism object is not used for tourism purposes only.*
- c) *The use of social media is increasing, making promotion easier.*
- d) *Possibility of cooperation with other items in the package of the tour.*
- e) *Potential arts, culture and traditions of the village community.*

4. *Threat* (Ancaman)

- a) *Possible conflict with Perhutani in Paraglide Tourism Administration.*
- b) *Social impacts, cultural and environmental damage arising from tourism development.*
- c) *The road is very close to other paragliding tourism potentials, so there is a risk that tourists choose to visit other goods.*
- d) *The risk of visitors buying a tandem paraglide package is smaller.*
- e) *Weather conditions change rapidly and are often foggy.*

Dari analisis strategi bisnis menghasilkan 4 (empat) alternatif sebagai strategi untuk membangun dan mengembangkan wisata paradigling di Kota Batu yaitu :

A. *S-O Strategy*

1. *Camping areas that maximize the development of open nature tourism potential for tourists.*
2. *Maximizing publicity by using information technology.*
3. *Utilizing the cultural arts and traditions of the village community as a feature of attraction and as a way of preserving cultural arts.*

2. *The role of many Paragliding activists will increase in Village Paragliding Tourism Management.*

KESIMPULAN

Dari hasil survey dapat diketahui bahwa wisata paralayang merupakan salah satu kawasan strategis di Kota Batu yang mendukung pengembangan wisata khususnya paralayang, sebagai obyek wisata dan daya tarik baru. Wisata paralayang menawarkan daya tarik yang berbeda dengan destinasi wisata lainnya di Kabupaten Malang. Hal tersebut dapat menjadi keunggulan kota bila dilakukan promosi baik media sosial maupun dapat digunakan secara rutin sebagai tempat berkompetisi baik di wilayah sekitar maupun nasional serta Internasional. Dari wisata paralayang tersebut dapat pula menarik investasi yang besar bagi pelaku usaha sebagai peluang memperoleh keuntungan serta fasilitas infrastruktur daerah tersebut termasuk jalan masih menjadi penghambat mengembangkan obyek wisata paralayang. Dari sisi organisasi paralayang itu sendiri terdapat faktor penghambat yaitu kompetensi dari instruktur maupun pendamping penerbangan tandem masih terbatas jumlah yang memiliki lisensi sebagai penerbang tandem maupun perorangan. Dari sisi hutan lindung dan alam sekitar Batu peran pemerintah khususnya pemerintah daerah sangat dibutuhkan dalam pengelolaan wilayah, peruntukan obyek wisata paralayang maupun hutan lindung.

B. W-O Strategy

1. *It is necessary to increase personnel in the tourism sector through movements for the community and in collaboration with the community to educate and educate human resources.*
2. *Paraglider also proposed the formulation of clear rules for the use of several protected forests used as take-off locations.*

C. S-T Strategy

1. *Can cooperate in the context of regional community and management, and make or suggest rules related to changes to certain uses in protected forest areas.*
2. *Can design strategies to face competition between tourism items by holding new annual events that attract tourist visits by utilizing tourism potential.*
3. *The paragliding sports tourism sector is developing in a sustainable manner.*

D. W-T Strategy

1. *Cooperate with local governments in regional development and human resource development in the tourism sector.*

Rekomendasi

Secara pragmatis, penelitian ini memberikan kontribusi untuk dapat memberikan saran bagi pengelola wisata paralayang seperti berpartisipasi dalam proyek pengembangan komoditas dengan menggunakan keahliannya di masyarakat sekitar khususnya disektor pariwisata. Selain itu, promosi dan peningkatan kompetisi dan event paralayang yang dilakukan setiap tahun dan dukungan dari teknologi informasi dapat dikembangkan dan diadakan secara berkala.

Di sisi lain, penelitian ini juga memberikan saran untuk penelitian selanjutnya. Penulis berharap penelitian lanjutan dengan mengembangkan penelitian yang lebih detail tentang wisata paralayang, melakukan penelitian tambahan tentang kemungkinan wisata lainnya, termasuk peluang besar untuk pengembangan wisata paralayang.

DAFTAR PUSTAKA

Fianto, A. Y. A. (2018). Antecedents of customer satisfaction for small medium enterprises product in Indonesia. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, *International Journal*

of Civil Engineering and Technology, 9(11).

Erstiawan, MS. (2020). Penerapan SAK-EMKM pada Kesenian Jaranan Turonggo Bimo Kertosono Sebagai Simbol Budaya. *BIP's Jurnal Bisnis Perspektif* 12 (1), pp 47-54

Riyanto, D. Y. et al. (2019) 'A Conceptual Framework for Destination Branding in Jawa Timur, Indonesia', *Majalah Ekonomi*, XXIV(1411), pp. 149–157.

Santoso, R. and Fianto, A. Y. A. (2020) 'Pengaruh Marketing Mix Produk Jasa terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Bahari Jawa Timur', *Kinerja*, 17(1), pp. 69–79.

Santoso, R., Shinta, R. and Fianto, A. Y. A. (2019a) 'Composing Marketing Mix for Better Destination Brand in Jawa Timur, Indonesia', *Majalah Ekonomi*, XXIV(1411), pp. 158–167.

Santoso, R., Shinta, R. and Fianto, A. Y. A. (2019b) 'Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Bahari Jawa Timur', *Manajemen dan Bisnis (MEBIS)*, 4, pp. 1–14.

Motivasi Dan Dukungan Atasan Sebagai Variabel Moderating Terhadap Hasil Pelatihan Dan Keahlian Memanfaatkan Teknologi Pada Kinerja Karyawan (Study Empiris Pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur)

Bayu Rama Laksono

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
bayuramalaksono@unipasby.ac.id

ABSTRACT

This type of research is a comparative causal research. This research uses a sample of 46 employees. The results of this study indicate that all variables can affect employee performance.

Keywords: Training; expertise; employee performance.

ABSTRAK

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif. Penelitian ini menggunakan sampel 46 pegawai. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

Kata Kunci : Latihan; keahlian; kinerja karyawan.

PENDAHULUAN

Kinerja seorang pegawai bagi organisasi atau institusi dalam bidang pekerjaan tertentu dikendalikan oleh tingkat kemampuan, pendekatan yang bersih dan sesuai dengan tugas terkait melakukan setiap pekerjaan yang dilakukannya. Dalam afiliasi atau pendirian, kewajiban seorang spesialis dapat menunjukkan kekuatan agen dalam komitmennya yang berbeda dalam afiliasi atau yayasan tempat delegasi bekerja. Komitmen dalam bekerja harus dimiliki dan dikembangkan untuk setiap pekerja dalam suatu perkumpulan atau pendirian, dengan alasan dan tanggung jawab yang tinggi tersebut dapat menimbulkan rasa memiliki tempat (perasaan memiliki tempat) pada perusahaan atau instansi dan pada akhirnya dapat menimbulkan rasa memiliki bagi perusahaan atau instansi dan pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja.

Pada tingkat penggunaan, perkembangan individu pada umumnya akan dikenali dari cara pemanfaatannya dan pemikiran untuk kemajuan tersebut, misalnya kemampuan untuk menambah

fitur atau mendukung kemajuan, motivasi untuk terus memanfaatkannya, dan untuk mendukung klien yang berbeda.

Fenomena yang terjadi berdasarkan survey pendahuluan dan informasi dari Kepala Bagian Sumber Daya Perguruan tinggi pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur adalah dengan mempunyai fasilitas komputer dan internet yang lengkap namun penggunaan yang tidak pada fungsinya, bahkan sering kali digunakan untuk kepentingan tertentu yang bersifat pribadi. Minat dan rasa keingintahuan pegawai di Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur terhadap pemanfaatan teknologi pada sistem pengelolaan data dan informasi untuk peningkatan mutu perguruan tinggi sangat minim, ini dapat dilihat dari jumlah pegawai yang dapat mengoperasikan penggunaan teknologi masih sangat sedikit. Didorong pula dengan rasa nyaman pegawai pada posisi sekarang dan selalu menggunakan metode lama (manual) dalam menyelesaikan pekerjaannya tanpa memikirkan kemudahan dan efektivitas waktu. Karena itu kinerja pegawai menjadi

tidak cepat dan efisien pada akhirnya berakibat sering terjadi keterlambatan pada saat pemberian informasi terhadap perguruan tinggi yang bernaung di bawah Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur.

Tujuan penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dari penelitian yang telah diuraikan adalah Untuk menganalisis pengaruh pelatihan, memanfaatkan teknologi, keahlian dan dukungan atasan terhadap kinerja karyawan Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur.

Landasan Teori

Locke, 1978 mengemukakan bahwa *goal-setting theory* Ini adalah hipotesis yang cenderung berdampak pada pengaturan tujuan, kesulitan, dan kritik pada eksekusi. Berusaha mencapai suatu tujuan adalah asas sumber inspirasi kerja yang berarti menarik diri dari *goal-setting theory* tersebut. Pada dasarnya tujuan-tujuan yang diusulkan ini dapat menginstruksikan para pekerja dan seberapa banyak usaha yang harus dilakukan. Dengan cara itu cenderung dianggap bahwa tujuan tertentu dapat meningkatkan pelaksanaan; dengan tujuan yang sulit dicapai setiap kali diakui dapat menciptakan eksekusi yang disukai daripada tujuan yang tidak terlalu merepotkan; Sejujurnya, kritik akan mendorong eksekusi yang lebih disukai tanpa masukan.

Kinerja Pemakai Sistem Informasi

Hasibuan (2011: 160) mengemukakan bahwa prestasi kerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas – tugasnya atas kecakapan, usaha dan kesempatan.

Pelatihan

Mangkunegara (2011) berpendapat bahwa persiapan adalah

interaksi instruktif sesaat yang menggunakan metode yang disengaja dan terkoordinasi di mana perwakilan administrasi mempelajari informasi yang masuk akal dan hipotetis untuk mencapai tujuan umum.

Keahlian

Pirade dkk. (2013) menyatakan bahwa semakin seseorang memiliki skill yang tinggi, maka akan bisa dipastikan bahwasanya seseorang tersebut dapat memiliki rasa percaya diri yang cukup tinggi untuk kemampuannya dalam menentukan pilihannya untuk menyelesaikan tugas dengan tepat.

Pemanfaatan Teknologi

Inovasi data atau yang diharapkan (IT) juga tercipta sesuai dengan kemajuan peradaban manusia. Dalam peningkatan inovasi data mengingat kemajuan kerangka kerja TI, seperti pemrograman, peralatan, inovasi penimbunan informasi (stockpiling), dan inovasi korespondensi. (Laudon and Laudon, 2008).

Menurut Panggeso (2014) bahwa kemajuan suatu kerangka data juga harus didukung oleh berbagai elemen yang diandalkan untuk memberikan pencapaian kerangka tersebut. Pencapaian aplikasi kerangka data dipengaruhi oleh cara kerangka dijalankan, tingkat akomodasi kerangka kerja untuk kliennya dan penggunaan inovasi yang digunakan.

Motivasi

(Hasibuan, 2011) Inspirasi adalah pengaturan dari pendorong utama yang menjadikan tenaga kerja seseorang, sehingga mereka akan bekerja sama, bekerja dengan sukses dan terkoordinasi dengan segala upaya untuk mencapai pemenuhan.

Dukungan Atasan

Atasan dapat memperjelas pekerjaan dan manfaat dari persiapan dan

perbaikan dalam organisasi, ini dapat membangkitkan pekerja untuk bersiap dan memindahkan mereka ke posisi mereka. (Kimbal dan Rahyuda, 2015).

Kerangka Konseptual

Erlina, (2008). Mengemukakan bahwa sistem teoritis merupakan model yang menunjukkan bagaimana sebuah hipotesis diidentifikasi menggunakan unsur - unsur penting yang memang diketahui pada suatu masalah tertentu. Sistem yang masuk akal secara hipotetis akan menghubungkan faktor-faktor pengujian, untuk lebih spesifiknya variabel otonom dan variabel reliabel

Mengingat premis hipotetis dan perincian masalah pemeriksaan seperti yang digambarkan di bagian masa lalu, struktur terapan digunakan dalam penyelidikan ini., dapat digambarkan sebagai berikut:

Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Pemakai Sistem Informasi

Salah unsur untuk meningkatkan kinerja pegawai Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur adalah melalui pelatihan atau sosialisasi mengenai sistem pengelolaan data dan informasi untuk meningkatkan mutu perguruan tinggi. Perbedaan penggunaan sistem pengolahan data dan informasi untuk meningkatkan mutu perguruan tinggi pada setiap bagian di Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur menuntut para pegawai untuk dapat menguasai cara penggunaan sistem tersebut yang telah ditetapkan sesuai tugas pokok dan fungsi pegawai.

Pengaruh Keahlian Terhadap Kinerja a Pemakai Sistem Informasi

Keahlian pegawai di bidang komputer dapat membantu dalam penerapan sistem pengelolaan data dan informasi untuk meningkatkan mutu perguruan tinggi, sehingga pegawai

mampu menggunakan suatu sistem informasi secara efektif dan efisien yang diharapkan akan dapat meningkatkan kinerja pegawai Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur.

Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kinerja Pemakai Sistem Informasi

Pemanfaatan teknologi berupa jaringan internet sangat berperan aktif dalam menyelesaikan pekerjaan pegawai LLDIKTI sehari-hari. Jaringan internet digunakan untuk up-date data, berita, peraturan dan laporan ke pusat. Internet ataupun jaringan komputer juga akan mempengaruhi kinerja pegawai LLDIKTI selaku tangan kanan dari Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari, ataupun dalam memberikan informasi kepada PTS atau PTN di Jawa Timur.

Dukungan Atasan Dapat Memoderasi Hubungan Antara Pelatihan Dengan Kinerja Pemakai Sistem Informasi

Pelatihan sistem pengelolaan data dan informasi untuk meningkatkan mutu perguruan tinggi yang dilaksanakan di Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja pegawai. Seharusnya pelatihan sistem pengelolaan data dan informasi untuk meningkatkan mutu perguruan tinggi tidak hanya ditujukan kepada pegawai baru, tetapi juga harus melibatkan kepada seluruh pegawai di Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur baik yang mempunyai jabatan ataupun tidak. Ini semua bertujuan untuk meningkatkan kinerja pegawai Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur lebih maksimal.

Motivasi Dapat Memoderasi Hubungan Antara Keahlian Dengan Kinerja Pemakai Sistem Informasi

Keahlian berkomputer seorang pegawai Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur yang baik dengan didukung oleh atasan yang dapat mengoperasikan komputer ataupun sistem pengelolaan data dan informasi untuk meningkatkan mutu perguruan tinggi akan menghasilkan kinerja pegawai yang baik.

Motivasi sangat berperan penting dalam kemampuan seorang pegawai dalam menguasai suatu sistem. Dengan motivasi yang tinggi untuk dapat menguasai suatu sistem dengan sendirinya pegawai tersebut akan memiliki keahlian yang baik dan akan sangat di butuhkan oleh bagian di mana tempat dia bekerja.

Dukungan Atasan Dapat Memoderasi Hubungan Antara Pemanfaatan Teknologi Dengan Kinerja Pemakai Sistem Informasi

Salah satu perspektif signifikan yang sangat persuasif dan berubah menjadi kekuatan signifikan sepanjang kehidupan sehari-hari dan pergaulan adalah munculnya inovasi. Salah satunya dengan memanfaatkan PC untuk menyelesaikan tugas sehari-hari, tugas menjadi lebih lancar dengan hasil yang lebih baik. Pemanfaatan inovasi menggabungkan segala sesuatu yang diidentifikasi dengan cara memanfaatkan informasi dan data kerangka kerja dewan untuk meningkatkan sifat pendidikan lanjutan sebagai perangkat dalam data para eksekutif.

Hipotesis

Berdasarkan isi dari latar belakang masalah, rumusan masalah, landasan teoritis dan kerangka pemikiran, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. H1: Terdapat Pengaruh antara pelatihan dengan kinerja pemakai sistem informasi.

2. H2: Terdapat Pengaruh antara keahlian dengan kinerja pemakai sistem informasi.

3. H3: Terdapat Pengaruh antara pemanfaatan teknologi dengan kinerja pemakai sistem informasi.

4. H4: Terdapat pengaruh antara pelatihan terhadap kinerja pemakai sistem informasi yang di moderasi oleh dukungan atasan.

5. H5: Terdapat pengaruh antara keahlian terhadap kinerja pemakai sistem informasi yang di moderasi oleh motivasi.

6. H6: Terdapat pengaruh antara pemanfaatan teknologi terhadap kinerja pemakai sistem informasi yang di moderasi oleh dukungan atasan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Eksplorasi ini dipimpin oleh para spesialis sebagai pemeriksaan kuantitatif yang bersifat relatif kausal. Seperti yang diindikasikan oleh Indriantoro dan Supomo (2002), eksplorasi komparatif kausal (*Causal Comparative Research*) adalah semacam eksplorasi dengan atribut masalah sebagai hubungan kausal antara setidaknya dua faktor. Pemeriksaan kausal dekat adalah semacam penelitian *ex post facto*, yaitu semacam eksplorasi atas informasi yang dikumpulkan setelah suatu kenyataan atau peristiwa terjadi.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Pengertian operasional suatu variabel merupakan suatu definisi yang digunakan sebagai alasan untuk menentukan estimasi dari setiap faktor tersebut. Faktor pemeriksaan ini terdiri dari variabel otonom, variabel membutuhkan dan variabel pengaruh.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur (LLDIKTI). Jl. Dr. Ir. H. Soekarno No. 177, Klampis Ngasem, Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60117. Waktu penelitian dilaksanakan mulai Februari 2019 hingga selesai.

Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014) menyatakan bahwa penduduk adalah wilayah spekulasi yang terdiri dari: objek / subyek yang memiliki jumlah dan atribut tertentu yang dikendalikan oleh spesialis untuk dipusatkan dan kemudian mencapai kesimpulan. Sesuai dengan Lubis (2012) yang menjelaskan bahwa contoh adalah bagian atau agen dari masyarakat yang diteliti. Indriantoro dan Supomo (2002) mengungkapkan bahwa ilmuwan dapat menganalisis semua komponen penduduk (disebut registrasi) atau melihat komponen tertentu dari penduduk (disebut penelitian uji).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan fungsional pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur yang kegiatannya menggunakan sistem pengolahan data dan informasi dalam peningkatan mutu perguruan tinggi yang berjumlah 55 orang, terdiri dari 1 orang Kepala, 1 orang Sekretaris, 4 orang Kepala Bagian, 9 orang Kepala Sub Bagian, 40 orang staf (Pegawai Negeri Sipil) total 55 orang.

Strategi pengujian menggunakan pengujian langsung langsung dengan nomor lotre, di mana analisis awalnya akan meminta nama-nama responden di masyarakat dan kemudian memasukkan mereka ke nomor lotre. Ilmuwan akan menggambar beberapa kali lipat angka sebagai nomor dasar tes yang telah ditentukan, nama-nama yang muncul adalah contoh yang akan digunakan dalam penelitian.

Ukuran sampel minimal dalam penelitian ini dihitung menggunakan Rumus Slovin :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel / jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolelir atau diinginkan.

Ukuran sampel ditentukan dengan tingkat kelonggaran ketidak telitian sebesar 5%, hal ini telah disepakati untuk penelitian ilmu sosial.

$$n = \frac{55}{1 + 55 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{55}{1 + 0.2}$$

$$n = \frac{55}{1.2}$$

$$n = 45.833 = 46 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut diatas, sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 46 responden pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur.

Jenis informasi yang digunakan dalam pemeriksaan ini adalah informasi subyektif esensial. Informasi penting menurut Lubis (2012) adalah informasi yang dikumpulkan oleh para ilmuwan selama eksplorasi. Strategi yang digunakan adalah teknik pencacahan dengan cara menyampaikan survei. Sesuai Dauly (2010) polling adalah dorongan untuk mengumpulkan data dengan

menyajikan berbagai pertanyaan yang disusun untuk dijawab dan direkam sebagai hard copy oleh responden.'

Teknik Analisis Data

Informasi dalam pemeriksaan ini diselidiki menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat pemeriksaan PLS 2.0 yang brilian. Pengujian dengan metodologi ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif dan dipilih karena model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model hubungan kausal dan rekursif, yang hanya memiliki hubungan satu arah dan tidak dapat disamakan. PLS mampu untuk menguji teori yang lemah serta data yang lemah seperti jumlah sampel yang kecil atau adanya masalah normalitas data (Ghazali, 2015). Selain itu, PLS merupakan pengujian berdasarkan kondisi yang mendasari (SEM) variasi yang sekaligus dapat menguji model estimasi seperti halnya menguji model primer. Model utama menunjukkan hubungan variabel independen dan variabel dependen. Model estimasi menunjukkan hubungan antara penanda dan variabel.

Langkah-langkah analisis data dalam pendekatan PLS ini yaitu sebagai berikut :

1. Merancang model strukturan (*inner model*) yaitu model yang menghubungkan antara variabel laten.
2. Merancang model pengukuran (*outer model*) yaitu model pengukuran yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya.

Analisis Deskriptif

Pemeriksaan yang tidak salah dalam penyelidikan ini diusulkan untuk memeriksa data dengan cara menggambarkan atau menggambarkan

data yang dikumpulkan untuk apa nilainya tanpa berharap untuk menutup target atau teori. (Sugiyono, 2016:147).

Statistik Deskriptif

Pemeriksaan faktual ilustratif diharapkan dapat memberikan data tentang faktor-faktor yang digunakan dalam penyelidikan, khususnya variabel otonom, variabel pengarah, dan variabel yang membutuhkan. Wawasan yang memikat akan menggambarkan nilai dasar, nilai terbesar, nilai normal (rata-rata) dan deviasi standar dari setiap faktor dan petunjuknya.

Analisis Model

Investigasi model dalam pengujian ini terdiri dari model eksternal dan model ke dalam. Estimasi model eksternal memiliki tujuan untuk menilai legitimasi dan ketergantungan masing-masing variabel dorman dan mengevaluasi integritas fit. Sementara itu, estimasi model internal diusulkan untuk menggambarkan keterkaitan antara satu variabel tidak aktif dengan variabel lainnya. Langkah-langkah analisis model dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Pengukuran Outer Model

Model ini memiliki dua macam penanda, yaitu kecerdasan dan perkembangan. Dalam pengujian ini memanfaatkan penunjuk cerdas yang memiliki kualitas, antara lain: hubungan sebab akibat dari variabel tidak aktif (*build*) ke penanda, wajar jika ada hubungan antar-pointer, membuang salah satu penanda cerdas tidak akan mengubah signifikansi variabel yang sedang diestimasi, dan memutuskan kesalahan estimasi di tingkat pengembangan. . Cara diambil untuk menilai legitimasi dan ketergantungan setiap variabel yang tidak aktif meliputi 3 kriteria, yaitu :

1. Convergent Validity

Keabsahan dinilai berdasarkan keterkaitan antara skor AVE hal-hal yang ditentukan oleh PLS. Untuk mengevaluasi legitimasi gabungan, nilai faktor penumpukan harus lebih dari 0,7 untuk pemeriksaan yang menguatkan dan nilai faktor penumpukan adalah antara 0,6 - 0,7 untuk eksplorasi informatif dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih dari 0,5 (Ghazali, 2015).

2. Discriminant Validity

Pendekatan terbaik untuk menguji legitimasi diskriminan dengan petunjuk cerdas adalah dengan melihat tumpukan silang insentif untuk setiap faktor baru lebih penting ($> 0,7$), pendekatan lain untuk menguji legitimasi diskriminan adalah memikirkan tentang dasar kuadrat AVE untuk setiap faktor dengan harga hubungan antara faktor-faktor dalam model (Ghazali, 2015).

3. Composite Reliability

Tes ini digunakan untuk mengukur kualitas pertama yang tak tergoyahkan dari sebuah struktur. Alat ukur kualitas tahan lama komposit dari variabel tidak aktif adalah nilai yang mengukur keamanan dan konsistensi dari alat ukur kepercayaan bersatu dengan nilai kualitas tidak bergerak komposit > 0.70 . Sehubungan dengan hal tersebut, maka tes dalam tes ini diselesaikan untuk menentukan konsistensi reaksi responden terhadap instrumen investigasi.

Pengukuran Inner Model

Pengukuran ini dilakukan setelah hasil pengukuran *outer* model telah diperoleh. Menurut Hair, dkk, (2011) terdapat tiga kriteria dalam pengukuran *inner* model ini, antara lain yaitu :

1. Coefficient of determinant (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) untuk konstruk laten dependen. R^2 digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dengan mengelompokkan nilai R^2 atau *adjusted* R^2 ke dalam kategori kuat, moderat dan lemah dengan nilai sebesar 0,67; 0,33 dan 0,19.

2. Cross-Validated Redundancy (Q^2)

Pengujian Q^2 ditujukan untuk menilai relevansi prediktif *inner* model. Q^2 digunakan untuk mengetahui kapasitas prediksi dengan prosedur *blindfolding*. Menyatakan bahwa Q^2 dapat bernilai negatif sedangkan R^2 selalu bernilai positif. Model dengan validitas prediktif harus memiliki nilai $Q^2 > 0$.

3. Path Coefficient

Tes ini dilakukan untuk menjamin bahwa hubungan antara faktor-faktor tersebut solid. (Ghazali dan Latan, 2015) menyatakan bahwa suatu variabel dikatakan memiliki hubungan yang solid jika cara uji koefisien harga lebih dari 0,10 dan hubungan dormant dikatakan besar jika dilakukan uji koefisien.

Uji Hipotesis

Kemajuan terakhir dalam penyelidikan informasi adalah menguji teori. Alasan untuk menguji spekulasi ini adalah untuk memutuskan apakah ada pengaruh antara variabel otonom dan variabel reliabel dalam pandangan elemen yang berbeda, untuk lebih spesifiknya variabel pengarah. Dalam menguji teori ini akhirnya adalah mengakui atau menolak spekulasi.

Pengujian spekulasi diselesaikan dengan membandingkan konsekuensi koefisien jalan dengan tabel T. Sebuah spekulasi dikatakan memiliki dampak kritis jika estimasi t hitung $> t$ tabel pada

tingkat peluang 1%, seharusnya menjadi kuat jika estimasi $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat peluang 5%, dan demikian dikatakan tidak berdampak jika estimasi $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat peluang 10%. Sedangkan spekulasi dikatakan tidak berdampak kritis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada tingkat peluang 10%. Teori elektif dinyatakan dijunjung tinggi untuk menguji spekulasi satu-diikuti pada teori alpha 5% dari cara harga koefisien yang ditunjukkan oleh harga pengukuran T (T-pengukuran) $\geq 1,64$. Maka jalannya berada pada tingkat 0,05.

Deskripsi Obyek Penelitian Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur

LLDIKTI (Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi) digerakkan oleh otoritas eselon II, khususnya seorang Kepala dibantu oleh seorang Sekretaris, dan dalam menyelesaikan kewajibannya posisinya berada di bawah Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. LLDIKTI Wilayah VII mempunyai prinsip melaksanakan upaya peningkatan hakikat pendidikan lanjutan di wilayah Jawa Timur. Dalam melaksanakan tugas bantuan peningkatan kualitas, LLDIKTI Wilayah VII memiliki kapasitas yang meliputi:

1. Melakukan perencanaan pendidikan yang sifatnya lanjutan.
2. Melakukan bantuan perbaikan hakikat penyelenggaraan pendidikan lanjutan.
3. Melaksanakan bantuan untuk meningkatkan hakikat pendidikan lanjutan para eksekutif.
4. Melakukan bantuan status pendidikan lanjutan di luar penegasan kualitas.
5. Memimpin penilaian dan mempertanggung jawabkan pelaksanaan pendampingan peningkatan mutu pendidikan lanjutan.

6. Mengawasi informasi dan data di bidang mutu pendidikan lanjutan. Menyelesaikan organisasi LLDIKTI

Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis data secara deskriptif adalah menguraikan hasil analisis terhadap responden dengan cara menguraikan tanggapan 46 responden yang berkaitan dengan variabel (X1) Pelatihan, (X2) Keahlian, (X3) Pemanfaatan Teknologi, (X4) Motivasi dan (X5) Dukungan Atasan sebagai variabel moderating, (Y) Kinerja pemakai sistem informasi. Penyebaran data menggunakan kuesioner yang terkumpul. Dalam percakapan pengujian ini akan memperjelas reaksi normal responden terhadap penanda secara keseluruhan seperti halnya jumlah responden yang menawarkan tanggapan untuk setiap variabel penunjuk.. Mengetahui konsekuensi normal dari reaksi responden dapat memanfaatkan rentang kelas yang bertujuan untuk

menghitung nilai atau skor jawaban yang telah diisi oleh responden.

$$\begin{aligned} \text{Interval Class} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

Tabel Kelas Interval

Interval	Kategori	Nilai
$1,00 < (KPI, PL, KA, PTK, MT, DAT) \leq 1,80$	Sangat Tidak Setuju	1
$1,80 < (KPI, PL, KA, PTK, MT, DAT) \leq 2,60$	Tidak Setuju	2
$2,60 < (KPI, PL, KA, PTK, MT, DAT) \leq 3,40$	Netral	3
$3,40 < (KPI, PL, KA, PTK, MT, DAT) \leq 4,20$	Setuju	4
$4,20 < (KPI, PL, KA, PTK, MT, DAT) \leq 5,00$	Sangat Setuju	5

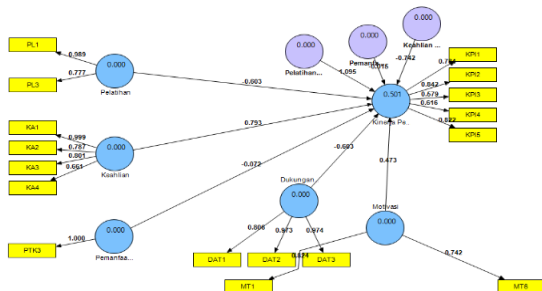
Sumber : Masri (2009: 118)

Outer Model

Estimasi model eksternal dalam pengujian ini dilengkapi dengan estimasi impresi marker yang dievaluasi berdasarkan hubungan antara skor benda yang dinilai / part score dan harga faktor stacking eksternal. Jangkauan dasar terjauh dari estimasi faktor penumpukan eksternal dari marker yang layak untuk mencerminkan variabel adalah 0,5 (Chin, 1998). Berikut hasilnya :

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Perhitungan Nilai Outer Loading Eliminasi Akhir



Tabel 3.1

Hasil Perhitungan Nilai Outer Loading Eliminasi Akhir

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Pelatihan (X1)	PL1	0.989281	Valid
	PL3	0.777320	Valid
Keahlian (X2)	KA1	0.998937	Valid
	KA2	0.787279	Valid

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
	KA3	0.801252	Valid
	KA4	0.660810	Valid
Pemanfaatan Teknologi (X3)	PTK3	1.000000	Valid
Motivasi (X4)	MT1	0.824095	Valid
	MT6	0.742078	Valid
Dukungan Atasan (X5)	DAT1	0.805965	Valid
	DAT2	0.973458	Valid
	DAT3	0.974381	Valid
Kinerja Pegawai (Y)	KPI1	0.783597	Valid
	KPI2	0.842163	Valid
	KPI3	0.578931	Valid
	KPI4	0.615963	Valid
	KPI5	0.822422	Valid

Sumber : Lampiran

Berdasarkan lampiran gambar dan tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua proksi memiliki nilai faktor susun eksternal lebih menonjol dari 0,5 dan dianggap masuk akal sebagai penanda yang dapat mencerminkan semua faktor pembanding.

Variabel persiapan (X1) dicerminkan oleh 2 petunjuk dengan perantara PL1 ke PL3. Hasil akhir dari penanganan informasi terukur dengan menggunakan pemrograman SmartPLS adaptation 2.0 untuk menggambarkan estimasi faktor external stacking menunjukkan bahwa nilai intermediasi PL1 dan PL3 yang lebih menonjol dari 0,5 layak digunakan sebagai penanda untuk mencerminkan variabel preparasi (X1).

Variabel kemampuan (X2) dicerminkan oleh 4 penanda dengan perantara KA1 sampai KA4. Konsekuensi dari penyusunan informasi faktual dengan

menggunakan program SmartPLS form 2.0 untuk memastikan estimasi faktor external stacking menunjukkan bahwa intermediary esteems KA1 sampai KA4 lebih penting dari 0,5 layak digunakan sebagai pointer untuk mencerminkan variabel Expertise (X2).

Variabel Pemanfaatan Teknologi (X3) direfleksikan oleh 1 penunjuk dengan perantara PTK3. Konsekuensi dari penanganan informasi terukur yang menggunakan pemrograman SmartPLS rendition 2.0 untuk memastikan estimasi faktor eksternal stacking menunjukkan bahwa harga perantara PTK3 yang lebih menonjol dari 0,5 cocok digunakan sebagai penunjuk untuk mencerminkan variabel Pemanfaatan Teknologi (X3).

Variabel Motivasi (X4) dicerminkan oleh 2 penanda dengan perantara MT1 dan MT6. Konsekuensi dari penyusunan informasi terukur dengan menggunakan pemrograman SmartPLS adaptation 2.0 untuk menghitung estimasi faktor eksternal stacking menunjukkan bahwa nilai perantara MT1 dan MT6 yang lebih menonjol dari 0,5 cocok digunakan sebagai petunjuk untuk mencerminkan variabel Motivasi (X4).

Variabel Kinerja Representatif (Y) dicerminkan oleh 5 penanda dengan perantara KPI1 hingga KPI5. Hasil dari penyusunan informasi terukur dengan menggunakan pemrograman SmartPLS rendition 2.0 untuk menghitung estimasi faktor external stacking menunjukkan bahwa harga perantara KPI1 hingga KPI5 yang lebih menonjol dari 0,5 layak digunakan sebagai acuan untuk mencerminkan variabel Kinerja Karyawan (Y).

Inner Model

Pengujian model internal dilakukan untuk mengukur hubungan semua faktor dalam pengujian ini. Estimasi model internal dilakukan untuk menentukan

derajat dampak hubungan antar faktor, seperti derajat dampak hubungan antara semua faktor dalam kerangka kerja yang dirakit. Estimasi inward model untuk menguji pengaruh antar faktor dalam pengujian menggunakan nilai R².

R Square (R²) atau yang biasa dikenal dengan *coefficient of assurance*, merupakan proporsi kesesuaian serangan dari kondisi relaps; secara khusus memberikan luas atau tingkat dari semua variasi dalam variabel dependen yang digambarkan oleh variabel otonom. Estimasi R² terletak antara 0 - 1, dengan serangan model dikatakan lebih baik jika R² semakin mendekati 1. Tabel R² di atas menawarkan keuntungan (Imam Ghazali, 2005)

Berdasarkan R² suatu model dapat diklasifikasikan sebagai kuat ($\leq 0,70$), menengah ($\leq 0,45$) dan lemah ($\leq 0,25$). Berikut merupakan hasil nilai R²:

	R Square (Model Awal)	R Square (Eliminasi 1)	R Square (Eliminasi 2)
Kinerja Pemakai Informasi	0.479843	0.451705	0.501433

Sumber : Lampiran

Berdasarkan lampiran Tabel R² dapat dilihat bahwa nilai R² sebesar 0.501433 untuk variabel (Y) Kinerja Pemakai Informasi yang berarti bahwa Pelatihan (X1), Keahlian (X2), Pemanfaatan Teknologi (X3) dan Motivasi (X4) mampu dijelaskan variabel (Y) Kinerja Pemakai Informasi sebesar 50.1% dan sisanya 49.9% tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Estimasi yang dinilai dari koefisien cara yang menghubungkan antar build harus memiliki nilai yang sangat besar. Makna hubungan bisa didapat dengan strategi Bootstapping atau Jacknifing. Nilai berikutnya adalah jenis harga t-check yang kemudian

dikontraskan dan t-tabel. Apabila estimasi $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ (1,96) pada tingkat kepentingan (5%), maka estimasi koefisien jalur yang dinilai sangat besar.

KESIMPULAN

Dari analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan:

1. Pelatihan secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja pengguna sistem informasi pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur.
2. Keahlian secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja pengguna sistem informasi pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur.
3. Pemanfaatan teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pengguna sistem informasi pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur.
4. Motivasi tidak dapat memoderasi hubungan antara keahlian terhadap kinerja pengguna sistem informasi pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur.
5. Dukungan atasan dapat memoderasi hubungan antara pelatihan terhadap kinerja pengguna sistem informasi pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur.
6. Dukungan atasan tidak dapat memoderasi hubungan antara pemanfaatan teknologi terhadap kinerja pengguna sistem informasi pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni. 2011. Pengaruh Kemampuan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekolah Tinggi Seni Indonesia (Stsi) Bandung. Jurnal

Penelitian Pendidikan. Volume 12. Nomor 2.

Budiman, Fuad dan Arza, Fefri Indra. 2013. Pendekatan Technology Acceptance Model dalam Kesuksesan Implementasi Sistem Informasi Manajemen Daerah. *Jurnal WRA*. Volume 1. Nomor 1.

Fabrianie, Fany. 2013. Pengaruh Teknologi Informasi, Pemanfaatan Teknologi Informasi, dan Kepercayaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Individual. Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Susilowati Sri dan Ilya Farida, 2016, Dampak Pengelolaan Sumberdaya Manusia Terhadap Semangat Kerja Karyawan PT Bukit Jaya Abadi Surabaya, Vol. 3 No.2. hal. 90 - 103, Fak. Ekonomi, Universitas Dr. Soetomo Surabaya.

Rusjiana Jimmy, 2016, Pengaruh Sistem Informasi Sdm Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Rabbani Bandung, ISSN 2442-4943, STIE Pasundan Bandung.

Kasmi, 2016, Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik), Kharisma Putra Utara Offset, Depok

Pengaruh KAP *Big Four*, Komite Audit Dan Kepemilikan Institusional Terhadap *Audit Delay*

Merdianto Budi Utomo¹, Aristha Purwanthari Sawitri²

^{1), 2)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email: merdiantomarcopolo.1998@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of KAP reputation, Institutional Ownership audit Committee on audit delay (studies on manufacturing companies listed on the IDX in 2015 - 2019), this research method uses quantitative, the sampling technique uses purposive sampling with certain criteria. The test used is the classical assumption test, multiple linear regression analysis, the coefficient of determination (R²) and partial t, the results in this study are the reputation of public accounting firms has a positive and significant effect on audit delay because the significance value is $0.036 < 0.05$. The audit committee has a positive and significant effect on audit delay because the significance value is $0.044 < 0.05$. Institutional ownership has no positive and significant effect on audit delay because the significance value is $0.220 > 0.05$.

Keywords : Reputation of KAP; Audit Committee; Institutional Ownership; and Audit Delay

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Reputasi KAP, Komite audit Kepemilikan Institusional terhadap *audit delay* (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015 – 2019), metode penelitian ini menggunakan kuantitatif, Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel purposif dengan kriteria tertentu. Uji yang dilakukan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi (R²) dan parsial t, hasil pada penelitian ini adalah Reputasi KAP berpengaruh positif dan signifikan terhadap audit delay karena nilai signifikansi $0,036 < 0,05$. Komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap audit *delay* karena nilai signifikansi $0,044 < 0,05$. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap audit delay karena nilai signifikansi $0,220 > 0,05$,

Kata Kunci: Reputasi KAP; Komite Audit; Kepemilikan Institusional; dan *Audit Delay*

PENDAHULUAN

Audit delay disebabkan adanya perbedaan tanggal pelaporan keuangan dengan tanggal pelaporan hasil audit (Pattiasina, 2017). Laporan keuangan yang tidak disampaikan tepat waktu mengakibatkan berkurangnya informasi yang tersedia dalam

laporan keuangan tersebut sehingga informasi tersebut sudah tidak relevan bagi pengguna laporan keuangan dan nilai perusahaan tersebut (Effendi, 2018). *Audit delay* dapat menurunkan tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan (Sa'adah, 2013).

Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia wajib menyampaikan laporan keuangan berkala (Peraturan Bapepam dan LK Nomor X.K.2 tentang Penyampaian Laporan Keuangan Berkala Emiten Atau Perusahaan Publik). Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan yang telah diaudit akan berdampak pada pasar. Efek dari pasar ini akan mempengaruhi harga saham perusahaan, jika informasi yang terkandung dalam laporan keuangan yang telah diaudit ini baik maka sinyal yang diberikan pasar juga baik (*good news*) dan tercermin pada naiknya harga saham. Keterlambatan perusahaan publik dalam menyampaikan laporannya tersaji pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Data Perusahaan yang Terlambat Menyampaikan Laporan Keuangan

No.	Tahun	Emiten
1	2015	63
2	2016	45
3	2017	70
4	2018	10
5	2019	24

Sumber : IDX

Berdasarkan pada diatas dapat disimpulkan masih banyaknya perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia yang terlambat dalam melaporkan laporan keuangan tahunan sehingga perlu dilakukan penelitian hal yang mengakibatkan keterlambatan pelaporan keuangan.. Tentunya hal ini harus menjadi perhatian bagi perusahaan yang tercatat di Bursa dan bagi pemerintah (BAPEPAM).

Audit delay dapat menjadi sinyal *bad news* karena perusahaan tidak segera mempublikasikan laporan keuangannya sehingga dapat menyebabkan turunnya harga saham dan manajemen harus segera menyikapi hal ini agar nilai perusahaan tidak turun (Zebriyanti, 2015). Penyebab keterlambatan pelaporan keuangan antara lain: ukuran perusahaan, jenis industri, lamanya perusahaan menjadi klien sebuah kantor akuntan publik, opini akuntan publik, tingkat

profitabilitas, *debt to equity* ratio, extraordinary Item, komite audit, jumlah kepemilikan publik, dan komisaris independen (Nuris, 2017), akan tetapi penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi audit delay masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda, sehingga perlu dilakukan penelitian kembali.

Kantor Akuntan Publik (KAP) merupakan wadah bagi akuntan publik untuk memberikan jasanya. Semakin besar nama baik KAP tersebut menunjukkan hasil audit yang diberikan semakin baik (pelayanan jasa yang diberikan baik). Akuntan publik yang tergabung dalam KAP *Big Four* memiliki tingkat professional yang tinggi, sehingga hasil laporan keuangan yang diaudit lebih berkualitas dibanding KAP yang tidak termasuk *big four* (Devi & Suaryana, 2016). KAP *Big Four* dituntut untuk mempertahankan kinerjanya dengan lebih teliti efisien dan efektif untuk melindungi kepercayaan klien. sehingga reputasi KAP tersebut dapat bertahan. Reputasi KAP yang semakin baik tidak terlepas dari kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada mitranya. Pengguna laporan keuangan mengharapkan laporan keuangan yang dipublikasikan disajikan wajar. Reputasi KAP yang baik dapat meningkatkan ketepatan waktu pelaporan keuangan (Zebriyanti, 2015). Perusahaan yang bekerjasama dengan KAP *big four* memberikan kepercayaan kepada publik mengenai keakuratan dan kebenaran laporan keuangan perusahaan tersebut, sehingga mendorong manajemen untuk segera menginformasikan hasil audit laporan keuangan (Dewayani, Amin, & Dewi, 2017).

Selain reputasi KAP faktor yang mempengaruhi *Audit delay* adalah Komite audit. Berdasarkan peraturan OJK, perusahaan yang terdaftar di Indonesia wajib menjalankan fungsi internal. Peran auditor internal semakin penting dalam memperkuat tata kelola perusahaan terbuka. Komite audit memiliki

peran mengawasi tata kelola perusahaan terkait pelaporan, pengendalian internal, praktek manajemen risiko dan proses audit. Banyaknya anggota komite audit akan mengakibatkan pendeknya waktu *audit delay* (Angruningrum & Wirakusuma, 2013). Pengendalian internal yang kuat ditunjukkan dengan banyaknya anggota komite audit sehingga meminimalkan *audit delay* yang lama (Eksandy, 2017).

Kepemilikan saham suatu perusahaan yang dimiliki oleh institusi, lembaga dan institusi lain disebut kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional yang semakin besar akan menyebabkan rendahnya risiko dan lingkup audit akan semakin kecil dan mengakibatkan pendeknya *audit delay* (Gozali, Liany dan Harjanto, 2020). Besarnya kepemilikan institusional akan mendorong perusahaan untuk segera melaporkan laporan keuangan (Harnida, 2015). Hipotesis ketiga adalah.

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, tujuan dilakukan penelitian ini adalah peneliti ingin menguji pengaruh reputasi KAP, komite audit, dan kepemilikan institusional terhadap *audit delay* (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2019). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah pertama reputasi KAP berpengaruh terhadap *audit delay*; komite audit berpengaruh terhadap *audit delay*; dan ketiga kepemilikan institusional berpengaruh terhadap *audit delay*.

METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI Tahun 2015 – 2019 dengan kriteria tertentu, dan sampel pada penelitian ini berjumlah 84 perusahaan. Data yang digunakan diperoleh dari publikasi laporan keuangan perusahaan yang diakses dari

www.idx.co.id. Analisis yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap dependen menggunakan regresi linear berganda, dimana variabel dependen dalam penelitian ini adalah *audit delay* sedangkan variabel independen meliputi reputasi KAP yang diukur menggunakan variabel dummy dimana 1 untuk perusahaan yang berafiliasi dengan KAP Big 4 dan 0 bagi perusahaan yang tidak berafiliasi; komite audit yang diukur berdasarkan jumlah anggota komite audit dan kepemilikan institusional yang diukur dengan jumlah saham yang dimiliki institusi dibagi jumlah saham yang beredar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian asumsi klasik yang dilakukan menggunakan SPSS, disajikan pada tabel 2.

Tabel 2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	Hasil Uji		Kesimpulan
Normalitas	Asymp sig (2-tailed)	2.107	Distribusi Data Normal
Multikolinearitas			Tidak terjadi
Reputasi KAP	Tol	0.988	Multikolinearitas
	VIF	1.012	
Komite Audit	Tol	0.988	
	VIF	1.012	
Kep. Institusional	Tol	0.979	
	VIF	1.022	
Heteroskedastisitas			Tidak terjadi
Reputasi KAP	Sig	0.897	Heteroskedastisitas
Komite Audit	Sig	0.626	
Kep. Institusional	Sig	0.441	
Autokorelasi	Asymp sig (2-tailed)	0.625	Tidak terjadi Autokorelasi

Sumber : Olah data (2020)

Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian untuk uji asumsi klasik sudah memenuhi kriteria, sedangkan hasil uji hipotesis disajikan pada tabel 3.

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis

	Hasil Uji	Kesimpulan
Konstanta	B 63.476 Sig 0.000	
	Hasil Uji	Kesimpulan
Konstanta	B 63.476 Sig 0.000	
Reputasi KAP	B 7.289 Sig 0.036	Berpengaruh
Komite Audit	B 8.460 Sig 0.044	Berpengaruh
Kep. Institusional	B 7.073 Sig 0.220	Tidak Berpengaruh

Sumber : Olah data (2020)

Persamaan regresi penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 63.476 + 7.289 X_1 + 8.460 X_2 + 7.073 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linear disimpulkan bahwa reputasi KAP **berpengaruh** positif dan signifikan terhadap *audit delay*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Dewayani, Amin, & Dewi (2017). yang membuktikan bahwa reputasi KAP berpengaruh positif dan signifikan terhadap *audit delay*. Hal ini menunjukkan bahwa publik masih menggunakan penilaian berdasarkan nama baik (reputasi) sebuah Kantor Akuntan Publik dalam menentukan lama waktu *audit delay* (Sukadana & Wirakusuma, 2016). KAP membangun reputasinya melalui layanan jasa yang professional, sehingga klien KAP tersebut merasa puas akan kinerja yang diberikan KAP. Perusahaan yang bekerjasama dengan KAP *Big Four* dapat memberikan keyakinan pengguna laporan bahwa laporan keuangan tersebut telah disajikan sesuai dengan standar akuntansi keuangan dan disajikan secara wajar, sehingga ini memberikan *signal* baik (good news) bagi investor. Informasi terkait kerjasama yang dilakukan oleh perusahaan dengan KAP dalam hal publikasi laporan keuangan perusahaan masih menjadi penilaian

investor dalam pengambilan keputusan (Devi & Suaryana (2016).

Komite audit **berpengaruh** positif dan signifikan terhadap *audit delay*. Hal ini sesuai dengan penelitian milik Angruningrum & Wirakusuma (2013). Semakin banyak anggota pada komite audit, pengawasan perusahaan akan meningkat sehingga laporan keuangan dengan tepat waktu dan *audit delay* yang dialami semakin pendek. Semakin banyak anggota komite audit mengakibatkan proses penyelesaian audit menjadi lebih cepat. Kepemilikan institusional **tidak berpengaruh** positif dan signifikan terhadap *audit delay*. Saham suatu perusahaan yang dimiliki oleh institusi tidak dapat memberikan jaminan mengenai praktik tata kelola perusahaan yang baik (Dewayani, Amin, & Dewi, 2017). Hal ini disebabkan karena investor institusional tidak merasa memiliki perusahaan dan hanya berharap investasi yang mereka tanamkan dalam perusahaan tersebut mempunyai tingkat *return* yang tinggi. Penyebab kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap *audit delay* yaitu kemungkinan investor institusional bernegosiasi dengan manajemen khususnya berkaitan dengan *audit delay* sehingga investor institusional tidak dapat memaksimalkan pengawasan dan mendorong perusahaan untuk menyajikan laporan keuangan tepat waktu.

KESIMPULAN

Reputasi KAP dapat menjadi pertimbangan manajemen untuk menentukan KAP yang akan membantu laporan audit perusahaan dimana KAP *Big four* memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan KAP non *big Four*. Jumlah komite audit menjadi komponen penting dalam Audit delay, semakin banyak jumlah komite audit maka pengawasan dapat dilakukan dengan maksimal. Investor institusional hanya memfokuskan pada *return* maksimal saja

sehingga pengawasan yang seharusnya dilakukan tidak berjalan secara maksimal. Penelitian ini dapat membantu manajemen untuk menentukan kebijakan khususnya mengenai tata kelola perusahaan agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan perusahaan dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya. Penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi *audit delay* dan memperpanjang periode penelitian untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Angruningrum, S., & Wirakusuma, M. G. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kompleksitas Operasi, Reputasi KAP Dan Komite Audit Pada *Audit Delay*. *E-Jurnal Akuntansi*, 5(2), 251–270.
- Devi, N. L. L. S., & Suaryana, I. G. N. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas Dan Solvabilitas Terhadap Ketepatan Waktu Dengan Reputasi Kantor Akuntan Publik Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(1), 395–425.
- Dewayani, M. A., Amin, M. Al, & Dewi, V. S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2016). *University Research Colloquium*, 441–458.
- Effendi, B. (2018). Profitabilitas, Solvabilitas dan *Audit Delay* Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang Terdaftar Di BEI. *OWNER: Riset & Jurnal Akuntansi*, 2(2), 1–9.
- Eksandy, A. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Solvabilitas, Profitabilitas Dan Komite Audit Terhadap *Audit Delay*. *Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 1–15.
- Gozali, Liany dan Harjanto, K. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional dan Solvabilitas Terhadap *Audit Delay* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018). *ULTIMA Accounting*, 12(2), 214–230.
- Harnida, M. (2015). Pengaruh Mekanisme *Corporate Governance* Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *JSAI*, 2(1), 25–36.
- Pattiasina, V. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Auditor, Ukuran Perusahaan, Jumlah Komite Audit, Kompleksitas Operasi Perusahaan terhadap *Audit Delay* dan Opini Audit yang Diinterveing oleh *Audit Lag*. *Future Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(September), 85–98.
- Sa'adah, S. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap *Audit Delay*. *Jurnal Akuntansi*, 1, 1–17.
- Sukadana, I. D. M., & Wirakusuma, M. G. (2016). Reputasi Kantor Akuntan publik Memoderasi Opini Audit *Going Concern* dan *Audit Delay* Terhadap *Audit Switching*. *E-Jurnal Akuntansi Udayana*, 16(2), 1604–1634.
- Zebriyanti, D. E. (2015). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap *Audit Delay* Pada Perusahaan Perbankan. *Accounting Analysis Journal*, 4(1), 1–18. <https://doi.org/10.15294/aaj.v4i1.7784>

Model Kolaborasi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Dalam Menghadapi Era Digital Di Kota Surabaya

Endang Siswati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya

Email: endang@ubhara.ac.id

ABSTRACT

The approach used in this research is qualitative, to find an overview of how micro businesses find solutions in dealing with the digital era, this research is located in Surabaya. After the data obtained from observations and interviews were collected, then data triangulation was carried out, method and theory triangulation was then analyzed. The results of the study illustrate that the management of micro-enterprises is currently faced with the digital world, some of which are not ready to enter online-based businesses. Micro-enterprises are deemed necessary to seek breakthroughs in order to be able to run their business online while still managing them offline. From several alternatives, an online marketing collaboration model can be chosen with creative groups who understand digital, this is a solution for micro businesses that are not ready to enter online business, to increase sales. This is corroborated by research by AA Anggraeni (2008), facing the explosion in the use of online marketing, small business actors must be prepared to run an online business. In line with Wirapraja, A., & Aribowo, H. (2018) the existence of globalization is now inevitably market players must review their marketing programs in order to continue to exist in the competition.

Keywords: *Collaboration; online marketing; increasing competitiveness; digital era*

ABSTRAK

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif, untuk mencari gambaran bagaimana usaha mikro mencari solusi dalam menghadapi era digital, penelitian ini berlokasi di Surabaya. Setelah data yang diperoleh dari observasi dan wawancara terkumpul selanjutnya dilakukan triangulasi data, triangulasi metode dan teori kemudian dianalisis. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa pengelolaan usaha mikro pada saat ini dihadapkan dengan dunia digital, beberapa diantaranya belum siap untuk masuk ke bisnis berbasis online. Usaha mikro dirasa perlu untuk mencari terobosan agar mampu menjalankan usahanya secara online disamping tetap mengelola secara offline. Dari beberapa alternative, bisa dipilih model kolaborasi pemasaran online dengan kelompok kreatif yang memahami digital, hal ini merupakan solusi bagi usaha mikro yang belum siap memasuki bisnis online, untuk meningkatkan penjualan. Hal ini dikuatkan oleh penelitian AA Anggraeni (2008), menghadapi ledakan penggunaan pemasaran online maka para pelaku usaha kecil harus bersiap diri menjalankan usaha online. Senada dengan Wirapraja, A., & Aribowo, H. (2018) adanya globalisasi sekarang mau tidak mau para pelaku pasar harus meninjau program pemasarannya agar tetap eksis dalam persaingan.

Kata kunci : Kolaborasi; pemasaran online; meningkatkan daya saing; era digital

PENDAHULUAN

Era komunikasi digitalisasi berdampak pada berbagai sendi kehidupan, salah satunya dalam dunia komunikasi pemasaran, Rohimah (2018). Pada era globalisasi seperti sekarang ini dimana tingkat persaingan usaha sangat ketat, perusahaan dituntut agar selalu berinovasi dan berkreasi serta menerapkan berbagai strategi mulai dari strategi produksi sampai dengan produk ditangan konsumen agar bisa memenangkan persaingan atau paling tidak bisa bertahan. Persaingan terjadi tidak hanya pada perusahaan besar saja, tetapi juga pada usaha mikro, kecil, dan menengah sehingga dibutuhkan peningkatan daya saing. Di Jawa Timur terdapat 6.825.931 usaha mikro, kecil, dan menengah, sehingga dapat dikatakan bahwa persaingan antar usaha mikro, kecil, dan menengah itu sendiri sangat ketat. Masih terdapat usaha mikro yang sebetulnya potensial untuk dikembangkan tetapi sangat terbatas aksesnya, diperlukan perhatian dari semua pihak untuk membantu mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah agar mampu bersaing di pasar. Perkembangan digital saat ini juga ikut berpengaruh pada semua tingkatan usaha baik pada perusahaan besar, usaha mikro, kecil, serta pada usaha menengah. Suatu perusahaan baik skala besar maupun kecil yang menerapkan teknologi digital beberapa diantaranya mengalami peningkatan penjualan. Usaha mikro, kecil, dan menengah di Surabaya

mempunyai potensi untuk berkembang mengingat daerah tersebut adalah daerah dengan pertumbuhan penduduk yang cukup padat dan berada di ibukota provinsi. Berbagai strategi dan model perlu diterapkan agar bisnis mikro di daerah tersebut mampu bersaing, tidak sedikit yang menjadikan usaha tersebut sebagai sumber penghasilan sehari-hari bagi masyarakat yang digunakan untuk memberi nafkah keluarganya. Dalam kamus besar bahasa Indonesia kolaborasi artinya kerja sama, dalam penelitian ini kolaborasi adalah kerja sama antar usaha mikro kecil dan menengah atau antar kelompok usaha lainnya diharapkan dengan kerja sama usaha akan menjadi lebih kuat dan lebih besar. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran Usaha mikro dalam menghadapi persaingan di era digital untuk meningkatkan daya saing.

Tjiptono (2019), Pengertian pemasaran lebih luas dibandingkan dengan penjualan maupun periklanan. Terobosan yang bisa digunakan yaitu dengan menggunakan pemasaran *online* yang akhir-akhir ini mulai marak digunakan dan menggeser system pemasaran konvensional yang lebih dahulu ada.

Yang dimaksud bisnis *online* yaitu aktivitas yang dilaksanakan dengan menggunakan internet secara *online*. Kegiatannya antara lain jual beli yang dilakukan secara *online*, penyediaan jasa *online*. Berbagai bentuk bisnis *online*

antara lain toko online dimana konsumen membeli barang atau jasa yang dilakukan secara *online*. Selain bentuk toko online banyak juga UMKM juga memasarkan produknya melalui sosial media antara lain penjualan melalui *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp*, *Youtube*, dll. Saat ini banyak UMKM yang menjual bisnisnya secara online menggunakan sosial media dan market place. Saat ini kita dapat memasarkan produk di media sosial menggunakan internet. (Ari Supriyanto, 2013). Ari Supriyanto(2013), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sistem pemasaran online terhadap kepuasan konsumen. Sistem pemasaran yang berubah dari offline menjadi *online* berpengaruh pada kepuasan konsumen, kepuasan konsumen meningkat dengan adanya sistem pemasaran online yang lebih baik. Disini diharapkan dengan meningkatnya kepuasan konsumen maka akan ada pembelian ulang sehingga perusahaan eksis dalam persaingan yang ketat sekarang ini. Untuk meningkatkan daya saing di era teknologi internet saat ini, usaha kecil di tuntut untuk bisa mengikuti perkembangan bisnis, antara lain dengan melakukan kolaborasi dengan pihak lain yang lebih memahami bisnis online yang sedang marak saat ini agar UMKM terus eksis, senada dengan hasil temuan dari Rohimah (2018) Kemajuan digital membuat konsumen baik yang tinggal di desa maupun di kota menggunakan internet dalam kegiatan belanja. Di era teknologi digital saat ini, seseorang lebih suka membeli secara online dari rumah, hal ini akan membuat pasar konvensional akan mengalami kemunduran (menurut

pediksi). Pasar ritel modern dan pasar konvensional harus menyiapkan strateginya agar tetap eksis di era komunikasi digital. Hawangga Dhiyaul Fadly &Sutama (2020), Penggunaan pemasaran *online* untuk memasarkan barang atau jasa berpengaruh positif bagi perkembangan ekonomi serta bagi pertumbuhan minat beli konsumen. Transaksi bisnis *online* juga sudah mulai dipercaya dan diterima masyarakat Indonesia. Pada saat ini internet mengalami perkembangan fungsi secara lebih cepat bukan hanya berfungsi sebagai media informasi saja seperti sebelumnya namun berfungsi juga sebagai media pemasaran dan komunikasi yang efisien sehingga cocok bagi usaha mikro hingga usaha besar, Surastuti, 2017).

Beberapa kelebihan dalam bisnis online antara lain uang dan waktu menjadi tidak terbatas, bebas mengendalikan usaha, dalam bisnis *online* modal lebih terjangkau, kecepatan dan kemudahan dalam transaksi, membutuhkan tenaga kerja yang tidak banyak, banyak peluang bisnis baru yang bermunculan. Selain kelebihan bisnis online terdapat juga kekurangan-kekurangan antara lain: Maraknya Penipuan online, penetrasi internet dirasa masih belum maksimal dll.

Menurut Tambunan (2008), UMKM mempunyai daya saing tinggi jika mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: volume produksi cenderung mengalami peningkatan, pangsa pasar juga mengalami peningkatan baik pasar domestik maupun ekspor, pada pasar dalam negeri perusahaan melayani local dan nasional, pada pasar ekspor tidak hanya terpusat melayani satu negara saja

melainkan di banyak negara. Fitriati, R. (2012). Memiliki hubungan yang baik dalam jangka panjang dengan para pemasok, pelanggan, dan potensi pasar merupakan kekuatan untuk bisa memiliki daya saing. Inovatif, desain, dan fitur produk yang dimiliki pesaing merupakan ancaman. Strategi alternatif yang bisa diambil yaitu memperluas dan mengembangkan pasar dengan memperhatikan kualitas dan selalu berinovasi. Nurzamzami, A., & Siregar, E. H. (2014)

Indikator yang digunakan untuk mengkatagori usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia ada banyak, namun kalau kita mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia no 10 tahun 2008 tentang UMKM, yang dimaksud usaha mikro, kecil dan menengah dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 1. Kategori

kelompok Usaha	Aset per-tahun	pemasukan per-tahun
Mikro	Paling banyak 50 Juta	Paling banyak 300 Jt
Kecil	50 – 500 juta	> 300 Juta s/d 2,5 M
Menengah	500 Juta sampai dengan 10 M	Lebih dari 2,5 -50 Miliar

Sumber: Undang-undang No 10 Tahun 2008

Adanya peningkatan daya saing pada perusahaan maka diikuti produk juga akan meningkat . hal terpenting yang dapat dilakukan UMKM yaitu meningkatkan kerjasama antar unit atau sesama usaha mikro itu sendiri serta dengan para stake holdersnya., Susilo (2010). (Kurniawati & Yuliando 2015) dalam penelitiannya

menemukan bahwa produktivitas UMKM di Indonesia masih rendah. (Bosma et al. 2018) UMKM yang produktif dapat menyumbang menaikkan pertumbuhan ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana usaha mikro mencari solusi dalam menghadapi era digital. Instrument dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Sugiyono (2015) menyatakan bahwa penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian berbasis penelitian pada filosofi *postpositivism / interpretive*, digunakan untuk mengkaji kondisi alam objek dimana peneliti sebagai instrumen kunci., data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi kemudian dilakukan triangulasi yang meliputi antara lain: triangulasi metode, data, dan juga triangulasi teori yang digunakan, kemudian dilakukan analisis data, dari metode tersebut diharapkan bisa memperoleh hasil yang mendekati kebenaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, data primer adalah data yang langsung dipeoleh dari lapangan, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan diperoleh dalam bentuk uraian. Data primer diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara dengan informan yang memahami permasalahan tersebut, serta didapatkan melalui observasi secara langsung terhadap objek

penelitian. Data dari hasil observasi dan wawancara kemudian dilakukan analisis dan hasil analisis menunjukkan bahwa beberapa usaha mikro dikota Surabaya masih ada yang belum menjalankan usahanya secara *online*. Diperoleh keterangan dari informan bahwa usaha mikro tersebut belum menerapkan bisnis online ke dalam pengelolaan usahanya karena mereka sudah nyaman menggunakan pemasaran secara tradisional, hal ini juga disebabkan karena kendala sumber daya manusia yang masih belum mengenal dunia digital, sehingga dalam menjual produknya masih menggunakan pemasaran tradisional yaitu dari mulut kemulut. Dari hasil analisis data juga dapat digambarkan bahwa terdapat kelompok kreatif yang menjalankan bisnis online namun belum mempunyai produk yang bisa dijalankan sehingga usaha mikro bisa bekerja sama dengan kelompok kreatif tersebut untuk memasarkan produknya secara *online* dengan tetap mempertahankan bisnis *offline*-nya. Kolaborasi ini merupakan model yang bisa memperluas pangsa pasar bagi usaha mikro, sehingga diharapkan dapat meningkatkan keuntungan. Sudah saatnya usaha mikro mengelola usahanya secara *online*, Hal ini dikuatkan oleh penelitian AA Anggraeni (2008), Usaha mikro di Indonesia harus segera masuk ke pemasaran online. Dalam hal ini usaha mikro yang belum masuk ke bisnis online yang dikarenakan belum familier menggunakan atau tidak ada tenaga kerja yang khusus menangani bisnis online kolaborasi merupakan solusi dan bisa meningkatkan pangsa pasarnya. Senada juga dengan hasil penelitian Wirapraja, A.,

& Aribowo, H. (2018) perkembangan zaman saat ini mengharuskan bagi pemasar untuk memperbaharui sistem penjualannya agar tetap mampu bersaing di era persaingan, sehingga usaha mikro perlu menjalankan usahanya secara *online* untuk meraih keuntungan yang maksimal.

KESIMPULAN

Usaha mikro pada saat ini dihadapkan dengan dunia digital, beberapa usaha mikro memang belum siap untuk masuk ke bisnis yang berbasis online, namun untuk menghadapi persaingan di era digital ini mau tidak mau usaha mikro perlu mencari terobosan agar mampu menjalankan usahanya secara *online* disamping usaha *offline*. Banyak alternatif yang bisa dilakukan antara lain salah satunya bisa menggunakan model kolaborasi pemasaran *online*, merupakan solusi bagi usaha mikro yang belum siap memasuki bisnis *online*, untuk memperluas pangsa pasarnya sehingga bisa menaikkan omset penjualannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A. A. (2008). Manajemen Keyword: Strategi Pemasaran *Online* Menggunakan Search Engine. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 6(2).
- Bosma, N., Sanders, M., & Stam, E. (2018). Institutions, entrepreneurship, and economic growth in Europe. *Small Business Economics*, 51(2), 483-499.
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah

-
- Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 213-222.
- Fitriati, R. (2012). Rekontruksi daya saing UMKM industri kreatif berbasis tiga tingkat kerangka kelembagaan (sebuah aplukasi riset tindakan berbasis soft systems methodology).
- Kurniawati, D., & Yuliando, H. (2015). Productivity improvement of small scale medium enterprises (SMEs) on food products: case at Yogyakarta province, Indonesia. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 3, 189-194.
- Nurzamzami, A., & Siregar, E. H. (2014). Peningkatan daya saing UMKM alas kaki di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dan implikasinya terhadap strategi pemasaran. *Jurnal Manajemen dan organisasi*, 5(1), 15-29.
- Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91-100.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01), 71-90.
- Susilo, Y. (2012). Strategi meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi implementasi CAFTA dan MEA. *Buletin Ekonomi*.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28.
- Supriyanto, A. (2013). *Analisis penggunaan teknologi internet (sosial media) dalam sistem pemasaran online untuk meningkatkan kepuasan dan pembelian berulang pada bisnis jersey bola online* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran.
- Tambunan, T. (2008). SME development, economic growth, and government intervention in a developing country: The Indonesian story. *Journal of international entrepreneurship*, 6(4), 147-167.
- Undang Undang No 10 Tahun 2008 tentang UMKM
- Wirapraja, A., & Aribowo, H. (2018). Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis. *Teknika*, 7(1), 66-72.

