



Majalah EKONOMI

Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis

Vol. 28, No.2, Desember 2023

E-ISSN: 2776-2165

**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

Widiar Onny Kurniawan, S.E., M.Ak., CCMA., CSSA., CIRP., CSEM., CFAS., CEAS., QRMA.
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

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. Santirianingrum 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

Manajemen Strategi Pemberdayaan Ekonomi UMKM Bagi Masyarakat Menengah Kebawah Dalam Menghadapi Digitalisasi Afrizal Miradji ¹ , Siti Istikhroh ² , Diantri Nur Anggraini ³ , Nisha Afriliyanti ⁴ , Safinatun Najah ⁵ , Nabilah Alfi Nisa ⁶ , Wahyu Mustika Adi Nur Endahsari ⁷	1 – 13
Dampak Komunikasi, Motivasi, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan PT. Indomultibox Sidoarjo Baiq Nadya Salma Rizki ¹ , Bisma Arianto ²	14 – 19
Analisis Pengungkapan Informasi Lingkungan Dalam Laporan Keuangan Pdam Kabupaten Bondowoso : Perspektif Green Ekonomi Dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Gusti Dian Prayogi ¹ , Widiar Onny Kurniawan ²	20 – 34
Membangun Innovative Work Behavior Pada Karyawan Generasi Millennial: Peran Transformational Leadership Dan Employee Engagement Pratama Sivano Edsel ¹ , Dhyah Harjanti ²	35 – 45
Pengaruh Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Perusahaan (Studi Pada PT. Mitra Pinasthika Mustika Tbk) Ana Lailatul Arofiyah ¹ , Kafidin Muzakki ²	46 – 53
Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Suku Bunga, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Program Studi Akuntansi) Nurdina ¹ , R Yudi Sidharta ² , Aisyah Devi Irawati ³	54 – 61
Model Strategi Bisnis UMKM Tembakau di Jawa Timur Berdasarkan Jiwa Enterpreneurship dan Faktor Eksternal Perusahaan Reza Tianto ¹	62 – 71
Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Sendang Biru Kabupaten Malang Rudi Santoso ¹	72 –83
Pengaruh Perceived Value dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Perguruan Tinggi X) Nikma Yucha ¹ , Puji Febrianti ²	84 – 88
Pengaruh Risiko Kredit Dan Risiko Likuiditas Terhadap ROA Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi Elivia Khayidah ¹ , Mitha Otik Wiraswati ² , Yuli Yanti Wulansari ³ , Dewi Agustya Ningrum ⁴	89 – 97

Manajemen Strategi Pemberdayaan Ekonomi UMKM Bagi Masyarakat Menengah Kebawah Dalam Menghadapi Digitalisasi

Afrizal Miradji¹, Siti Istikhoroh², Diantri Nur Anggraini³, Nisha Afriliyanti⁴, Safinatun Najah⁵, Nabilah

Alfi Nisa⁶, Wahyu Mustika Adi Nur Endahsari⁷

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2,3,4,5,6,7}

Koresponden : afrizal@unipasby.ac.id

Abstrak

Manajemen strategi pemberdayaan ekonomi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bagi Masyarakat menengah kebawah menjadi krusial dalam menghadapi era digitalisasi saat ini. Digitalisasi telah mengubah lanskap bisnis secara menyeluruh, mempercepat perubahan, dan memunculkan tantangan baru bagi UMKM. Dalam konteks ini, manajemen strategik menjadi landasan untuk memperkuat daya saing UMKM dan memastikan keberlanjutan bisnis mereka. Penelitian ini membahas strategi pemberdayaan ekonomi UMKM yang berfokus pada Masyarakat menengah kebawah dalam menghadapi digitalisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber literatur dan studi kasus untuk mengidentifikasi tantangan, peluang, dan praktik terbaik dalam manajemen strategik pemberdayaan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM membutuhkan pendekatan manajemen strategik yang holistic, meliputi pengembangan kapasitas digital, pemasaran online, akses ke modal dan teknologi, serta kemitraan strategik dengan pemangku kepentingan terkait. Selain itu, Pembangunan infrastruktur digital dan Pendidikan kewirausahaan juga menjadi kunci dalam meningkatkan kapasitas UMKM. Kesimpulan, manajemen strategik pemberdayaan ekonomi UMKM bagi Masyarakat menengah kebawah dalam menghadapi digitalisasi memerlukan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan. Dengan memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM, diharapkan mereka dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan inklusif.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, Manajemen Strategik

PENDAHULUAN

Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perekonomian telah diakui secara luas sebagai penyumbang utama terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan. Namun, UMKM seringkali menghadapi tantangan signifikan dalam mengikuti perkembangan teknologi, terutama dalam konteks era digitalisasi yang semakin meluas. Sebagai entitas bisnis yang terdiri dari masyarakat kalangan menengah kebawah, UMKM membutuhkan pendekatan manajemen strategi yang tepat untuk menghadapi perubahan ini.

Digitalisasi telah mengubah cara bisnis dilakukan, memperkenalkan model baru, dan mempercepat inovasi. Namun, dari Sebagian UMKM, adaptasi terhadap perubahan ini mungkin terasa menantang dan memerlukan pemberdayaan ekonomi yang kuat. dalam konteks ini, manajemen strategi menjadi krusial dalam memperkuat daya saing UMKM, meningkatkan kapabilitas mereka dan mengoptimalkan pertumbuhan dalam era digitalisasi.

Dalam era globalisasi yang didorong oleh teknologi, digitalisasi telah menjadi pendorong utama perubahan diberbagai sektor ekonomi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, dan berbisnis. Salah satu sektor terpengaruh signifikan oleh transformasi digital ini adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam Masyarakat menengah kebawah UMKM bukan hanya menjadi sumber penghasilan, tetapi juga menjadi pondasi ekonomi lokal yang kuat.

Namun, perubahan ini juga membawa tantangan bagi UMKM,

terutama bagi mereka yang beroperasi dilapisan Masyarakat kebawah. Digitalisasi menciptakan kesenjangan akses dan keterampilan, memperkuat persaingan global, dan manajemen strategi menjadi kunci untuk memastikan pertumbuhan UMKM ditengah revolusi digital ini.

Pendahuluan ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan UMKM Masyarakat kalangan menengah kebawah dalam menghadapi digitalisasi, serta menyoroti pentingnya pemberdayaan ekonomi dan peran ekonomi strategi dalam menjawab tantangan ini. Dengan memahami lanskap yang dihadapi UMKM dalam konteks digitalisasi, kita dapat merancang strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing mereka dalam memperluas akses kepasar digital, dan memastikan inklusi ekonomi yang lebih luas dikalangan Masyarakat menengah kebawah. Untuk mengeksplorasi pentingnya manajemen strategi dalam pemberdayaan ekonomi umkm bagi Masyarakat menengah kebawah dalam menghadapi digitalisasi. Dengan mengidentifikasi, peluang dan strategi yang relevan, kita dapat merancang pendekatan holistic dan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas UMKM, memperluas akses mereka ke teknologi digital, dan meningkatkan daya saing pasar yang semakin terhubung secara global. Melalui pendekatan ini diharapkan UMKM dapat menjadi agen perubahan positif dalam memperkuat ekonomi lokal dan memastikan inklusi sosial yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber literatur dan studi kasus untuk

mendefinisikan tantangan, peluang, dan praktik terbaik dalam manajemen strategik pemberdayaan UMKM.

PEMBAHASAN

Dalam menghadapi gelombang digitalisasi yang terus berkembang, peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi semakin penting dalam perekonomian global. Masyarakat menengah kebawah memiliki peran krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, namun seringkali mereka menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan kelangsungan bisnis mereka. Dalam konteks ini, manajemen strategis pemberdayaan ekonomi UMKM memegang peranan penting untuk mengoptimalkan potensi dan meminimalkan risiko dalam menghadapi digitalisasi.

1. Pendekatan Pemberdayaan ekonomi

Pendekatan pemberdayaan ekonomi UMKM tidak hanya sekedar memberikan akses terhadap teknologi digital, tetapi juga melibatkan aspek seperti Pendidikan, pelatihan, akses modal, dan akses pasar. Dengan memperkuat fondasi-fondasi ini, UMKM dapat lebih siap dalam menghadapi transformasi digital.

Pemberdayaan ekonomi umkm dapat menjadi Solusi efektif dalam menangkal paham radikalisme dan terorisme. Dengan memberdayakan UMKM, Masyarakat dapat terlibat secara aktif dalam kegiatan ekonomi nasional, sehingga menciptakan stabilitas sosial ekonomi yang dapat mengurangi ketimpangan dan potensi konflik.

Dalam menghadapi digitalisasi, UMKM perlu diberdayakan melalui pendekatan strategis yang

mempertahankan aspek teknologi dan inovasi. Integritas pemanfaatan internet dan teknologi informasi dalam lini produksi UMKM menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha kecil dan menengah di era revolusi industri 4.0.

Selain itu, partisipasi aktif pemuda dalam sektor usaha, terutama UMKM, menjadi indikator penting dalam Pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Dukungan pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan Masyarakat melalui bimbingan, pendampingan, dan fasilitas lainnya menjadi factor penentu dalam memastikan UMKM tumbuh dan berkembang secara mandiri.

Dengan demikian, perlunya pendekatan pemberdayaan ekonomi UMKM yang holistic dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM dapat menjadi tulang punggung ekonomi yang Tangguh, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, serta menjadi garda terdepan dalam mencegah paham radikalisme dan terorisme di Masyarakat.

Dengan memperkuat pemberdayaan ekonomi UMKM, Masyarakat menengah kebawah akan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi, meningkatkan kesejahteraan, dan memperkuat ketahanan ekonomi negara secara keseluruhan.

2. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM

UMKM dari masyarakat menengah kebawah seringkali menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, termasuk keterbatasan akses, keterampilan yang terbatas, dan keterbatasan modal. Selain itu, ketidakpastian ekonomi dan persaingan yang semakin ketat menambah kompleksitas dalam menjalankan bisnis.

Dalam menghadapi digitalisasi, UMKM menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usaha mereka. Berikut adalah beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam menghadapi digitalisasi :

1. Keterbatasan Akses Dan Literasi Digital

Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses dan literasi digital dikalangan UMKM. Banyak UMKM yang masih terbatas dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif untuk mengembangkan usaha mereka.

2. Kekurangan Sumber Daya Manusia Yang Terampil

Dalam era revolusi industry 4.0, UMKM membutuhkan sumber daya manusia yang terampil dalam teknologi digital. Kurang keterampilan ini dapat menjadi hambatan dalam mengadopsi teknologi baru dan memanfaatkan secara optimal.

3. Infrastruktur Digital Yang Kurang Memadai

Tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM adalah infrakstruktur digital yang kurang memadai. Infrastruktur yang tidak memadai dapat menghambat UMKM dalam

mengakses teknologi digital dan memanfaatkannya secara efisien.

4. Persaingan Yang Semakin Ketat

Dengan adopsi teknologi digital yang semakin luas, persaingan dipasar juga semakin ketat. UMKM perlu mampu bersaing dengan pelaku usaha lain yang telah lebih maju dalam menerapkan teknologi digital.

5. Keamanan Informasi Dan Data

Dalam menghadapi digitalisasi, keamanan informasi dan data menjadi isu penting. UMKM perlu mempertahankan perlindungan data dan informasi pelanggan agar tidak rentan terhadap serangan cyber dan kebocoran data.

Dengan memahami dan mengatasi tantangan-tantangan tersebut, UMKM dapat mempersiapkan diri dengan lebih baik dalam menghadapi era digitalisasi. Dukungan dari pemerintah, Lembaga pelatihan, dan komunitas bisnis juga menjadi kunci dalam membantu UMKM mengatasi tantangan ini dan berkembang dalam era digital yang terus berkembang.

3. Literasi Digital dan Keterampilan

Pendidikan dan pelatihan tentang literasi digital dan keterampilan teknologi informasi menjadi Langkah awal yang penting dalam perberdayaan ekonomi UMKM. Ini membantu UMKM untuk memahami potensi teknologi digital dan menerapkannya dalam operasional bisnis mereka.

Dalam menghadapi digitalisasi, literasi digital dan keterampilan menjadi 2 faktor

kursial yang mempengaruhi kesuksesan UMKM dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha. Berikut adalah beberapa aspek penting yang terkait dengan **literasi digital** dan keterampilan dalam menghadapi digitalisasi yaitu :

1. Penggunaan Teknologi Digital

Literasi digital meliputi kemampuan menggunakan teknologi digital secara efektif untuk meningkatkan efisiensi usaha. UMKM perlu memahami cara menggunakan teknologi digital untuk mengelola usaha, seperti penggunaan software akuntansi, system informasi, dan teknologi komunikasi.

2. Pengelolaan Data

Literasi digital juga meliputi kemampuan pengelolaan data yang efektif. UMKM perlu memahami cara mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data untuk meningkatkan keputusan bisnis.

3. Penggunaan Media Sosial

Literasi digital juga meliputi kemampuan menggunakan media sosial untuk meningkatkan visibilitas usaha dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Keterampilan :

1. Keterampilan Teknis

Keterampilan teknis meliputi kemampuan menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi usaha. UMKM perlu memahami cara menggunakan teknologi digital untuk mengelola usaha, seperti penggunaan software akuntansi, system informasi, dan teknologi komunikasi.

2. Keterampilan Bisnis

Keterampilan bisnis meliputi kemampuan mengelola usaha secara

efektif. UMKM perlu memahami cara mengelola usaha, seperti pengelolaan keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, dan pengelolaan pasar.

3. Keterampilan Komunikasi

Keterampilan komunikasi meliputi kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan dan rekan bisnis secara efektif. UMKM perlu memahami cara berkomunikasi dengan pelanggan dan rekan bisnis untuk meningkatkan interaksi dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan memperkuat literasi digital dan keterampilan, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha, serta meningkatkan kemampuan menghadapi tantangan digitalisasi. Dukungan dari pemerintah, Lembaga pelatihan, dan komunitas bisnis juga menjadi kunci dalam membantu UMKM memperkuat literasi digital dan keterampilan.

4. Akses Terhadap Teknologi

Pemerintah dan Lembaga terkait perlu menyediakan akses yang lebih mudah dan terjangkau terhadap teknologi digital bagi UMKM. Ini termasuk infrastruktur telekomunikasi yang memadai dan program-program dukungan untuk memfasilitasi adopsi teknologi.

Dalam menghadapi digitalisasi, akses terhadap teknologi menjadi salah satu kursial yang mempengaruhi kesuksesan UMKM dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha. Berikut adalah beberapa aspek penting yang terkait dengan akses terhadap teknologi dalam menghadapi digitalisasi yaitu :

1. Infrastruktur Digital

Akses terhadap teknologi memerlukan infrastruktur digital yang berkualitas dan luas. Infrastruktur digital yang memadai memungkinkan UMKM untuk mengakses teknologi digital dan memanfaatkan secara efektif.

2. Penggunaan Teknologi Digital

Akses terhadap teknologi memerlukan kemampuan penggunaan teknologi digital yang efektif. UMKM perlu memahami cara menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi usaha, seperti penggunaan software akuntansi, system informasi, dan teknologi komunikasi.

3. Pengelolaan Data

Akses terhadap teknologi memerlukan kemampuan penggunaan pengelolaan data yang efektif. UMKM perlu memahami cara mengumpulkan, mengelola, dan menganalisis data untuk meningkatkan keputusan bisnis.

4. Penggunaan Media Sosial

Akses terhadap teknologi memerlukan kemampuan penggunaan media sosial untuk meningkatkan visibilitas usaha dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Dengan memperkuat akses terhadap teknologi, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha, serta meningkatkan kemampuan menghadapi tantangan digitalisasi. Dukungan dari pemerintah, Lembaga pelatihan, dan komunitas bisnis juga menjadikunci dalam membantu UMKM memperkuat akses terhadap teknologi.

5. Akses Modal

Keterbatasan modal seringkali menjadi penghambat utama bagi UMKM dalam

mengadopsi teknologi digital. Oleh karena itu, tersedianya akses lebih mudah terhadap modal melalui berbagai program pembiayaan sangatlah penting.

Dalam menghadapi digitalisasi, akses modal menjadi salah satu faktor krusial yang mempengaruhi kesuksesan UMKM dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha. Berikut adalah beberapa aspek penting yang terkait dengan akses modal dalam menghadapi digitalisasi yaitu :

1. Kualitas Sumber Daya Manusia

Akses modal memerlukan kualitas sumber daya manusia yang kompeten dan sesuai dengan kebutuhan industri. UMKM perlu memiliki sumber daya manusia yang memiliki kemampuan teknologi digital dan kemampuan bisnis yang baik.

2. Kuantitas Sumber Daya Manusia

Akses modal memerlukan kuantitas SDM yang cukup untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha. UMKM perlu memiliki jumlah SDM yang cukup untuk meningkatkan produksi dan pemasaran produk.

3. Distribusi Sumber Daya Manusia

Akses modal memerlukan distribusi SDM yang merata dan sesuai dengan kebutuhan industri. UMKM perlu memiliki distribusi SDM yang merata dan sesuai dengan kebutuhan industri.

4. Pengelolaan Keuangan

Akses modal memerlukan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien. UMKM perlu memiliki pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha.

Dengan memperkuat akses modal, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha, serta meningkatkan kemampuan menghadapi tantangan digitalisasi. Dukungan dari pemerintah, Lembaga pelatihan dan komunitas bisnis juga menjadi kunci dalam membantu UMKM memperkuat akses modal.

6. Dukungan dalam Pemasaran dan Akses Pasar

Digitalisasi dapat membuka peluang baru dalam pemasaran dan akses pasar bagi UMKM. Namun, mereka memerlukan dukungan dalam hal pemasaran digital dan akses ke platform e-commerce untuk memanfaatkan peluang ini.

Dalam menghadapi digitalisasi, dukungan dalam pemasaran dan akses pasar menjadi salah satu faktor krusial yang mempengaruhi kesuksesan UMKM dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha. Berikut adalah beberapa aspek penting yang terkait dengan dukungan dalam pemasaran dan akses pasar dalam menghadapi digitalisasi, **Dukungan Dalam Pemasaran** yaitu :

1. Pengembangan Branding

Dukungan dalam pemasaran meliputi pengembangan branding yang efektif. UMKM perlu memiliki branding yang kuat dan konsisten untuk meningkatkan visibilitas usaha dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

2. Pengembangan Sistem Pemasaran

Dukungan dalam pemasaran meliputi pengembangan sistem pemasaran yang efektif. UMKM perlu memiliki sistem pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Pengembangan Strategi Pemasaran Digital

Dukungan dalam pemasaran meliputi pengembangan strategi pemasaran digital yang efektif. UMKM perlu memiliki strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas usaha dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Akses Pasar yaitu :

1. Akses Pasar yang Luas

Akses pasar yang luas menjadi salah satu faktor krusial yang mempengaruhi kesuksesan UMKM. UMKM perlu memiliki akses pasar yang luas untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Pengembangan Jaringan Pasar

Akses pasar meliputi pengembangan jaringan pasar yang efektif. UMKM perlu memiliki jaringan pasar yang efektif untuk meningkatkan visibilitas usaha dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

3. Pengembangan Sistem Logistik

Akses pasar meliputi pengembangan sistem logistik yang efektif. UMKM perlu memiliki sistem logistik yang efektif untuk meningkatkan efisiensi usaha dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan memperkuat dukungan dalam pemasaran ada akses pasar, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha, serta meningkatkan kemampuan menghadapi tantangan digitalisasi. Dukungan dari pemerintah, Lembaga pelatihan, dan komunitas bisnis juga menjadi kunci dalam membantu UMKM memperkuat dukungan dalam pemasaran dan akses pasar.

7. Perlindungan Data dan Keamanan

Dalam mengadopsi teknologi digital, perlindungan data dan keamanan informasi menjadi perhatian penting. UMKM perlu memastikan bahwa mereka mematuhi regulasi terkait dan mengimplementasikan Langkah-langkah keamanan data yang memadai.

Dalam menghadapi digitalisasi, perlindungan data dan keamanan menjadi salah satu factor krusial yang mempengaruhi kesuksesan UMKM dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha. Berikut adalah beberapa aspek penting yang terkait dengan perlindungan data dan keamanan dalam menghadapi digitalisasi.

Perlindungan data yaitu

1. Kualitas Data

Perlindungan data meliputi data yang dikumpulkan digunakan oleh UMKM. UMKM perlu memiliki data yang akurat dan relevan untuk meningkatkan Keputusan bisnis dan meningkatkan efisiensi usaha.

2. System Keamanan

Perlindungan data meliputi system keamanan yang efektif untuk melindungi data dari ancaman cyber dan kebocoran data.

3. Pengelolaan Data

Perlindungan data meliputi pengelolaan data yang efektif untuk meningkatkan keamanan data dan meningkatkan efisiensi usaha.

Keamanan yaitu :

1. System Keamanan

Keamanan meliputi system keamanan yang efektif untuk melindungi UMKM dari ancaman cyber dan keamanan fisik.

2. Pengelolaan Keamanan

Keamanan meliputi pengelolaan keamanan yang efektif untuk meningkatkan keamanan UMKM dan meningkatkan efisiensi usaha.

Dengan memperkuat perlindungan data dan keamanan, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha, serta meningkatkan kemampuan menghadapi tantangan digitalisasi. Dukungan dari pemerintah, Lembaga pelatihan, dan komunitas bisnis juga menjadi kunci dalam membantu UMKM memperkuat perlindungan data dan keamanan.

8. Kolaborasi antara UMKM, pemerintah, Lembaga akademis, dan sektor swasta

Kolaborasi antara UMKM, pemerintah, Lembaga akademis, dan sektor swasta menjadi kunci dalam membangun ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM di era digitalisasi. Ini meliputi berbagai inisiatif seperti program mentoring, incubator bisnis, dan sharing pengetahuan. Kolaborasi yang dapat dilakukan antara UMKM, pemerintah, Lembaga akademis, dan sektor swasta dalam menghadapi digitalisasi meliputi :

1. Pemerintah dan UMKM

Pemerintah dapat memberikan program pelatihan kewirausahaan digital seperti Digital Entrepreneurship Academy (DEA) untuk UMKM. Selain itu, pemerintah dapat memberikan insentif digitalisasi dan memastikan tidak ada tumpang tindih dalam memberikan pelatihan teknologi digital.

2. Lembaga Akademis dan UMKM

Lembaga akademis dapat memberikan Pendidikan literasi digital

bagi UMKM, pelatihan e-commerce, dan optimalisasi peran UPL-UMKM. Kolaborasi ini membantu UMKM dalam mengembangkan keterampilan digital yang diperlukan.

3. Sektor Swasta dan UMKM

Sektor swasta dapat membantu UMKM dalam mengadopsi platform digital, ekspansi pasar yang strategis, dan mengoptimalkan sumber daya internal. Kolaborasi ini membantu UMKM dalam meningkatkan kehadiran online dan daya saing di pasar digital.

4. Pemerintah, Lembaga Akademis, Sektor Swasta, dan UMKM

Kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, Lembaga akademis, sektor swasta. Dan UMKM diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM di era digitalisasi. Koordinasi antar Lembaga diperlukan untuk menetapkan peran dan tanggung jawab yang jelas dalam mendukung UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

Dengan kolaborasi yang kuat antara UMKM, pemerintah, lembaga akademis, dan sektor swasta, UMKM dapat memperoleh dukungan yang komprehensif dalam menghadapi transformasi digital dan meningkatkan daya saing mereka.

9. Pendorong Inovasi

Inovasi menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Dukungan terhadap inovasi dan diversifikasi produk serta layanan akan membantu UMKM untuk tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

Dalam menghadapi digitalisasi, pendorong inovasi menjadi krusial

dalam memperkuat daya saing UMKM. Berikut adalah beberapa aspek penting terkait pendorong inovasi dalam konteks pemberdayaan ekonomi UMKM :

1. Teknologi Digital

Pemanfaatan teknologi digital seperti e-commerce, big data, dan kecerdasan buatan menjadi pendorong utama inovasi dalam UMKM. Integrasi teknologi ini memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan layanan pelanggan, dan menciptakan produk atau layanan baru.

2. Kolaborasi Dengan Pihak Eksternal

Kerjasama dengan pemerintah, Lembaga akademis, dan sektor swasta dapat menjadi pendorong inovasi bagi UMKM. Kolaborasi ini membuka akses terhadap sumber daya, pengetahuan, dan teknologi baru yang dapat memacu inovasi dalam usaha UMKM.

3. Pendidikan Dan Pelatihan

Program Pendidikan dan pelatihan yang fokus pada literasi digital, manajemen strategi, dan pengembangan keterampilan teknologi menjadi pendorong penting dalam mendorong inovasi di UMKM. Dengan peningkatan kompetensi ini, UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan digitalisasi.

4. Pengembangan Produk Dan Layanan

Dorongan untuk terus mengembangkan produk dan layanan yang inovatif menjadi pendorong utama dalam meningkatkan daya saing UMKM. Inovasi produk dan layanan yang responsive terhadap kebutuhan pasar dapat membantu UMKM memperluas pangsa pasar dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

Dengan memperkuat pendorong inovasi ini, UMKM dapat mengoptimalkan potensi mereka dalam menghadapi transformasi digital. Dukungan dari berbagai pihak termasuk pemerintah, Lembaga akademis, sektor swasta, dan komunitas bisnis, menjadi kunci dalam menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan pertumbuhan UMKM di era digitalisasi.

10. Perubahan Paradigma Bisnis

Era digitalisasi memicu perubahan paradigma dalam bisnis UMKM. Mereka perlu beralih dari model bisnis konvensional ke model yang lebih berorientasi digital untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin terkoneksi secara digital.

Perubahan paradigma bisnis menjadi krusial dalam menghadapi digitalisasi bagi UMKM. Berikut adalah beberapa aspek penting terkait perubahan paradigma bisnis dalam konteks pemberdayaan ekonomi UMKM :

1. Adopsi Teknologi Digital

Perubahan paradigma bisnis mencakup adopsi teknologi digital sebagai inti dari transformasi bisnis. UMKM perlu memahami dan menerapkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing.

2. Fleksibilitas Dan Adaptabilitas

Perubahan paradigma bisnis juga menuntut fleksibilitas dan adaptabilitas dari UMKM dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat. UMKM perlu mampu beradaptasi dengan cepat terhadap tren dan perubahan lingkungan bisnis dan dinamis.

3. Orientasi Pada Layanan Dan Pengalaman Pelanggan

Perubahan paradigma bisnis menekankan pentingnya orientasi pada layanan dan pengalaman pelanggan. UMKM perlu fokus pada memahami kebutuhan pelanggan, memberikan layanan yang berkualitas, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang positif.

4. Kolaborasi Dan Kemitraan

Perubahan paradigma bisnis juga melibatkan kolaborasi dan kemitraan yang kuat dengan pihak eksternal seperti pemerintah, lembaga akademis, dan sektor swasta. Kolaborasi ini memungkinkan UMKM untuk mengakses sumber daya, pengetahuan, dan teknologi yang mendukung inovasi dan pertumbuhan.

5. Peningkatan Efisiensi Dan Produktivitas

Perubahan paradigma bisnis juga mengarah pada peningkatan efisiensi dan produktivitas dalam operasional UMKM. Penerapan teknologi digital, otomatisasi proses, dan penggunaan data untuk pengambilan keputusan menjadi fokus utama dalam meningkatkan kinerja bisnis.

Dengan memperkuat perubahan paradigma bisnis ini, UMKM dapat mengoptimalkan potensi mereka dalam menghadapi tantangan digitalisasi dan memanfaatkan peluang yang ada di era digital. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, Lembaga akademis, sektor swasta dan komunitas bisnis, menjadi kunci penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung transformasi bisnis UMKM.

11. Pemanfaatan Teknologi

UMKM perlu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan visibilitas online, dan memperluas jangkauan pasar. Ini mencakup penggunaan platform e-commerce, media sosial, dan alat digital lainnya untuk memperkuat kehadiran online mereka.

Dalam menghadapi digitalisasi, pemanfaatan teknologi menjadi krusial dalam memperkuat daya saing UMKM. Berikut adalah beberapa aspek penting terkait pemanfaatan teknologi dalam konteks pemerdayaan ekonomi UMKM :

1. Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM dapat memberikan manfaat bagi UMKM, termasuk efisiensi operasional, meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing.

2. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia menjadi kunci dalam meningkatkan keterampilan teknologi dan informasi di UMKM. Pendidikan literasi digital, pelatihan e-commerce, dan optimalisasi peran UPL-UMKM menjadi strategi yang dapat diterapkan.

3. Pengembangan Infrastruktur Digital

Pengembangan infrastruktur digital yang berkualitas menjadi penting dalam memungkinkan UMKM untuk mengakses teknologi digital dan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi.

4. Pengembangan Strategi Digitalisasi

Pengembangan strategi digitalisasi UMKM menjadi solusi yang penting dalam menghadapi era

disruptif saat ini. Strategi yang dapat diterapkan meliputi Pendidikan literasi digital, pelatihan dan pendampingan e-commerce, optimalisasi peran UPL-UMKM, dan perluasan jaringan internet.

5. Pengembangan Keterampilan Digital

Pengembangan keterampilan digital menjadi kunci penting dalam meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Keterampilan digital yang diperlukan meliputi literasi data, literasi teknologi, dan keterampilan manajemen personalia.

Dengan memperkuat pemanfaatan teknologi ini, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha, serta meningkatkan kemampuan menghadapi tantangan digitalisasi. Dukungan dari pemerintah, lembaga akademis, sektor swasta dan komunitas bisnis menjadi kunci dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pemanfaatan teknologi UMKM.

Manajemen strategi pemberdayaan ekonomi UMKM bagi Masyarakat menengah kebawah dalam menghadapi digitalisasi memerlukan pendekatan holistic yang mencakup beberapa aspek, mulai dari literasi digital, akses teknologi, modal, pasar, hingga perlindungan data. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat menjadi pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di era digital ini.

PENUTUP

Dalam menutup artikel tentang Manajemen Strategi Pemberdayaan Ekonomi Umkm Bagi Masyarakat

Menengah Kebawah dalam Menghadapi Digitalisasi, kita dapat merangkum poin-poin penting yang telah dibahas sebelumnya. Artikel ini telah membahas bagaimana umkm dapat memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan kinerja dan pemberdayaan ekonomi mereka, serta bagaimana strategi pemberdayaan yang efektif dapat membantu Masyarakat menengah kebawah dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

Pertama, kita telah melihat bahwa digitalisasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, dan ini menuntut umkm untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan operasional mereka. Dengan memanfaatkan teknologi digital, umkm dapat meningkatkan efisiensi, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan kualitas produk atau jasa mereka.

Kedua, kita telah membahas pentingnya Pendidikan dan pelatihan bagi umkm dalam menghadapi digitalisasi. Pendidikan dan pelatihan yang tepat dapat membantu umkm memahami teknologi digital dan bagaimana mereka dapat memanfaatkannya untuk kepentingan mereka. Ini termasuk pemahaman tentang penggunaan media sosial, e-commerce, dan teknologi lainnya yang relevan.

Ketiga, kita telah menyoroti peran penting dari pendanaan dan akses ke modal dalam mendukung umkm dalam menghadapi digitalisasi. Pandangan yang tepat dapat membantu umkm untuk investasi dalam teknologi dan inovasi, yang

pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja dan pemberdayaan ekonomi mereka.

Terakhir, kita telah menyoroti pentingnya Kerjasama antar sektor dan pemerintah dalam mendukung umkm dalam menghadapi digitalisasi. Kerjasama ini dapat mencakup pembentukan kemitraan antara umkm dan institusi Pendidikan, pemerintah, dan sektor swasta untuk mengembangkan program pelatihan dan pendanaan yang dirancang khusus untuk mendukung umkm.

Dengan mempertimbangkan poin-poin diatas, kita dapat menyimpulkan bahwa umkm memiliki potensi besar untuk meningkatkan kinerja dan pemberdayaan ekonomi mereka melalui digitalisasi. Namun, untuk mencapai tujuan ini, diperlukan Upaya Bersama dari umkm, pemerintah, dan sektor swasta untuk mendukung Pendidikan, pelatihan, pendanaan, dan Kerjasama yang efektif. Dengan kerjasama dan dukungan yang kuat, umkm dapat memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan kualitas hidup mereka dan berkontribusi pada Pembangunan ekonomi Masyarakat menengah kebawah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16, 33.
- Bindarto. (2022). *Strategi Pengembangan Umkm Dengan Memanfaatkan Peluang Ekonomi Digital Untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi*. 1–7. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/7101>
- Mutmainnah, I., & Utomo, J. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dan UMKM Melalui Digitalisasi Di Kabupaten Gowa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka (JPMB)*, 1(1), 29–34. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v1i1.6>
- Nana Rahdiana, Dena Meliana, Sukarman, Tri Oktaviani, Siti Nur Suhaeni, Lusi Hildawati, Shintia, & Rizka Dwi Alfinda. (2022). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Mekarjaya Kabupaten Karawang. *Jurnal Buana Pengabdian*, 4(1), 10–21. <https://doi.org/10.36805/jurnalbuanapengabdian.v4i1.2300>
- Seputro, A. (2019). Manajemen Strategi Dalam Pemberdayaan Ekonomi Bagi Masyarakat Menengah Kebawah Dalam Rangka Menangkal Paham Radikalisme Dan Terorisme Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ekbis*, 20(2), 1261. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i2.235>
- Seputro, A., Nana Rahdiana, Dena Meliana, Sukarman, Tri Oktaviani, Siti Nur Suhaeni, Lusi Hildawati, Shintia, Rizka Dwi Alfinda, Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., Madiistriyatno, H., Widayanto, M. T., Bisnis, J. S., Widayanto, M. T., Hermawan, D. J., Natsir, M., Ekonomi, F., & Panca, U. (2020). Manajemen Strategi Dalam Pemberdayaan Ekonomi Bagi Masyarakat Menengah Kebawah Dalam Rangka Menangkal Paham Radikalisme Dan Terorisme Di Era Revolusi Industri 4.0. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 16(2), 33. <https://doi.org/10.36805/jurnalbuanapengabdian.v4i1.2300>
- Teguh Widayanto, M., Joko Hermawan, D., Junaidi, & Natsir, M. (2020). Implementasi Manajemen Strategik dan Hubungannya Dengan Keberlangsungan (Going Concern) Usaha. *Sketsa Bisnis*, 7(2), 72–83. <https://doi.org/10.35891/jsb.v7i2.2306>
- Widayanto, M. T. (2020). Analisis Penerapan Manajemen Strategik dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(3), 173. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1090>

Dampak Komunikasi, Motivasi, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan PT. Indomultibox Sidoarjo

Baiq Nadya Salma Rizki¹, Bisma Arianto²

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

Koresponden Penulis: bismaarianto@unipasby.ac.id

ABSTRACT

In a company, it is necessary to have human resources that have the potential to support the achievement of company goals. This quantitative research was conducted to identify the impact of communication, motivation, and organisational culture variables on employee performance of PT Indomultibox Sidoarjo. The non-probability sampling technique selected 49 workers as samples in this study. The instrument used is a questionnaire using a Likert scale that satisfies the validity and reliability criteria. To answer the research hypothesis, the data were analysed using SPSS. The results of this study indicate that communication does not have a significant impact on the performance of employees of PT Indomultibox Sidoarjo. While motivation and company ethos have a strong influence on the performance of employees of PT Indomultibox Sidoarjo.

Keywords: *Communication; Motivation; Organisational Culture; Employee Performance*

ABSTRAK

Dalam suatu perusahaan diperlukan sumber daya manusia yang memiliki potensi untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak variabel komunikasi, motivasi, dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan PT. Indomultibox Sidoarjo. Teknik non-probabilitas sampling memilih 49 pekerja sebagai sampel dalam penelitian ini. Instrumen yang digunakan yaitu kuisioner menggunakan skala Likert yang memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Untuk menjawab hipotesis penelitian, data dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Indomultibox Sidoarjo. Sedangkan motivasi dan etos perusahaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kinerja karyawan PT. Indomultibox Sidoarjo.

Kata kunci: Komunikasi; Motivasi; Budaya Organisasi; Kinerja Karyawan

PENDAHULUAN

Dalam konteks bisnis, terutama dalam pertumbuhan perusahaan saat ini, pentingnya sumber daya manusia untuk kinerja masa depan sangat diakui. Mutu pelayanan, fasilitas, infrastruktur, dan karyawan yang lebih baik dibanding daripada sebelumnya. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, oleh karenanya PT. Indomultibox Sidoarjo harus dapat mengelola dan memanfaatkan sepenuhnya potensi yang dimiliki, baik untuk karyawan maupun pelanggan dalam proses produksinya.

Sumber daya manusia memainkan peran penting dalam struktur organisasi. Maka penting untuk menangani hal ini dengan baik jika ingin memberikan kontribusi yang positif terhadap kesuksesan organisasi. Faktor kunci yang menentukan kualitas organisasi adalah keunggulan sumber daya manusia. Ketika organisasi kekurangan talenta, pembangunannya menjadi lambat, dan produktivitasnya terbatas. Hal ini membuat organisasi tidak dapat bersaing secara global, regional, atau nasional.

Kinerja adalah produk dari pekerjaan yang dikerjakan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang berusaha keras untuk mencapai tujuan konsisten dengan visi dan misi yang ditetapkan. Mangkunegara (2016) mengatakan kinerja sebagai bentuk efisiensi karyawan dalam melaksanakan tupoksi yang diberikan baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

Komunikasi merupakan pertukaran informasi antara satu orang dengan orang lain. Menurut Purwanto (2011), proses komunikasi, termasuk berbagai jenis

informasi, dilakukan dari individu ke individu lainnya. Purwanto berpendapat bahwa komunikasi merupakan proses pertukaran informasi antara individu melalui sistem umum dengan menggunakan simbol, gerakan tubuh, dan tindakan.

Motivasi adalah faktor yang mendorong seorang karyawan yang diarahkan oleh seorang pimpinan untuk mengembangkan kemampuan atau tugas yang menjadi kewajiban mereka, dan untuk memenuhi komitmen mereka dalam mencapai tujuan mereka (Arianto, 2022). Menurut Fahmi (2017), budaya organisasi adalah hasil dari penggabungan budaya dan gaya perilaku individu, sehingga tim dapat memiliki energi dan kekuatan dalam menangani masalah dan mencapai tujuan tertentu.

Dalam segala jenis bisnis, terutama bisnis jasa, kinerja karyawan memegang peran yang krusial dalam menjaga kelangsungan bisnis serta berhubungan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. PT. Indomultibox adalah perusahaan yang spesialis dalam mengubah karton. PT. Indomultibox didirikan pada tahun 2008 dan telah melayani banyak konsumen, terutama pabrik sepatu dan peralatan dapur, di berbagai bagian Indonesia.

PT. Indomultibox yang telah menjalankan operasionalnya selama lebih dari 15 tahun pasti akan terpengaruh oleh kinerja karyawan yang luar biasa. Kinerja yang baik dari karyawan tidak terjadi secara otomatis, tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti Komunikasi, Motivasi, dan Budaya Organisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan mengumpulkan respon yang diberikan dalam kuesioner dan kemudian diolah dalam skala likert. Data primer didapatkan secara langsung melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada karyawan PT. Indomultibox Sidoarjo yang menjadi fokus penelitian.

Populasi terdiri dari semua karyawan di PT. Indomultibox Sidoarjo dan 49 orang terpilih bertindak sebagai sampel. Sampel ini merupakan sampel jenuh yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling. Data responden yang diperoleh peneliti kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan bantuan SPSS 20.0. Kemudian, hasilnya dideskripsikan oleh peneliti untuk menjawab tujuan penelitian ini dilakukan.

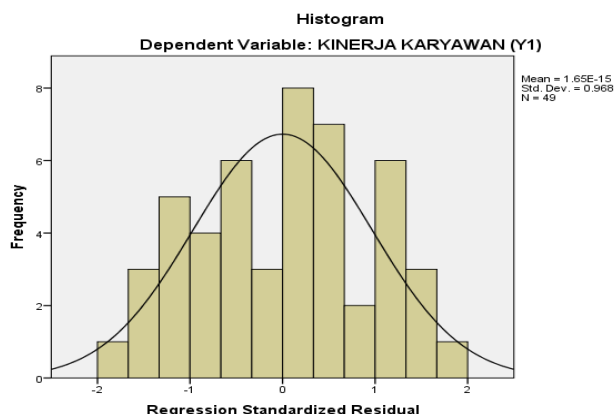
HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas dan Realibilitas

Nilai signifikan telah diperoleh untuk setiap variabel berdasarkan hasil analisis menggunakan perangkat lunak SPSS. Koefisien korelasi dari variabel pertama adalah 0,730; variabel kedua 0,733; dan 0,623 untuk variabel ketiga. Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa item pernyataan mengenai variabel komunikasi, motivasi, dan budaya organisasi adalah valid. Semua data yang diolah melalui SPSS menunjukkan bahwa nilai koefisien alpha cronbach untuk setiap variabelnya melebihi angka 0,6, sehingga dapat dikatakan prediktor yang dipakai sangat reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa distribusi data mendekati bentuk lonceng, dan plot linier menggambarkan data yang bergerak sepanjang garis diagonal.



Gambar 1
Gambar 1 Histogram

Hal ini mengindikasikan bahwa data secara statistik mendukung normalitas distribusi, hasil ini diperoleh setelah analisis data dilakukan.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		49
Normal <u>Parameters^{a,b}</u>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.18720392
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.557
Asymp. Sig. (2-tailed)		.916

Sumber: Output SPSS data diolah

Gambar 2 Uji Normalitas

Gambar 2 di atas, nilai asymp. dapat dilihat sebagai signifikansi (2-tailed) sebesar 0,916. Nilai sign. > 0,05 sehingga dapat diambil kesimpulan semua data

yang diperoleh memiliki distribusi normal.

Selanjutnya, peneliti menganalisis uji autokorelasi

Tabel 1 Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1.778

Menurut Tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa nilai DW (Durbin-Watson) adalah 1,778 sementara nilai du pada tabel adalah 1,6723. Penentuan nilai dapat dilihat sebagai berikut:

$$du < d < 4 - du$$

$$1,6723 < 1,778 < 2,3277$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin-Watson 1,778 lebih tinggi dari nilai du 1,6723 dan lebih rendah dari $4 - du$. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa tampak tidak terdapat autokorelasi pada penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dari hasil penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.544	2.250		.686	.496		
Komunikasi (X ₁)	.187	.107	.203	1.755	.086	.257	3.890
Motivasi (X ₂)	.308	.095	.352	3.248	.002	.293	3.418
Budaya Organisasi (X ₃)	.466	.111	.433	4.204	.000	.324	3.086

Sumber: Output SPSS data diolah

Gambar 3 Uji Regresi Linier Berganda

Nilai signifikansi variabel komunikasi sebesar 0,086, yang lebih

tinggi dari tingkat kepercayaan 0,05, sehingga sesuai hasil uji regresi linier berganda di tabel 3, H₀ diterima dan H₁ ditolak. Dengan demikian kesimpulannya adalah komunikasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai, yakni sebesar 0,203. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Pearce, 2011) bahwa tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara komunikasi dan kinerja para karyawan.

Apabila nilai signifikansi variabel motivasi kurang dari 0,02 dan tingkat kepercayaan kurang dari 0,05, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Ini menunjukkan bahwa motivasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan sebesar 0,352 terhadap kinerja para pegawai. Penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wawungan (2017).

Nilai signifikansi variabel budaya perusahaan adalah 0,000, yang lebih kecil dari tingkat kepercayaan 5%. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa budaya organisasi memiliki pengaruh positif sebesar 0,433 terhadap kesuksesan karyawan. Penelitian ini memberikan dukungan terhadap temuan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mohamamad dan Abubakar (2013).

Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis ditunjukkan pada Tabel 2 uji t parsial

Tabel 2 Uji t Parsial		
Model	t	Sig.
Komunikasi	1.755	.086
Motivasi	3.248	.002
Budaya Organisasi	4.204	.000

Sumber: Output SPSS data diolah

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Komunikasi (X_1) nilai t-hitung sebesar $1.755 < t\text{-tabel} = 2.000$ dengan nilai $\text{sig.} = 0.860 > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya variabel Komunikasi (X_1) tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y).
2. Variabel Motivasi (X_2) nilai t-hitung sebesar $3.248 > 2.000$ dengan nilai $\text{sig.} = 0.002 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel Motivasi (X_2) berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y).
3. Variabel Budaya Organisasi (X_3) nilai t-hitung sebesar $4.204 > 2.000$ dengan nilai $\text{sig.} = 0.00 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel Budaya Organisasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y).

Tabel 3 Uji F

Model	F	Sig.
Regression	81.841	.000 ^b

Sumber: Output SPSS data diolah

Berdasarkan data Tabel 3 di atas, diketahui tingkat $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$, sementara nilai Fhitung = $81.841 > 3,15$. Dengan melihat hasil tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel komunikasi (X_1), Motivasi (X_2), dan budaya organisasi (X_3) secara bersama memiliki pengaruh simultan terhadap variabel kinerja karyawan (Y).

KESIMPULAN

Hasil analisis data menunjukkan variabel komunikasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Indomultibox Sidoarjo. Faktor motivasi mempunyai dampak yang positif dan signifikan terhadap produktivitas karyawan di PT. Indomultibox Sidoarjo. Selanjutnya, variabel budaya organisasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. di PT. Indomultibox Sidoarjo. Setelah dilakukan pengujian hipotesis, menemukan adanya pengaruh yang signifikan menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis tersebut valid. Dengan adanya hasil simultan, maka variabel komunikasi, motivasi, dan budaya organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Indomultibox Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2022). Dominasi Motivasi Kerja, Kompensasi, Dan Budaya Organisasi Terhadap Loyalitas Tenaga Kependidikan: Study Kasus. *HELPER: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 39(1), 6–12. <https://doi.org/10.36456/helper.vol39.no1.a5054>
- Ardiansyah, D. O. (2016). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja. *Bisnis dan Manajeme*, 16-28.
- Busro, M. (2018). Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Darodjat, T. A. (2015). Konsep-Konsep Dasar Manajemen Personalia Masa Kini. Bandung: Refika Aditama.

- Erwanyiningsih, Eni. (2019). Pengaruh Motivasi, Komunikasi, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 132-138.
- Fahmi, I. (2018). *Manajemen Risiko: Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Friska Yuriati Purba., Sinar Ritonga., Tiara Kristina Pasaribu; (2022). Pengaruh Komunikasi, Motivasi, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Darmasindo Intikaret Tebing Tinggi. *Seminar Nasional Manajemen dan Akutansi*, 71-83.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, D. (2016). *Etos Kerja: Panduan Menjadi Karyawan Cerdas*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Handoko, T. (2014). *Manajemen personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.

ANALISIS PENGUNGKAPAN INFORMASI LINGKUNGAN DALAM LAPORAN KEUANGAN PDAM KABUPATEN BONDOWOSO : PERSPEKTIF GREEN ECONOMI DAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Gusti Dian Prayogi¹, Widiar Onny Kurniawan²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapan Surabaya, Program Study Akuntansi¹

Universitas PGRI Adibuana Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis²

Koresponden Penulis: kurniawan.onny@unipasby.ac.id

Abstract

This research aims to analyze the disclosure of environmental information in the financial statements of the Regional Drinking Water Company (PDAM) of Bondowoso Regency, considering the perspectives of green economy and corporate social responsibility. The disclosure of environmental information is increasingly important in the context of environmental protection and business sustainability. A qualitative approach is used to analyze the financial statements of PDAM Bondowoso Regency with a focus on environmental information disclosure elements. Findings from this research are expected to provide new insights into environmental information disclosure practices in the public sector, especially in regional companies such as PDAM. The implications of this analysis can contribute to the development of green economy and corporate social responsibility in Bondowoso Regency and encourage other companies to improve transparency and accountability in disclosing environmental information in the financial statements of PDAM Bondowoso Regency. In conclusion, the management of waste by PDAM Bondowoso Regency still has shortcomings, such as suboptimal waste treatment, gaps in handling various types of waste, technological limitations, and lack of awareness or understanding. The disclosure of environmental information in financial statements is also constrained by factors such as lack of awareness, resource constraints, and regulatory uncertainty. This results in suboptimal disclosure of prevention and detection cost allocations and environmental failure costs. Steps are needed to enhance transparency, such as improvements in disclosing cost allocations and detailed operating costs for waste management. Thus, stakeholders can better understand PDAM's efforts to maintain environmental sustainability and public health.

Keywords: PDAM, Financial Statements, Disclosure

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Bondowoso, dengan memperhatikan perspektif ekonomi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan informasi lingkungan semakin penting dalam konteks perlindungan lingkungan dan keberlanjutan bisnis. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis laporan keuangan PDAM Kabupaten Bondowoso dengan fokus pada elemen pengungkapan informasi lingkungan. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang praktik pengungkapan informasi lingkungan di sektor publik, khususnya pada perusahaan daerah seperti PDAM. Implikasi dari analisis ini dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi hijau dan tanggung jawab sosial perusahaan di Kabupaten Bondowoso serta mendorong perusahaan lain untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan PDAM Kabupaten Bondowoso. Secara kesimpulan, pengelolaan limbah oleh PDAM Kabupaten Bondowoso masih memiliki kekurangan, seperti pengolahan limbah yang belum optimal, kesenjangan dalam penanganan berbagai jenis limbah, keterbatasan teknologi, dan kurangnya kesadaran atau pemahaman. Pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan juga terkendala oleh faktor-faktor seperti kurangnya kesadaran, keterbatasan sumber daya, dan ketidakpastian regulasi. Hal ini mengakibatkan pengungkapan alokasi biaya pencegahan dan deteksi serta biaya kegagalan lingkungan yang belum optimal. Langkah-langkah diperlukan untuk meningkatkan transparansi, seperti perbaikan dalam pengungkapan alokasi biaya dan rincian biaya operasional untuk pengelolaan limbah. Dengan demikian, pemangku kepentingan dapat lebih memahami upaya PDAM dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan kesehatan masyarakat..

Kata Kunci : Terdiri dari 3 sampai 5 kata dan atau kelompok kata. Ditulis sesuai urutan abjad. Antara kata kunci dipisahkan dengan titik koma (;)

PENDAHULUAN

Ditengah tantangan lingkungan global yang semakin meningkat sangat urgen bagi kita dalam mencapai keberlanjutan lingkungan, terutama dalam sektor penyediaan air bersih. pandangan Gusti Dian Prayogi (2023) menyoroti pola kebijakan PDAM di Indonesia, termasuk di Kabupaten Bondowoso, yang memiliki tanggung jawab penting dalam

memenuhi kebutuhan akan air minum yang layak. Namun, dengan menyadari bahwa kondisi lingkungan semakin memprihatinkan, Prayogi menekankan bahwa PDAM tidak hanya harus fokus pada penyediaan air yang berkualitas, tetapi juga mempertimbangkan dampak lingkungan dari operasional mereka. Oleh karena itu, dalam pandangan Prayogi, pengungkapan informasi tentang aspek

lingkungan dalam laporan keuangan PDAM menjadi semakin penting untuk diperhatikan.

Menurut Haryani (2020), PDAM secara aktif menghadirkan informasi lingkungan melalui laporan keuangannya untuk meningkatkan keterbukaan kepada para pemangku kepentingan mengenai implikasi lingkungan dari aktivitas operasional mereka dan langkah-langkah yang diambil untuk mengelolanya secara berkelanjutan. Menilai pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan PDAM Kabupaten Bondowoso, dengan mempertimbangkan perspektif green ekonomi dan tanggung jawab sosial perusahaan, dianggap sebagai langkah penting untuk menilai sejauh mana PDAM tersebut mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam praktik operasionalnya.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan PDAM Kabupaten Bondowoso. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik tentang praktik pengungkapan lingkungan PDAM serta kontribusinya terhadap green ekonomi dan tanggung jawab sosial perusahaan di tingkat lokal.).

LANDASAN TEORI

Konsep Green Ekonomi

Menurut pandangan Costanza et al. (1997), konsep green ekonomi merujuk pada pendekatan yang holistik terhadap pembangunan ekonomi, yang tidak hanya memandang pertumbuhan ekonomi

sebagai satu-satunya indikator keberhasilan, melainkan juga mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan dan kesejahteraan sosial. Dalam paradigma green ekonomi, pertumbuhan ekonomi diarahkan agar berlangsung secara berkelanjutan, artinya dapat memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri..

Menurut Stern (2007), pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dalam konteks green ekonomi dianggap sebagai pertumbuhan yang tidak mengakibatkan kerusakan pada lingkungan alam, tetapi sebaliknya, menguatkan dan memperbaiki keseimbangan ekologis. Hal ini melibatkan penggunaan sumber daya alam secara efisien dengan mengurangi pemborosan dan polusi, serta meningkatkan nilai tambah dari setiap unit sumber daya yang digunakan. Dalam konteks ini, green ekonomi mendorong adopsi teknologi dan praktik produksi yang ramah lingkungan, termasuk pemanfaatan energi terbarukan, daur ulang bahan, dan peningkatan efektivitas pengelolaan limbah.

Selain itu, green ekonomi juga mengarah pada pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, termasuk transportasi publik yang lebih efisien, bangunan yang hemat energi, dan pengembangan kawasan hijau perkotaan. Hal ini tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, tetapi juga memberikan manfaat langsung bagi kesejahteraan sosial, seperti peningkatan kualitas udara dan air, serta penciptaan

lapangan kerja dalam sektor-sektor yang berbasis lingkungan (Hamilton, 2012).

Pendekatan green ekonomi dalam UNEP (2011) bertujuan untuk menciptakan keseimbangan yang harmonis antara pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Dengan memprioritaskan prinsip-prinsip ini, diharapkan dapat tercipta sebuah model pembangunan yang tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga melindungi dan memperkaya lingkungan alam serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Konteks Lingkungan

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam konteks lingkungan menurut World Bank (2012) merupakan komitmen yang dipegang oleh perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasional mereka. Hal ini mencakup serangkaian upaya untuk mengelola dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan yang timbul dari kegiatan bisnis mereka. Salah satu aspek utama dari CSR dalam konteks lingkungan adalah pelestarian lingkungan, yang melibatkan perlindungan dan pemeliharaan ekosistem alam, termasuk tanah, air, udara, dan keanekaragaman hayati. Selain itu, CSR juga mendorong perusahaan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan polutan lainnya yang dapat merusak lingkungan dan berkontribusi terhadap perubahan iklim. Upaya untuk memperkenalkan teknologi yang lebih bersih dan efisien, serta

praktik-produksi yang ramah lingkungan, menjadi bagian integral dari praktik CSR dalam lingkup ini. Konservasi sumber daya alam juga merupakan fokus utama dari CSR lingkungan, di mana perusahaan berusaha untuk mengelola penggunaan sumber daya secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Ini dapat mencakup penggunaan energi terbarukan, pengurangan limbah, dan pengelolaan air yang efisien. Selanjutnya, praktik CSR dalam konteks lingkungan juga mencakup keterlibatan dalam inisiatif restorasi lingkungan, seperti penanaman kembali hutan atau rehabilitasi lahan yang terdegradasi. Program daur ulang juga menjadi bagian penting dari upaya CSR, di mana perusahaan mempromosikan penggunaan kembali dan daur ulang material untuk mengurangi volume limbah yang dihasilkan.

Terakhir, perusahaan juga berupaya untuk mengurangi jejak karbon mereka melalui berbagai cara, seperti meningkatkan efisiensi energi, mengadopsi energi terbarukan, dan mengkompensasi emisi karbon melalui program penanaman pohon atau investasi dalam proyek-proyek berkelanjutan. Secara keseluruhan, praktik CSR dalam konteks lingkungan mendorong perusahaan untuk berperan aktif dalam melestarikan dan melindungi lingkungan alam, serta mempromosikan pembangunan yang berkelanjutan bagi generasi masa depan.

Pengungkapan Informasi Lingkungan dalam Laporan Keuangan

Pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan melibatkan

penyajian detail tentang dampak lingkungan yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan, serta langkah-langkah yang diambil untuk mengelolanya. Informasi tersebut mencakup berbagai aspek, seperti penggunaan sumber daya alam seperti air, energi, dan bahan baku, serta upaya untuk mengurangi konsumsi atau meningkatkan efisiensi penggunaannya. Selain itu, pengungkapan juga mencakup informasi tentang emisi polutan yang dihasilkan oleh proses produksi perusahaan, baik dalam bentuk gas rumah kaca maupun limbah industri lainnya. Hal ini mencakup jumlah emisi yang dihasilkan, jenis polutan yang terlibat, serta langkah-langkah yang diambil untuk membatasi atau mengurangi dampak negatifnya. Program pengelolaan limbah juga menjadi fokus utama dalam pengungkapan informasi lingkungan. Ini mencakup strategi perusahaan dalam mengelola limbah padat, cair, dan berbahaya, termasuk proses pengolahan dan pembuangan limbah sesuai dengan standar lingkungan yang berlaku.

Selanjutnya, pengungkapan juga mencakup inisiatif keberlanjutan yang dijalankan oleh perusahaan, seperti penggunaan energi terbarukan, investasi dalam teknologi ramah lingkungan, serta partisipasi dalam program-program pelestarian lingkungan dan restorasi habitat alam. Selain itu, pengungkapan risiko lingkungan juga menjadi bagian penting dari laporan keuangan. Perusahaan diharapkan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko lingkungan yang dapat mempengaruhi operasional mereka, seperti perubahan

regulasi lingkungan, tuntutan hukum, atau kerusakan lingkungan yang dapat mengganggu operasional dan reputasi perusahaan.

Dengan demikian, pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan memberikan gambaran menyeluruh tentang komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan, serta transparansi mengenai upaya-upaya yang dilakukan untuk mengurangi dampak negatifnya. Hal ini membantu pemangku kepentingan, termasuk investor, konsumen, dan masyarakat, untuk memahami kontribusi perusahaan terhadap perlindungan lingkungan dan keberlanjutan planet ini.

Menurut Darya (2019) yang mengutip dari Hansen Mowen (2012), pengungkapan informasi dalam laporan keuangan terkait akuntansi lingkungan dapat mencakup empat jenis biaya lingkungan yang penting:

- Biaya Pencegahan (Prevention Costs): Biaya ini mencakup investasi dan pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk mencegah atau mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Contoh biaya pencegahan meliputi investasi dalam teknologi bersih, pelatihan karyawan tentang praktik ramah lingkungan, dan implementasi program pengelolaan limbah.
- Biaya Deteksi (Detection Costs): Ini adalah biaya yang terkait dengan pengukuran, pemantauan, dan penilaian dampak lingkungan dari kegiatan operasional perusahaan. Biaya deteksi mencakup

- pengeluaran untuk pemantauan kualitas udara dan air, pengujian limbah, serta audit lingkungan.
- Biaya Penanganan Internal (Internal Failure Costs): Biaya ini timbul ketika terjadi kegagalan dalam menjaga keberlanjutan lingkungan di dalam perusahaan. Ini mencakup biaya untuk perbaikan atau penggantian peralatan yang menyebabkan polusi, biaya pemulihan lingkungan setelah insiden, dan biaya rehabilitasi lahan yang terkontaminasi.
 - Biaya Penanganan Eksternal (External Failure Costs): Biaya ini timbul ketika dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan menyebabkan kerusakan atau gangguan pada masyarakat atau lingkungan di luar perusahaan. Contoh biaya penanganan eksternal termasuk biaya penegakan hukum, kompensasi kepada pihak yang terkena dampak, dan biaya restorasi lingkungan setelah kejadian kerusakan.

Keterkaitan antara Green Ekonomi, CSR, dan Pengungkapan Informasi Lingkungan

Keterkaitan antara green ekonomi, CSR, dan pengungkapan informasi lingkungan membentuk sebuah siklus yang saling memperkuat. Green ekonomi, yang menekankan pentingnya pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik CSR yang berfokus pada lingkungan. Ini mencakup upaya untuk mengurangi jejak lingkungan perusahaan, memperhatikan

penggunaan sumber daya alam, mengelola limbah, dan memperkenalkan inisiatif keberlanjutan. Praktik CSR yang kuat dalam konteks lingkungan membantu perusahaan untuk menjadi lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Selanjutnya, pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan perusahaan merupakan hasil langsung dari komitmen perusahaan terhadap green ekonomi dan praktik CSR yang bertanggung jawab. Melalui pengungkapan ini, perusahaan memberikan transparansi tentang dampak lingkungan dari kegiatan operasional mereka serta langkah-langkah yang diambil untuk mengelolanya. Ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan dan memungkinkan pemangku kepentingan untuk mengevaluasi kinerja lingkungan perusahaan.

Dengan demikian, pengungkapan informasi lingkungan tidak hanya merupakan kewajiban regulasi, tetapi juga menjadi indikator dari komitmen perusahaan terhadap green ekonomi dan praktik CSR yang bertanggung jawab. Siklus ini menciptakan lingkungan di mana perusahaan didorong untuk terus meningkatkan kinerja lingkungan mereka, yang pada gilirannya berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan pelestarian lingkungan hidup.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitis. Pendekatan ini memungkinkan untuk menggambarkan

dan menganalisis hubungan antara variabel-variabel utama dalam penelitian, yaitu praktik CSR lingkungan, tingkat pengungkapan informasi lingkungan, dan persepsi pemangku kepentingan terhadap perusahaan. Dengan pendekatan ini, penelitian akan menyajikan data yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian serta mengidentifikasi pola dan hubungan antara variabel yang diteliti.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan di sektor PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) di Kabupaten Bondowoso. Sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti PDAM yang telah melaksanakan praktik CSR lingkungan dan memiliki laporan keuangan yang tersedia untuk dianalisis. Sampel yang representatif akan dipilih untuk mencerminkan variasi dalam praktik CSR dan tingkat pengungkapan informasi lingkungan di antara PDAM di Kabupaten Bondowoso.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Observasi dilakukan untuk mengamati langsung praktik CSR yang dilakukan oleh PDAM. Wawancara dengan pihak terkait, seperti manajer PDAM dan staf lingkungan, akan dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang praktik CSR dan proses pengambilan keputusan terkait pengungkapan informasi lingkungan. Analisis dokumen akan dilakukan terhadap laporan keuangan, laporan

keberlanjutan, dan dokumen lain yang relevan untuk mengevaluasi tingkat pengungkapan informasi lingkungan oleh PDAM.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan meliputi content analysis untuk menganalisis isi laporan keuangan dan laporan keberlanjutan PDAM, metode analisis kualitatif juga digunakan untuk memahami konteks dan interpretasi hasil analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Limbah PDAM Kabupaten Bondowoso

Sebagai Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), PDAM Kabupaten Bondowoso menghasilkan berbagai jenis limbah yang terkait dengan proses pengolahan air minum dan operasionalnya. Limbah-limbah ini meliputi limbah padat, limbah cair, limbah bahan kimia, limbah kemasan, dan limbah energi. Limbah padat yang dihasilkan oleh PDAM Kabupaten Bondowoso umumnya terdiri dari endapan dan sedimen yang terkumpul selama proses pengolahan air. Ini termasuk lumpur dan material organik lainnya yang diendapkan selama proses pengolahan air. Meskipun berada dalam jumlah yang lebih kecil dibandingkan dengan limbah cair, limbah padat ini juga perlu dikelola dengan baik untuk mencegah kontaminasi lingkungan. Limbah cair merupakan limbah utama yang dihasilkan oleh PDAM. Ini mencakup air sisa yang digunakan dalam proses pengolahan air minum, termasuk air pembilasan (backwash water) dari filter dan air buangan dari proses

desinfeksi. Limbah cair ini dapat mengandung bahan kimia seperti klorin dan senyawa organik yang dihasilkan selama proses desinfeksi. Oleh karena itu, perlunya pengolahan limbah cair sebelum dibuang untuk memastikan bahwa tidak ada kontaminan yang mencemari lingkungan. Selain itu, PDAM juga menggunakan berbagai bahan kimia dalam proses pengolahan air, seperti koagulan (misalnya aluminium sulfat atau polielektrolit) dan desinfektan (misalnya klorin atau ozon). Sisa-sisa bahan kimia ini, bersama dengan limbah kemasan dari produk-produk kimia yang digunakan, juga menjadi limbah yang perlu dikelola dengan baik untuk mencegah dampak negatifnya terhadap lingkungan. Terakhir, proses pengolahan air juga memerlukan energi untuk operasionalnya. Limbah energi dapat muncul dalam bentuk emisi gas rumah kaca dari pembangkit listrik atau mesin-mesin yang digunakan dalam proses pengolahan. Pengelolaan limbah energi ini juga penting untuk mengurangi dampak lingkungan dari operasi PDAM.

Pengelolaan Limbah

Pengelolaan limbah PDAM Kabupaten Bondowoso yang cukup baik namun masih memiliki banyak kekurangan sering kali mencerminkan adanya ketidakseimbangan dalam praktik pengelolaan limbah. Misalnya, masih terdapat pengolahan tertentu yang dilakukan sebelum limbah dibuang, namun proses ini mungkin tidak optimal atau tidak mencakup semua jenis limbah yang dihasilkan. Misalnya, PDAM Kabupaten Bondowoso memiliki instalasi pengolahan limbah cair yang baik, namun

limbah padat tidak mendapatkan perhatian yang sama.

Kesenjangan dalam penanganan berbagai jenis limbah pada PDAM Kabupaten Bondowoso juga masih menjadi masalah. Beberapa jenis limbah sudah diperlakukan dengan lebih baik atau mendapatkan lebih banyak perhatian daripada yang lain. Sebagai contoh, limbah cair pada PDAM Kabupaten Bondowoso sudah mendapatkan prioritas lebih tinggi daripada limbah padat atau limbah bahan kimia. Selain itu, keterbatasan dalam teknologi atau infrastruktur pengelolaan limbah pada PDAM Kabupaten Bondowoso dapat membatasi kemampuan untuk mengelola limbah secara efektif. Misalnya, instalasi pengolahan limbah sudah usang atau tidak mampu menangani volume limbah yang dihasilkan dengan efisien, menyebabkan keterlambatan atau kegagalan dalam pengelolaan limbah. Kurangnya pelatihan atau pemahaman tentang praktik pengelolaan limbah yang baik juga dapat menjadi faktor penyebab. Personel yang bertanggung jawab atas pengelolaan limbah mungkin kurang terlatih atau kurang memahami praktik-praktik terbaik dalam manajemen limbah, sehingga mengakibatkan kesalahan atau kekurangan dalam proses pengelolaan limbah. Tidak ketinggalan, ketidakpatuhan terhadap regulasi lingkungan juga dapat menjadi masalah. Meskipun pengelolaan limbah mungkin berada di atas rata-rata, namun masih ada kesenjangan dalam pemenuhan standar atau regulasi lingkungan yang berlaku. Hal ini dapat berarti bahwa pengelolaan limbah tidak sepenuhnya sesuai dengan

persyaratan hukum atau lingkungan yang berlaku.

Secara keseluruhan, walaupun terdapat praktik pengelolaan limbah yang cukup baik, namun masih ada banyak ruang untuk perbaikan. Identifikasi kekurangan-kekurangan ini penting untuk mengambil langkah-langkah yang tepat guna meningkatkan pengelolaan limbah secara keseluruhan agar lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan.

Pengungkapan Informasi dalam Laporan Keuangan

Secara umum, pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan PDAM Kabupaten Bondowoso masih terkendala oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah kurangnya kesadaran atau pemahaman akan pentingnya pengungkapan informasi lingkungan di kalangan manajemen atau tim keuangan PDAM tersebut. Manajemen dan tim keuangan mungkin masih lebih fokus pada aspek keuangan tradisional, seperti laporan laba rugi dan neraca, sehingga aspek lingkungan belum sepenuhnya diinternalisasi.

Selain itu, PDAM Bondowoso juga menghadapi keterbatasan sumber daya, baik dari segi tenaga kerja maupun keuangan. Hal ini membuat mereka sulit untuk melakukan pengukuran dan pengungkapan informasi lingkungan dengan lebih rinci dan terperinci. Kurangnya personel yang terlatih atau anggaran yang memadai dapat menjadi hambatan dalam mengembangkan sistem dan alat yang diperlukan untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja lingkungan. Tantangan lainnya adalah kesulitan dalam

pengukuran dan evaluasi kinerja lingkungan. Tanpa sistem atau alat yang tepat, serta kurangnya data yang terukur dan standar yang diakui secara internasional, PDAM Bondowoso akan mengalami kesulitan dalam mengukur dampak lingkungan dari operasi mereka dengan akurat.

Selain faktor internal, faktor eksternal seperti ketidakpastian dalam regulasi lingkungan juga mempengaruhi pengungkapan informasi lingkungan. PDAM Bondowoso mungkin tidak yakin tentang persyaratan atau kriteria yang harus mereka penuhi dalam pengungkapan ini, yang dapat menghambat upaya mereka untuk meningkatkan transparansi. Di samping itu, prioritas lain yang dianggap lebih mendesak dalam alokasi anggaran juga bisa membuat PDAM Bondowoso kurang memprioritaskan pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangannya. Kurangnya insentif atau tekanan eksternal dari masyarakat, investor, atau regulator juga dapat mengurangi urgensi untuk meningkatkan transparansi dalam hal lingkungan.

Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, PDAM Bondowoso perlu meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya aspek lingkungan, mengalokasikan sumber daya yang memadai, mengembangkan sistem dan alat yang tepat untuk pengukuran dan evaluasi kinerja lingkungan, serta merespons regulasi lingkungan yang berlaku. Dengan demikian, mereka dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam mengelola dampak lingkungan dari operasi mereka.

Kesesuaian biaya Lingkungan dengan Teori dan Standar Akuntansi keuangan

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari wawancara dengan instansi terkait, kesesuaian dengan konsep akuntansi biaya lingkungan yang dikembangkan oleh Hansen dan Mowen dapat diringkas sebagai berikut:

(1) Biaya Pencegahan

Meskipun PDAM Kabupaten Bondowoso memiliki kesadaran akan pentingnya alokasi biaya pencegahan untuk mengelola limbah dengan baik, namun belum sepenuhnya semua alokasi biaya pencegahan tersebut terungkap secara jelas dalam laporan keuangannya. Pengungkapan ini mungkin masih terbatas atau kurang mendetail, sehingga tidak memberikan gambaran yang menyeluruh tentang upaya perusahaan dalam mencegah timbulnya limbah yang dapat merugikan lingkungan sekitar. Dalam laporan keuangan, alokasi biaya pencegahan untuk pengelolaan limbah padat dan limbah cair tidak dipisahkan secara terperinci. Hal ini dapat menyebabkan kurangnya transparansi dan akuntabilitas terkait dengan bagaimana PDAM mengalokasikan sumber daya kegiatan pencegahan ini. Selain itu, detail mengenai jenis-jenis pengolahan limbah yang dilakukan, seperti pengolahan primer dan sekunder untuk limbah cair,

mungkin juga tidak dijelaskan dengan baik dalam laporan keuangan.

Kurangnya pengungkapan yang memadai tentang alokasi biaya pencegahan dalam laporan keuangan dapat menjadi hambatan dalam memahami sejauh mana PDAM Kabupaten Bondowoso berupaya untuk mengelola limbah dengan baik. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengungkapan informasi ini, agar pihak-pihak terkait dapat memahami dengan lebih baik upaya perusahaan dalam melindungi lingkungan sekitar melalui pengelolaan limbah yang bertanggung jawab.

(2) Biaya Deteksi Lingkungan

Meskipun PDAM Kabupaten Bondowoso telah melakukan pengeluaran untuk biaya deteksi yang mencakup belanja pemeliharaan alat-alat besar, alat bantu, alat pengolahan air kotor, serta belanja pemeliharaan bangunan gedung dan instalasi, namun informasi mengenai biaya deteksi ini belum cukup diungkap dalam laporan keuangan perusahaan. Ketidacukupan pengungkapan ini menyebabkan kurangnya transparansi terkait upaya PDAM dalam memantau dan memastikan kualitas limbah serta lingkungan sekitar. Dampaknya, pemangku kepentingan seperti pemegang saham, regulator, dan masyarakat umum tidak memiliki

pemahaman yang cukup mengenai investasi yang dilakukan oleh PDAM untuk memastikan operasionalnya berkelanjutan dari segi lingkungan. Tanpa informasi yang memadai tentang biaya deteksi, penilaian mengenai efektivitas pengelolaan lingkungan oleh PDAM menjadi terbatas. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan dalam pengungkapan biaya deteksi dalam laporan keuangan agar dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan transparan mengenai upaya PDAM dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan melindungi kesehatan masyarakat sekitar. Dengan adanya pengungkapan yang lebih baik, pemangku kepentingan dapat memahami lebih baik komitmen PDAM dalam menjalankan tanggung jawab lingkungan serta memastikan bahwa operasional perusahaan tidak memberikan dampak negatif yang merugikan lingkungan dan masyarakat sekitar.

(3) Biaya kegagalan eksternal lingkungan (environmental external failure)

Biaya aktivitas yang dilaksanakan setelah membuang sampah atau limbah ke dalam lingkungan, yang pada PDAM Kabupaten Bondowoso tidak ditemukan dalam laporan keuangannya, dapat mencakup berbagai hal, seperti:

- Biaya Pembersihan Lingkungan: Biaya untuk melakukan pembersihan dan perbaikan lingkungan setelah

pembuangan sampah atau limbah, termasuk penghapusan sampah yang tidak semestinya atau membersihkan limbah yang tumpah.

- Biaya Rehabilitasi Lingkungan: Biaya untuk memulihkan atau merestorasi lingkungan yang terpengaruh setelah pembuangan sampah atau limbah, seperti merehabilitasi lahan yang tercemar atau memulihkan ekosistem yang rusak.
- Biaya Remediasi: Biaya untuk mengatasi dan memperbaiki dampak pencemaran yang disebabkan oleh pembuangan sampah atau limbah, seperti biaya pengolahan atau penghapusan limbah berbahaya yang terbuang.
- Biaya Sanksi atau Denda: Biaya yang mungkin timbul sebagai akibat dari pelanggaran atau ketidakpatuhan terhadap regulasi lingkungan, seperti sanksi atau denda yang dikenakan oleh pihak berwenang.
- Biaya Restorasi Habitat: Biaya untuk mengembalikan atau menjaga habitat alami yang terpengaruh oleh pembuangan sampah atau limbah, seperti biaya penanaman kembali vegetasi atau restorasi habitat satwa liar.
- Biaya Konservasi Lingkungan: Biaya untuk menjaga dan melestarikan lingkungan yang

tidak terpengaruh langsung oleh pembuangan sampah atau limbah, tetapi merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan untuk konservasi alam.

Meskipun PDAM Kabupaten Bondowoso tidak melaporkan biaya eksternal lingkungan ini, penting untuk diingat bahwa keberadaan biaya-biaya ini menunjukkan pentingnya praktik tanggung jawab lingkungan yang holistik dan berkelanjutan dalam operasional perusahaan. Kurangnya pengungkapan biaya ini mungkin mengaburkan gambaran lengkap mengenai dampak lingkungan dari kegiatan PDAM.

(4) Biaya kegagalan internal lingkungan (environmental intern failure)

Biaya operasi yang dilakukan sebagai akibat dari timbulan limbah, tetapi tidak secara khusus diarahkan untuk penanganan lingkungan secara umum pada kegagalan internal lingkungan PDAM Kabupaten Bondowoso mencakup belanja jasa pengolahan sampah. Pengeluaran ini mencakup dua kategori utama, yaitu limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) dan non-B3.

- Limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun): Biaya ini mencakup pengeluaran untuk pengolahan dan pembuangan limbah yang tergolong sebagai limbah B3. Limbah B3 merupakan limbah yang memiliki potensi bahaya

terhadap lingkungan dan kesehatan manusia jika tidak dikelola dengan benar. Contoh limbah B3 yang dihasilkan oleh PDAM mungkin termasuk bahan kimia yang digunakan dalam proses pengolahan air, seperti bahan koagulan atau desinfektan yang mengandung bahan berbahaya.

- Limbah Non-B3: Biaya ini mencakup pengeluaran untuk pengolahan dan pembuangan limbah non-B3, yang tidak termasuk dalam kategori limbah berbahaya dan beracun. Limbah non-B3 mungkin mencakup limbah padat dan cair yang dihasilkan selama proses operasional PDAM, seperti endapan atau sedimen dari proses penyaringan air atau air pembilasan.

Namun, informasi terkait biaya operasi untuk penanganan limbah B3 dan non-B3 tersebut belum cukup diungkapkan dalam laporan keuangan PDAM Kabupaten Bondowoso. Kurangnya pengungkapan ini dapat menyebabkan ketidakjelasan bagi pemangku kepentingan mengenai alokasi dan pengeluaran yang dilakukan oleh PDAM terkait penanganan limbah berbahaya dan non-B3. Tanpa adanya informasi yang memadai mengenai biaya operasi ini dalam laporan keuangan, pemangku kepentingan seperti pemegang saham, regulator, dan masyarakat umum mungkin tidak dapat memahami sepenuhnya kontribusi finansial PDAM

dalam mengelola limbah yang dihasilkan dari kegiatan operasionalnya. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dalam pengungkapan informasi terkait biaya operasi untuk penanganan limbah B3 dan non-B3 dalam laporan keuangan. Dengan adanya pengungkapan yang lebih lengkap dan transparan, pemangku kepentingan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang upaya PDAM dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan lingkungan yang berlaku.

KESIMPULAN

Dalam kesimpulannya, pengelolaan limbah PDAM Kabupaten Bondowoso masih memiliki beberapa kekurangan meskipun telah melakukan praktik yang cukup baik. Limbah yang dihasilkan oleh PDAM meliputi limbah padat, limbah cair, limbah bahan kimia, limbah kemasan, dan limbah energi. Pengelolaan limbah ini mencerminkan adanya ketidakseimbangan dalam praktik pengelolaan limbah, seperti pengolahan tertentu yang dilakukan sebelum limbah dibuang namun tidak optimal, kesenjangan dalam penanganan berbagai jenis limbah, keterbatasan dalam teknologi atau infrastruktur, kurangnya pelatihan atau pemahaman, dan ketidakpatuhan terhadap regulasi lingkungan.

Pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan PDAM Kabupaten Bondowoso masih terkendala oleh beberapa faktor, seperti kurangnya kesadaran atau pemahaman, keterbatasan sumber daya, kesulitan dalam pengukuran

dan evaluasi, ketidakpastian regulasi, prioritas lain yang lebih mendesak, dan kurangnya insentif atau tekanan eksternal. Hal ini menyebabkan pengungkapan informasi tersebut belum optimal, terutama terkait dengan alokasi biaya pencegahan dan biaya deteksi.

Dalam konteks biaya lingkungan, kesesuaian dengan konsep akuntansi biaya lingkungan menunjukkan bahwa alokasi biaya pencegahan dan biaya deteksi belum cukup diungkap dalam laporan keuangan. Begitu juga dengan biaya kegagalan eksternal dan internal lingkungan yang belum terungkap secara detail. Kurangnya pengungkapan ini menyebabkan ketidakjelasan bagi pemangku kepentingan mengenai upaya PDAM dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan lingkungan yang berlaku. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengungkapan informasi lingkungan dalam laporan keuangan PDAM Kabupaten Bondowoso. Ini termasuk perbaikan dalam pengungkapan alokasi biaya pencegahan dan biaya deteksi, serta pengungkapan lebih rinci terkait biaya operasi untuk penanganan limbah B3 dan non-B3. Dengan adanya pengungkapan yang lebih baik, pemangku kepentingan dapat memahami lebih baik upaya PDAM dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan melindungi kesehatan masyarakat sekitar.

SARAN

PDAM Kabupaten Bondowoso memerlukan upaya yang berkelanjutan

dalam mengelola limbahnya guna meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Untuk mencapai hal ini, perlu adanya peningkatan kesadaran dan pemahaman di antara manajemen dan staf terkait praktik pengelolaan limbah yang berkelanjutan. Pelatihan dan workshop tentang manajemen limbah dan tanggung jawab lingkungan dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan pemahaman ini. Selain itu, PDAM juga perlu mengalokasikan sumber daya untuk investasi dalam teknologi dan infrastruktur pengelolaan limbah, seperti peningkatan instalasi pengolahan limbah dan pengembangan sistem monitoring. Peningkatan pengawasan dan penegakan terhadap praktik pengelolaan limbah yang ada juga penting, termasuk penerapan prosedur yang ketat dan inspeksi rutin untuk memastikan kepatuhan terhadap standar lingkungan. Selain itu, menjalin kemitraan dengan pihak eksternal, seperti pemerintah daerah dan lembaga lingkungan, dapat mendukung upaya PDAM dalam pengelolaan limbah yang berkelanjutan.

Di sisi lain, penelitian lebih lanjut oleh peneliti dapat memberikan wawasan tambahan tentang praktik pengelolaan limbah di PDAM Kabupaten Bondowoso dan faktor-faktor yang memengaruhi implementasinya. Studi kasus komparatif antara PDAM di berbagai daerah juga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang variasi dalam praktik pengelolaan limbah di berbagai konteks. Penelitian evaluatif tentang efektivitas langkah-langkah perbaikan yang diimplementasikan oleh PDAM dan dampaknya terhadap lingkungan dan

masyarakat setempat juga penting untuk dilakukan. Selain itu, pengembangan model atau kerangka kerja untuk pengelolaan limbah yang berkelanjutan dapat menjadi panduan bagi PDAM dan organisasi lain dalam upaya mereka untuk meningkatkan praktik pengelolaan limbah. Dengan demikian, langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan efektivitas pengelolaan limbah oleh PDAM Kabupaten Bondowoso, serta memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Costanza, R. d. (1997). The Value of the World's Ecosystem Services and Natural Capital. *Nature Journal* , 253-260.
- Darya, I. G. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Gusti Dian Prayogi, W. O. (2023). Tinjauan Keberlanjutan Lingkungan Studi Kasus PDAM Kabupaten Bondowoso. *Majalah ekonomi Vol 28 No 2*, <https://doi.org/10.36456/majeko.vol28.no02.a8617>.
- Hamilton, K. &. (2012). Quantifying the Economic Benefits of Green and Blue Nature. IUCN (Ed.), *A Guidebook to the Green Economy*, 79-90.
- Haryani, S. d. (2020). Penerapan Biaya Lingkungan Pada Green Accounting. *Jurnal Sinar*

- Manajemen. Vol. 07 No. 02, 111-121.
- Sari, E. (2018). Analisis Akuntansi Lingkungan Pada PT Rea Kaltim Plantations. Jurnal Feb Unmul, 86-92.
- Stern, N. (2007). The Economics of Climate Change: The Stern Review. New York: Cambridge University Press.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi, R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, I. (2011). Limbah Kimia Dalam Pencemaran Udara dan Air. Yogyakarta: Andi .
- Sutrisna, A. D. (2019). Penerapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Pengelolaan Limbah Bahan Berbahaya Beracun(B3) Pada RSUP Dr Wahidin Sudirohusodo Makassar. , Jurnal Riset Terapan Akuntansi, Vol. 3 No. 2, 91-95.
- UNEP. (2011). Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication. United Nations Environment Programme.
- Wibowo, E. H. (2017). Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan Studi Kasus Pada OWABONG Kabupaten Purbalingga. Media Akuntansi.
- World Bank. (2012). Inclusive Green Growth: The Pathway to Sustainable Development. New York: World Bank Publications.
- Zulaikah, S. (2020). Pengetahuan Biaya Lingkungan dan Konsep Green Accounting Pada Hotel Klasifikasi Melati di Kota Surakarta. Jurnal Media akuntansi. Vol. 32 No. 01, 73.

Membangun Innovative Work Behavior Pada Karyawan Generasi Millennial: Peran Transformational Leadership Dan Employee Engagement

Pratama Sivano Edsel¹, Dhyah Harjanti²

^{1,2)} Program Studi Manajemen, *School of Business and Management*, Universitas Kristen Petra

Koresponden Penulis: dhyah@petra.ac.id

ABSTRACT

The generational shift in the workforce, from generation X to the millennial generation, requires company leaders to understand the behavior of millennial generation employees and adopt the leadership style used. This study analyzed whether transformational leadership and employee engagement can improve the innovative work behavior of millennial generation employees. This study used a quantitative approach, by surveying 167 millennial generation employees. The data was processed using Partial Least Square (PLS). The results showed that transformational leadership and employee engagement significantly increased innovative work behavior. Transformational leadership will foster engagement among employees, and in the end, will encourage the formation of innovative work behavior.

Keywords : Employee Engagement; Innovative work behavior; Transformational leadership.

ABSTRAK

Pergeseran generasi angkatan kerja, dari generasi X menjadi generasi milenial, menuntut pemimpin perusahaan untuk memahami perilaku karyawan generasi milenial dan menyesuaikan gaya kepemimpinan yang digunakan. Penelitian ini menganalisis bagaimana transformational leadership dan employee engagement dapat meningkatkan innovative work behavior pada karyawan generasi milenial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan melakukan survey pada 167 karyawan generasi milenial. Data kemudian diolah dengan menggunakan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformational leadership dan employee engagement mampu meningkatkan innovative work behavior secara signifikan. Transformational leadership akan menumbuhkan engagement di kalangan karyawan, dan pada akhirnya akan mendorong terbentuknya innovative work behavior.

Kata Kunci : Employee Engagement; Innovative work behavior; Transformational leadership.

PENDAHULUAN

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2020) menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah angkatan kerja sebesar 63.777 jiwa (4,03%). Peningkatan jumlah tersebut didominasi oleh generasi milenial. Generasi milenial merupakan generasi yang lahir di tahun 1981-2000 (Budiati et al., 2018, p. 16-17). Di usia mereka sekarang, generasi milenial mulai menggeser dominasi generasi X (lahir tahun 1965-1980) di dunia kerja. Perubahan generasi karyawan ini menuntut perusahaan untuk menyesuaikan diri, sebab perbedaan generasi ini bukan hanya dalam hal usia, namun juga dalam karakteristik karyawannya. Karyawan generasi X cenderung lebih independen, berorientasi pada hasil dan pekerja keras. Sementara karyawan generasi milenial lebih menyukai kegiatan yang melibatkan banyak orang, akrab dengan penggunaan teknologi komunikasi dan digital, percaya diri, dan ambisius (Jenkins, 2017).

Kemampuan generasi milenial dalam menggunakan teknologi dan berinteraksi dengan banyak orang, membuka peluang yang lebih besar untuk terjadinya pertukaran informasi. Pertukaran informasi ini akan mendorong terbentuknya innovative work behavior (Noerchoidah, Harjanti, Suprpto, 2021), dimana karyawan cenderung selalu berusaha menciptakan dan menerapkan ide-ide baru dan memberikan nilai lebih bagi perusahaannya (De Jong dan Den Hartog, 2010). Innovative work behavior merupakan mindset dan perilaku karyawan untuk selalu berkreasi menghasilkan ide - ide baru dalam proses

menjalan tugas dan tanggung jawab mereka (Yuan & Woodman, 2010; Ramamoorthy et al., 2005). Perilaku inovatif tersebut berfokus pada pengembangan dan implementasi ide guna memberikan nilai tambah (De Jong & Den Hartog, 2010). Innovative work behavior akan menghasilkan ide-ide baru untuk dikembangkan, dipromosikan dan diterapkan dalam perusahaan. Ide-ide baru yang memberikan nilai bagi perusahaan ini merupakan satu keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit ditiru oleh pesaing (Coetzer et al., 2018).

Salah satu faktor yang mendukung pembentukan innovative work behavior di kalangan karyawan adalah gaya kepemimpinan, khususnya transformational leadership (Groselj et al., 2021). Karakteristik generasi milenial menjadi tantangan bagi pemimpin perusahaan, karena generasi ini merupakan generasi awal yang menguasai teknologi digital seperti sosial media dan komunikasi. Kefasihan generasi milenial dalam hal teknologi digital mempengaruhi cara berpikir dan mengambil keputusan serta kinerja mereka di perusahaan (Budiati et al., 2018, p. 18). Sebagai akibatnya, pemimpin perusahaan juga perlu menyesuaikan gaya kepemimpinannya dengan karakteristik karyawan generasi milenial ini (Pinzaru et al., 2016). Salah satu gaya kepemimpinan yang umum diterapkan dalam perusahaan adalah transformational leadership.

Transformational leadership merupakan kepemimpinan yang berusaha menciptakan ide - ide dan sudut pandang

baru untuk menciptakan kemajuan dan inovasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan (Korejan & Shahbazi, 2016). Menurut Shenyang Hai et al. (2020), transformational leadership dapat mendorong karyawan untuk terlibat secara aktif dalam setiap pekerjaan di dalam perusahaan dan menciptakan sebuah inovasi. Transformational leadership dapat menjadi upaya pemimpin untuk menciptakan perubahan dan kemajuan perusahaan melalui ide dan sistem yang inovatif (Pearce & Ensley, 2004). Refferty dan Griffin (2004) menjelaskan transformational leadership bertujuan untuk mengembangkan dan mempertahankan perusahaan dengan cara memberikan motivasi dan kesempatan kepada karyawan. Dengan demikian, pemimpin dapat mentransformasi cara berpikir dan berperilaku karyawan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan transformational leadership dapat berdampak pada employee engagement, khususnya dalam pekerjaan dimana karyawan termotivasi untuk bekerja memberikan hasil yang melebihi ekspektasi perusahaan (Balwant et al., 2020; Yadav et al., 2019; Hai et al., 2020).

Perbedaan karakteristik karyawan generasi milenial juga tercermin dari employee engagement yang terbentuk di kalangan mereka. Employee engagement merupakan salah satu aspek penting agar perusahaan dapat terus berinovasi. Menurut Balwant et al. (2019), employee engagement merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dalam sebuah perusahaan. Dalam menciptakan karyawan yang

bekerja secara inovatif perusahaan perlu mendorong karyawan dalam kegiatan kreatif. Dengan adanya kegiatan kreatif memicu karyawan untuk selalu berpikir bagaimana menciptakan metode baru untuk menyelesaikan masalah (Anitha, 2014). Employee engagement merupakan tindakan karyawan untuk berkontribusi dalam kesuksesan organisasi dengan cara merelakan lebih banyak tenaga dan waktu (Engelbrecht et al., 2017). Ketika karyawan bekerja dengan senang, nyaman dan memiliki komitmen yang tinggi, maka hal ini juga akan berdampak output yang dihasilkan perusahaan.

Karakteristik generasi milenial yang menyukai interaksi membuat hubungan antar karyawan menjadi lebih dekat dan menghasilkan employee engagement yang lebih baik. Dengan employee engagement yang baik, karyawan cenderung bekerja dengan lebih inovatif. Penelitian ini menggunakan variabel employee engagement sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan antara transformational leadership dan innovative work behavior di kalangan karyawan generasi milenial. Sejumlah penelitian terdahulu sudah membahas tentang hubungan transformational leadership dan innovative work behavior, namun penelitian yang mendalami topik tersebut pada satu kelompok generasi masih sangat terbatas. Oleh sebab itu, penelitian ini akan mengkhususkan pembahasannya pada karyawan generasi milenial yang memiliki karakteristik serta kemampuan engagement yang unik.

Transformational leadership dan Innovative work behavior

Transformational leadership merupakan sebuah kepemimpinan yang menekankan pada pemberian dukungan dan motivasi pada karyawan untuk mengembangkan diri serta berkontribusi pada perusahaan dengan mengembangkan ide - ide baru yang layak untuk diimplementasikan di perusahaan (Pearce & Ensley, 2004; Korejan & Shahbazi, 2016). Dalam sejumlah penelitian terdahulu (Afsar & Umrani, 2014; Hai et al., 2020), transformational leadership memberikan berdampak positif pada innovative work behavior pada karyawan. Transformational leadership dapat memunculkan innovative work behavior, karena dapat mendorong karyawan untuk mengeluarkan ide kreatifnya yang dapat membuat sebuah inovasi didalam organisasi (Groselj et al., 2021).

H1: Transformational leadership berpengaruh terhadap innovative work behavior

Transformational leadership dan employee engagement

Refferty dan Griffin (2004) menjelaskan bahwa pemimpin yang menerapkan transformational leadership cenderung memotivasi dan mendukung karyawan dengan memberikan pertimbangan atau saran. Penelitian Balwant et al. (2019), Yadav et al. (2019) dan Hai et al. (2020) membuktikan bahwa transformational leadership dapat memberikan dampak positif pada employee engagement. Transformational leader akan memotivasi dan memfasilitasi karyawannya untuk selalu memberikan kinerja yang lebih baik daripada

ekspektasi perusahaan (Balwant et al., 2019).

H2: Transformational leadership berpengaruh terhadap employee engagement

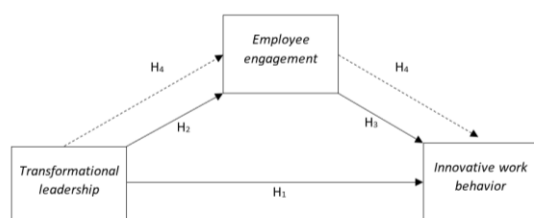
Employee engagement dan innovative work behavior

Employee engagement merupakan mindset dan sikap karyawan dalam bekerja, termasuk di dalamnya bagaimana karyawan memotivasi dirinya untuk turut berkontribusi dalam keberhasilan perusahaan. Karyawan dengan employee engagement yang baik akan mencurahkan waktu dan tenaganya demi tercapainya tujuan organisasi (Schaufeli, Bakker dan Salanova, 2006; Engelbrecht et al., 2017; Busse dan Regenber, 2018). Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa karyawan dengan engagement yang baik akan cenderung lebih inovatif dalam mencari dan menghasilkan ide-ide baru demi kesuksesan perusahaan (Wu & Wu, 2019; Pukkeeree et al., 2020).

Employee engagement merupakan salah satu aspek penting dalam perusahaan untuk terus melakukan inovasi. Menurut Balwant et al. (2019), employee engagement yang bekerja secara inovatif merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dalam sebuah perusahaan. Dalam menciptakan karyawan yang bekerja secara inovatif perusahaan perlu mendorong karyawan dalam kegiatan kreatif. Dengan adanya kegiatan kreatif memicu karyawan untuk selalu berpikir bagaimana menciptakan sebuah model atau metode baru yang bertujuan untuk menyelesaikan sebuah

masalah (Anitha, 2014). Employee engagement merupakan tindakan karyawan mencurahkan tenaga dan waktunya demi keberhasilan perusahaan (Engelbrecht et al., 2017). Employee engagement sangat penting karena karyawan yang bekerja dengan senang, nyaman dan berkomitmen tinggi akan memberikan kinerja yang optimal, memikirkan kepentingan organisasi, dan lebih inovatif.

H3: Employee engagement berpengaruh terhadap innovative work behavior.



Gambar 1 Model Penelitian

Gambar. 1
Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan generasi milenial (lahir antara tahun 1981-2000). Sampel ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria sampel penelitian adalah karyawan generasi milenial (lahir antara tahun 1981-2000) yang bekerja dan berdomisili di Surabaya, serta sudah bekerja setidaknya selama setahun di perusahaan yang berbadan hukum. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada responden yang memenuhi kriteria tersebut. Dari penyebaran kuesioner secara online tersebut, diperoleh 167 responden yang menjawab dan memenuhi kriteria penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan analisis statistik deskriptif dan Partial Least Square (PLS) dengan memanfaatkan program SmartPLS versi 3.0 (Ghozali & Latan, 2015). Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui profil responden dalam penelitian. Data yang dianalisis adalah data distribusi frekuensi jenis kelamin dan pendidikan terakhir responden.

Analisis dengan PLS dilakukan melalui dua tahap, yaitu pengujian outer model dan inner model. Pada uji outer model, dilakukan uji validitas konvergen melalui nilai AVE (Average Variance Extracted) setiap variabel laten dan outer loading untuk masing-masing indikator. Dalam penelitian ini, standar nilai outer loading dan nilai AVE yang dianggap memenuhi syarat adalah lebih dari 0,7 dan lebih 0,5.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan akurat, dan konsisten dalam mengukur variabel. Penelitian ini menggunakan pengujian composite reliability dan cronbach alpha. Nilai composite reliability dan cronbach alpha pada semua variabel dalam penelitian ini harus memenuhi standar minimum 0,70.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Konsep	Indikator	Skala
Innovative work behavior (De Jong & Den Hartog, 2010)	- Idea Exploration - Idea Generation - Idea Championing - Idea Implementation	1-5
Transformational leadership (Refferty &	- Vision - Inspirational communication	1-5

Griffin, 2004)	- Supportive leadership - Intellectual stimulation	
Employee engagement (Schaufeli, Bakker dan Salanova, 2006)	- Vigor - Dedication - Absorption	1-5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Data penelitian ini diperoleh dari jawaban 167 orang responden yang merupakan karyawan generasi milenial. Karakteristik responden dalam hal jenis kelamin dan tingkat pendidikan terakhir ditampilkan di tabel 2. Tabel 2 menunjukkan data responden yang terdiri dari 167 karyawan generasi milenial yang berdomisili dan bekerja di Surabaya. Sebagian besar responden sudah mengeyam pendidikan hingga bangku perguruan tinggi (S1, S2, S3), sementara jumlah responden laki-laki dan perempuan relatif seimbang (57,5% dan 42,5%).

Tabel 2. Profil Responden

Variabel	Jumlah	Persen
Jenis Kelamin		
Laki-laki	96	57,5
Perempuan	71	42,5
Total	167	100
Pendidikan Terakhir		
SMP	2	1,2
SMA	27	16,2
Diploma	29	17,4
S1, S2, S3	109	65,2
Total	167	100

Sumber: Data diolah

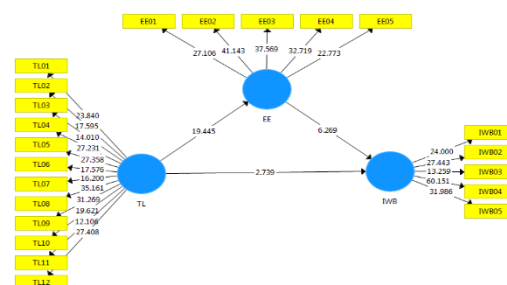
Hasil outer model yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh indikator dan variabel telah memenuhi standar

minimum untuk pengujian validitas dan reliabilitas, sehingga proses pengolahan data dapat dilanjutkan ke pengujian inner model.

Tabel 3. Indeks Pengujian Model

Endogenous Variabel	Cut of Value	Hasil Analisis	Evaluasi model
R^2			
- Employee Engagement	$\geq 0,20$	0,594	Fit
- Innovative work behavior	$\geq 0,20$	0,745	Fit

Hasil R^2 di Tabel 3 menunjukkan nilai yang lebih besar dari cut off value, sehingga model penelitian dinyatakan dapat diterima. Nilai R^2 dari variabel employee engagement sebesar 0,594, sehingga dapat dimasukkan dalam kategori moderate, sementara nilai R^2 dari variabel innovative work behavior sebesar 0,745 dikategorikan sangat kuat.



Gambar 2. Hasil Analisis Inner Model

Evaluasi inner model penelitian ini dipaparkan dalam Gambar 2. Dari hasil inner model, dapat dilihat adanya hubungan sebab akibat yang berarah positif di antara variabel-variabel dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P-values
TL→ IWB	0.286	0.273	0.104	2.739	0.006
TL→ EE	0.771	0.774	0.040	19.445	0.000
EE→ IWB	0.623	0.638	0.099	6.269	0.000
TL→EE→IWB	0.480	0.494	0.077	6.248	0.000

Tabel 4 menunjukkan hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh antar variabel dalam model. Transformasional leadership berpengaruh terhadap innovation work behavior dan employee engagement. Employee engagement berpengaruh terhadap innovative work behavior. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa employee engagement berperan sebagai variabel mediasi pada hubungan transformasional leadership dan innovation work behavior.

Pengaruh Transformational leadership Terhadap Innovative work behavior

Berdasarkan uji hipotesis, terbukti bahwa transformational leadership berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap innovative work behavior. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afsar dan Umrani (2020) serta Groselj et al. (2021). Penerapan transformational leadership dapat meningkatkan terbentuknya perilaku inovatif di kalangan karyawan karena pemimpin yang menggunakan gaya kepemimpinan tersebut memberikan dukungan dan peluang bagi para karyawan untuk mengemukakan ide-idenya. Pemimpin juga mendorong karyawan untuk mau mencoba mencari solusi yang dihadapi di perusahaan dengan cara-cara yang kreatif dan inovatif.

Pengaruh Transformational Leadership terhadap Employee engagement

Hasil penelitian membuktikan bahwa transformational leadership dapat meningkatkan employee engagement dalam perusahaan. Hal ini sejalan dengan

penelitian Balwant et al. (2019) dan Yadav et al. (2019) yang menunjukkan bahwa transformational leadership mampu menciptakan employee engagement dalam perusahaan. Ketika pemimpin peduli, mempertimbangkan, dan memperhatikan kebutuhan serta kesulitan yang dihadapi karyawan, maka karyawan akan merasa lebih bersemangat. Perhatian dari pemimpin pada karyawan akan membuat karyawan ingin memberikan usaha lebih, serta fokus dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan sebaik-baiknya (Datche & Mukulu, 2015).

Pengaruh Employee engagement terhadap Innovative work behavior

Hasil uji hipotesis pada Tabel 4 menyatakan bahwa employee engagement berpengaruh terhadap innovative work behavior secara positif dan signifikan. Hasil ini menguatkan penelitian terdahulu oleh Wu dan Wu (2019) dan Pukkeeree et al. (2020). Employee engagement merupakan perilaku dan mindset karyawan untuk melaksanakan semua tugas dan tanggung jawabnya seoptimal mungkin, bahkan melebihi harapan atau target yang ditetapkan perusahaan (Busse & Regenberg, 2018; Prawira et al., 2022). Ketika karyawan memiliki perilaku dan mindset seperti itu, maka karyawan akan memberikan usaha terbaiknya untuk memberikan lebih dalam pekerjaannya (Bedarkar & Pandita, 2014). Karyawan akan berinisiatif mencari solusi, dan memberikan ide-ide kreatif demi kebaikan perusahaan. Oleh sebab itu, terbentuknya employee engagement di dalam perusahaan dapat menciptakan perilaku inovatif di dalam perusahaan.

Pengaruh Transformational leadership terhadap Innovative work behavior melalui Employee Engagement

Hasil uji hipotesis (Tabel 4) membuktikan bahwa employee engagement mampu memediasi hubungan antara variabel transformational leadership dengan variabel innovative work behavior. Hasil ini selaras dengan penelitian terdahulu yang menjelaskan peran mediasi employee engagement pada hubungan antara variabel transformational leadership dan innovative work behavior (Balwant et al., 2019; Pukkeeree et al., 2020; Groselj et al., 2021). Pemimpin yang menerapkan peduli dan memperhatikan kepentingan karyawannya akan membuat karyawan merasa ingin memberikan usaha lebih bagi perusahaannya. Salah satu yang dapat dilakukan karyawan untuk memberikan lebih bagi perusahaannya adalah dengan mengupayakan ide-ide baru agar pekerjaan di perusahaan dapat diselesaikan dengan lebih efektif dan efisien. Selain itu, penerapan gaya kepemimpinan transformasional cenderung membuat karyawan merasa lebih percaya diri dan kreatif sehingga mampu berinovasi untuk mencari pemecahan masalah yang dihadapinya di tempat kerja (Ghafoor et al., 2011).

KESIMPULAN / CONCLUSSION

DAFTAR PUSTAKA

Afsar, B., Badir, Y.F., & Bin Saeed, B. (2014), Transformational leadership and Innovative Work Behaviour.

Hasil penelitian pada kalangan karyawan generasi milenial ini membuktikan bahwa gaya kepemimpinan transformasional yang diterapkan di perusahaan dapat membuat karyawan generasi milenial merasa lebih nyaman bekerja. Ketika karyawan merasa nyaman dan senang bekerja di satu perusahaan, mereka dengan sukarela mencurahkan waktu dan tenaga bagi perusahaannya. Lebih jauh lagi, karyawan kemudian akan berusaha menghasilkan berbagai ide inovatif yang dapat memudahkan pekerjaan mereka, memecahkan masalah, dan meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian ini masih terbatas pada karyawan generasi milenial. Penelitian lebih lanjut masih diperlukan pada generasi berikutnya, yaitu generasi Z, yang saat ini juga mulai memasuki dunia kerja.

Dari hasil penelitian ini, dapat diperoleh beberapa implikasi manajerial. Pemimpin perlu mempertimbangkan kepentingan dan kenyamanan karyawan ketika mengambil keputusan atau kebijakan tertentu. Dengan adanya kepedulian perusahaan terhadap kepentingan dan kenyamanan karyawan, maka karyawan akan cenderung merasa lebih dihargai, dan akan meningkatkan engagement mereka pada perusahaan.

Industrial Management dan Data Systems, 114(8), 1270-1300.

Afsar, B., & Umrani, W. A. (2020). *Transformational leadership and Innovative work behavior* The role of

-
- Motivation to Learn, Task Complexity and Innovation Climate. *European Journal of Innovation Management*, 23(3), 402-428. doi: 10.1108/EJIM-12-2018-0257.
- Anitha, J., (2014). Determinants of Employee engagement and Their Impact on Employee Performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63(3). 308-323. doi: 10.1108/IJPPM-01-2013-0008.
- Balwant, P. T., Mohammed, R., dan Singh, R. (2019). Transformational leadership and Employee engagement in Trinidad's Service Sector. *International Journal of Emerging Markets*, 15(4), 691-715.
- Bedarkar, M., dan Pandita, D. (2014). A Study on the Drivers of Employee engagement Impacting Employee Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 133(1), 106 – 115.
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. S., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A., dan Saputri, V. G. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Busse, R., dan Regenberg, S. (2018). Revisiting the “Authoritarian Versus Participative” Leadership Style Legacy: A New Model of the Impact of Leadership Inclusiveness on Employee Engagement. *Journal of Leadership dan Organizational Studies*, 26(4), 510-525.
- Coetzer, A., Inma, C., Poisat, P., Redmond, J., dan Standing, C. (2018). Job Embeddedness and Employee Enactment of Innovation-Related Work Behaviours. *International Journal of Manpower*, 39(2), 222-239.
- Datche, A.E., dan Mukulu, E. (2015). The Effects of Transformational leadership on Employee Engagement: A Survey of Civil Service in Kenya. *Issues in Business Management and Economics*, 3(1), 9-16.
- De Jong, J. and Den Hartog, D. (2010), Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23-36.
- Engelbrecht, A. S., Heine, G., dan Mahembe, B. (2017). Integrity, Ethical Leadership, Trust and Work Engagement. *Leadership dan Organization Development Journal*, 38(3), 368-379. doi: 10.1108/LODJ-11-2015-0237.
- Ghafoor, A., Qureshi, T. M., Khan, M. A., dan Hijazi, S. T. (2011). Transformational leadership, Employee engagement and Performance: Mediating Effect of Psychological Ownership. *African Journal of Business Management*, 5(17), 7391-7403. doi: 10.5897/AJBM11.126.
- Ghozali, I., dan Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Groselj, M., Cerne, M., Penger, S., dan Grah, B. (2021). Authentic and Transformational leadership and Innovative Work Behaviour: The Moderating Role of Psychological Empowerment. *European Journal of Innovation Management*, 24(3), 677-706. Doi: 10.1108/EJIM.10.2019.0294.
- Hai, S., Wu, K., Park, I. K., Li, Y., Chang, Q., dan Tang, Y. (2020). The Role of Perceived High Performance HR Practices and Transformational leadership on Employee engagement and Citizenship Behaviors. *Journal of Managerial Psychology*, 35(6), 513-526.

-
- Jenkins, R. (2017). 4 (Four) Reason Generation Z Will Be the Most Different Generation. <https://www.inc.com/ryan-jenkins/who-is-generation-z-4-big-ways-they-will-be-different.html>
- Korejan, M.M., dan Shahbazi, H. (2019). An Analysis of The Transformational leadership Theory. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 8(3), 452-461.
- Pearce, C. L., dan Ensley, M.D. (2004). A reciprocal and longitudinal investigation of the innovation process: the central role of shared vision in product and process innovation teams (PPITs). *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 259-278.
- Pinzaru, F., Vatamanescu, E. M., Mitan, A., Savulescu, R., Vitelar, A., Noaghea, C., dan Balan, M. (2016). Millennials at Work: Investigating the Specificity of Generation Y versus Other Generations. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*. 4(2), 173-192.
- Prawira, A., Prasiliwati, S. L., & Eka Avianti Ayuningtyas. (2022). Peran Job Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan Job Demand dan Job Resources Terhadap Work Engagement: The Role of Job Satisfaction as Intervening Variables in The Relationship of Job Demand and Job Resources to Work Engagement. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(01), 69 - 82. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v3i01.430>
- Pukkeeree, P., Nan, K., dan Wongsuwan, N., (2020). Effect of Attainment Value and Positive Thinking as Moderators of Employee engagement and Innovative Work Behaviour. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 6(69), 2-15. doi:10.3390/joitmc603006.
- Ramamoorthy, N., Flood, P. C., Slattery, T., dan Sardesai, R. (2005). Determinants of Innovative Work Behaviour: Development and Test of an Integrated Model. *Creativity and Innovation Management*, 14(2), 142-150.
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., dan Salanova, M. (2006). The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire: A Cross-National Study. *Educational and Psychological Measurement*. 66(4), 701-716. doi: 10.1177/0013164405282471.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wu, T., dan Wu, Y. J. (2019). Innovative work behaviors, Employee Engagement, and Surface Acting a Delineation of Supervisor-Employee Emotional Contagion Effects. *Management Decision*, 57(11), 3200-3216.
- Yadev, M., Choudhary, S., dan Jain, S. (2019). Transformational leadership and Knowledge Sharing Behavior in Freelancers a Moderated Mediation Model With Employee engagement and Social Support. *Journal of Global Operations and Strategic Sourcing*, 12(2), 202-224. doi: 10.1108/JGOSS-08-2017-0030.
- Yuan, F., dan Woodman, R.W. (2010). Innovative Behavior in the Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations. *Academy of Management Journal*. 53, 323- 342.

**Pengaruh Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Perusahaan
(Studi Pada PT. Mitra Pinasthika Mustika Tbk)**

Ana Lailatul Arofiyah¹, Kafidin Muzakki²
Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

Koresponden Penulis : kafidinmuzakki@gmail.com²

ABSTRACT

This study aims to 1.) determine the effect of information technology on the quality of the company's financial statements at PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk. 2.) determine the effect of the accounting information system on the quality of the company's financial statements at PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk. 3.) determine the effect of information technology and accounting information systems on the quality of the company's financial statements at PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk. The research method used in this research is descriptive quantitative method with the help of SPSS (Statistical Program for Social Science) analysis tool. The results of this study indicate that the influence of Information Technology and Accounting Information Systems has a significant influence on the company's financial statements at PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk.

Keywords : *Information Technology; Accounting Information Systems; and Quality of Corporate Financial Statements.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1.) mengetahui pengaruh dari teknologi informasi terhadap kualitas laporan keuangan perusahaan pada PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk. 2.) mengetahui pengaruh dari sistem informasi akuntansi terhadap kualitas laporan keuangan perusahaan pada PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk. 3.) mengetahui pengaruh dari teknologi informasi dan sistem informasi akuntansi terhadap kualitas laporan keuangan perusahaan pada PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan di bantu alat analisis SPSS (*Statistic Program for Social Science*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap laporan keuangan perusahaan Pada PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk.

Kata Kunci : *Teknologi Informasi; Sistem Informasi Akuntansi; Kualitas Laporan Keuangan Perusahaan.*

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi (TI) digunakan untuk mempermudah manusia guna mendapatkan sebuah informasi secara cepat lengkap akurat dan mudah, dan teknologi tersebut digunakan untuk menyimpan, menyusun, memanipulasi, dan mengolah data sehingga berhasil menciptakan suatu informasi yang benar, baik, tepat waktu, serta berkualitas. Pengertian Teknologi Informasi menurut (Suganda, 2021) “Teknologi informasi adalah inovasi dalam pengelolaan dan penyebaran data dengan memanfaatkan software dan hardware, komunikasi, dan perangkat keras terkomputerisasi, dan selanjutnya inovasi data ini merupakan komponen penting dalam kehidupan sehari-hari.”.

Sistem informasi akuntansi didalam suatu perusahaan dipergunakan oleh seseorang yang memiliki kepentingan yang dimana digunakan untuk bahan pertimbangan yang tepat dalam mengambil suatu keputusan dalam perusahaan. “Sistem informasi akuntansi dapat menghasilkan keluaran (*output*) menggunakan data yang dimasukkan dan siklus lain yang digunakan untuk memenuhi target administrasi tertentu” (Rustandi, 2021).

Laporan keuangan perusahaan bisa mencerminkan kondisi financial atau posisi keadaan suatu perusahaan tersebut, apakah kondisi financial perusahaan tersebut baik,, sehat, atau buruk hingga terancam gulung tikar dapat dilihat dari posisi keuangannya. Menurut (Gusherinsya dan Samukri, 2020) “Laporan keuangan adalah struktur yang menyajikan tempat moneter suatu elemen. Kegunaan pokok dari laporan. tersebut untuk keperluan publik yakni menyajikan informasi berkaitan posisi keuangan (*financial position*), arus kas (*cash flow*), serta kinerja keuangan (*financial performance*) dari elemen yang sangat

membantu untuk menentukan pilihan keuangan”.

PT. Mitra Pinasthika Mustika tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan penjualan serta suku cadang untuk kendaraan bermotor merek Honda, dimana penyediaannya mencakup wilayah Jawa Timur dan NTT. Dalam menggapai tujuan dan keinginan jadi distributor penyedia pelayanan teratas PT Mitra Pinasthika Mustika tbk (MPM) menuangkan prosesnya dalam visi serta misi yang akan jadi dasar kuat didalam pengembangannya. MPM juga menginginkan menjadi suatu usaha yang memiliki peran dalam *Corporate Social Responsibilities* untuk kemajuan sosial masyarakat Indonesia agar semakin maju. Salah satu kecanggihan teknologi yang dipergunakan

Efektivitas dalam menggunakan SI/TI akuntansi dapat menciptakan suatu informasi secara real time atau tepat waktu serta akurasi yang terjaga terkait kegiatan yang dapat menunjang keberhasilan suatu perusahaan, pencapaian suatu perusahaan tidak lain di tentukan oleh kecanggihan teknologinya saja namun bisa juga di tentukan dari ketepatan pihak manajemen perusahaan atau para pengguna sistem dalam pengambilan suatu keputusan- keputusan untuk masa depan organisasi dengan mengetahui hasil kualitas laporan keuangan perusahaan. Kualitas laporan keuangan sehat memiliki sebuah gambaran informasi akurat mengenai kondisi keuangan serta kinerja sebuah perusahaan, dimana makin jelas serat tajam gambar yang didapatkan melalui data *financial*, akan menghasilkan informasi yang mencapai kebenaran. Dalam pengembangan sistem informasi akuntansi tak lain bertujuan untuk pemenuhan suatu kebutuhan perusahaan dan mempermudah dalam pemakaian informasi tersebut sehingga bisa

meningkatkan kinerja informasi akuntansi itu sendiri.

Dari hasil dari uraian diatas, dalam laporan ini akan menjelaskan mengenai penelitian tentang SI/TI akuntansi berjudul "Pengaruh teknologi informasi dan sistem informasi akuntansi terhadap kualitas laporan keuangan perusahaan pada PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk"..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang lebih menekan di analisa kedalam tentang fakta dan data yang ada kemudian diangkat di dalam penelitian ini dengan apa adanya tanpa memanipulasi. Tempat yang akan menjadi objek penelitian adalah PT. Mitra Pinasthika Mustika Tbk yang berlokasi di Gedung Lippo Kuningan Lt. 26, DKI Jakarta yang kemudian disebut populasi, dan 30 orang staff karyawan akan digunakan sebagai sampel. Data primer dalam penelitian ini diambil menggunakan metode kuisioner dan wawancara, sedangkan untuk data sekunder adalah laporan keuangan perusahaan MPM yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia melalui <https://www.idx.co.id/id>.

Definisi Operasional Variable Dan Indikator Variabel dala penelitian ini adalah:

I. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah “ Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)” (Sugiyono, 2017). Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

- 1) Teknologi Informasi (X_1)
- 2) Sistem Informasi Akuntansi (X_2)

II. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah “ Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas ” (Sugiyono, 2017) Variabel terikat dalam

penelitian ini adalah Kualitas laporan keuangan perusahaan (Y).

Teknik dan instrument untuk mengumpulkan data yang di gunakan adalah dokumentasi, kuisioner, dan wawancara, serta olah data menggunakan bantuan SPSS (*Statistic Program for Social Scienc*). Uji reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 ” (Gabriel, 2020)..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses ini diuraikan mengenai hasil dari psroses analisis data, dimana sampel yang digunakan adalah 30 staff karyawan MPM. Berdasarkan jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 9 orang atau memiliki persentase sebesar 30%. Di lain sisi jumlah responden perempuan sebanyak 21 orang atau memiliki persentase sebesar 70%. Berdasarkan usia dilihat jumlah responden pemilik rentang usia 19-29 tahun sebanyak 9 orang atau memiliki persentase sebesar 26 %, jumlah responden dengan rentang usia 29-40 tahun sebanyak 15 orang atau memiliki persentase 56 %, dan jumlah responden umur >40 tahun sebanyak 6 orang atau memiliki persentase sebesar 18 %. Berdasarkan tingkat Pendidikan jumlah responden yang tingkat pendidikannya Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 6 orang atau memiliki persentase sebesar 18%, jumlah responden Diploma sebanyak 8 orang atau memiliki persentase sebesar 24% dan jumlah responden Sarjana sebanyak 16 orang atau memiliki persentase sebesar 58%.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov, Asymp.Sig (2-tailed) memiliki nilai sebesar 0,985 nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikan

0.05. maka sebab itu bisa dikatakan data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas.

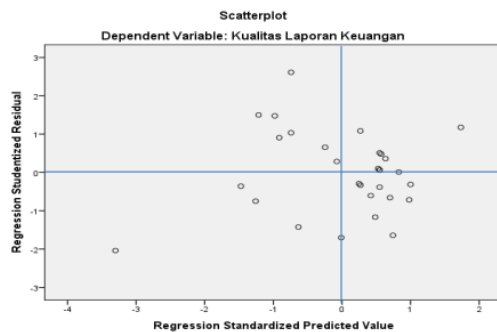
Tabel 1. Hasil Uji Multikolonieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Teknologi Informasi (X1)		1,808
Sistem Informasi (X2)	0,553	1,808

Pada tabel 1 diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel Teknologi Informasi (X1) sebesar 1,808 ($1,808 < 10$) dan variabel Sistem Informasi (X2) sebesar 1,808 ($1,808 < 10$), maka dapat ditarik kesimpulan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Pada gambar *Scatterplot* dibawah dapat dilihat bahwa titik menyebar acak dan tidak ada bentuk sebuah pola tertentu yang terlihat jelas, dan juga menyebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. gambar tersebut berarti. Dari gambar tersebut bisa dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada regresi.



Gambar1. Uji Heteroskedastisitas

4. Uji Autokorelasi

dapat diketahui nilai DW (Durbin-Watson) 1,893 berada diantara (1,55 – 2,46) yang berarti regresi berganda dapat dipergunakan dipenelitian ini karena tidak terkena autokorelasi.

Uji Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis H0

Tabel 2 Hasil Uji f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	463,615	2	231,808	44,373	,000 ^b
	Residual	141,051	27	5,224		
	Total	604,667	29			

Dari tabel 2 bisa dilihat nilai Fhitung sebesar 44,373 dan Ftabel sebesar 3,35 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$). Oleh sebab itu bisa di tarik kesimpulan jika SI/TI akuntansi berpengaruh positif terhadap kualitas laporan keuangan, maka dari hasil tersebut bisa dinyatakan bahwa Hipotesis tidak diterima, yang memiliki arti tidak terbukti SI/TI akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap laporan keuangan.

1. Pengujian Hipotesis H1

Tabel 3 Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coeffie cients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,272	4,421		2,324	0,028
1	Teknologi Informasi	0,602	0,1	5,135	0
	Sistem Informasi Akuntansi	0,258	0,1	2,441	0,021

Pada tabel 3 dapat di lihat hasil uji-t variabel teknologi informasi atau Thitung sebesar 5,135 dan Ttabel sebesar 2,05183 ($T_{hitung} > T_{tabel}$) dengan signifikansi 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$). Oleh sebab itu bisa disimpulkan bahwa Hipotesis diterima, yang memiliki artian Teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap Kualitas laporan keuangan perusahaan.

1. Pengujian Hipotesis H2

Pada tabel 3 bisa dilihat nilai t-hitung sitem informasi akuntansi atau Thitung sebesar 2,411 dan Ttabel sebesar 2,05183 (Thitung > Ttabel) dengan nilai signifikansi sebesar 0,021 sehingga ($0,021 < 0,05$). Oleh sebab itu bisa di simpulkan bahwa hipotesis tersebut dapat diterima yang memiliki arti Sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap Kualitas laporan keuangan perusahaan.

2. Pengujian Hipotesis H3

Nilai uji f dapat ketahui pada table 4.9 diatas bisa dilihat nilai f-hitung sebesar 44,373 dan Ftabel sebesar 3,35 (Fhitung > Ftabel) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$). Oleh sebab itu bisa disimpulkan jika hipotesis H3 diterima yang memiliki artian Teknologi informasi dan Sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap Kualitas laporan keuangan perusahaan.

Analisis Regresi Linier Berganda model regresinya dari keempat variabel, yaitu:

$$Y = 10,272 + 0,602X_1 + 0,258X_2 + e$$

Koefisien regresi memiliki hasil persamaan yang dapat di jelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 10,272. Maka dari persamaan ini menunjukkan apabila nilai variabel bebas sama dengan 0.
- Koefisien regresi variabel teknologi informasi (X_1) sebesar 0,602 menggambarkan pengaruh besar variabel teknologi informasi (X_1) terhadap variabel kualitas laporan keuangan (Y).
- Koefisien regresi variabel sistem informasi akuntansi (X_2) sebesar 0,258. variabel sistem informasi akuntansi (X_2) menunjukkan pengaruh besar terhadap variabel kualitas laporan keuangan (Y).

d) Koefisien korelasi (R) memperlihatkan besar kecilnya hubungan diantara variabel TI (X_1) dan SI akuntansi (X_2) terhadap kualitas laporan keuangan (Y).

e) Koefisien determinasi (Rsquare) sebesar 0,767.

Hasil analisis pada hipotesis H0 yang berbunyi “SI/TI akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap laporan keuangan”. uji-f dipergunakan untuk menguji hipotesis ini, dengan maksud untuk mengetahui hubungan secara simultan. Hasil yang didapat dari pengujian nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$). Oleh karena itu dapat di tunjukkan apabila pemanfaatan teknologi yang diterapkan makin baik akan berpengaruh pada kualitas laporan keuangan yang hasilnya makin baik dan berkualitas. Sama halnya jika SI akuntansi diterapkan dengan benar dann baik maka kualitas laporan keuangan perusahaan dapat meningkat.

Uji hipotesis H1 yang berbunyi “TI memiliki pengaruh signifikan pada kualitas laporan keuangan perusahaan. Untuk melihat hubungan secara parsial dalam laporan penelitian ini uji hipotesis menggunakan uji t. untuk mendapat hasil dengan nilai signifikansi 0,000 hingga ($0,000 < 0,05$) yang artinya hasil hipotesis terbukti bahwa hipotesis dapat diterima dan dibuktikan kebenarannya, dengan artian terbukti TI berpengaruh signifikan pada kualitas laporan keuangan perusahaan. Oleh karena itu pemanfaatan teknologi informasi ternyata menentukan kualitas pelaporan keuangan pada perusahaan. Dinyatakan bahwa PT Mitra Pinasthika Mustika sudah mampu memanfaatkan teknologi informasi dalam memberikan dukungan untuk menyajikan laporan keuangan yang dapat melengkapi karakter kualitatif. Sehingga pelaporan keuangan perusahaan melengkapi tiap karakter, masih memerlukan

pengoptimalan dalam memanfaatkan TI yang nantinya dapat meningkatkan suatu proses kerja serta jaringan sistem informasi manajemen yang baik agar perusahaan saling bekerja secara bersamaan dengan menyederhanakan akses antar unit kerja.

Selanjutnya uji hipotesis H2 yang berbunyi “SI akuntansi berpengaruh signifikan pada kualitas laporan keuangan perusahaan. Uji t di pergunakan untuk melihat hubungan secara parsial dalam pengujian hipotesisi tersebut. Hasil diporeleh nilai signifikan sebesar 0,021 hingga ($0,021 < 0,05$). Diketahui jika hipotesis bisa terbukti serta diterima kebenarannya, yang memiliki artian SI akuntansi memiliki pengaruh signifikan pada kualitas laporan keuangan perusahaan. Maka dari itu bisa dikatakan penyebab dari terbentuknya kualitas laporan keuangan yang sempurna karena PT Mitra Pinasthika Mustika pengguna sistem informasi akuntansi dalam laporan keuangannya. Sistem informasi akuntansi membantu para PT Mitra Pinasthika Mustika dalam pengendaliann biaya operasional (BOP) terkait penetapan harga barang dan penjualan, pada biaya yang digelontorkan dalam memperoleh hasil barang tersebut serta peningkatan kualitas guna mengambil keputusan dengan maksud untuk peningkatan laba usaha. Kemudian hasil analisis hipotesis H3 SI/TI akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kualitas laporan keuangan perusahaan untuk melihat hubungan secara bersamaan, dalam penelitian ini uji hipotesis menggunakan uji t, nilai signifikan sebesar 0,000 hingga ($0,000 < 0,05$) merupakan hasil nilai yang telah di dapatkan. Oleh karena itu hipotesis ini suah terbukti dan juga dapat diterima kebenarannya, yang memiliki artian terbukti SI/TI akuntansi memiliki pengaruh signifikan pada kualitas

laporan keuangan perusahaan. disebabkan PT Mitra Pinasthika Mustika mampu memanfaatkan TI dalam mendukung sajian laporan keuangan dalam pemenuhan karakteristik kualitatif, begitu juga penggunaan sistem informasi akuntansi membantu para PT Mitra Pinasthika Mustika dalam pengendalian BOP terhadap ketetapan harga barang dan penjualan, terhadap biaya yang digelontorkan dalam mendapatkan peningkatan hasil produksi serta peningkatan dalam mengambil keputusan usaha.

Penelitian ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh James A’OBrien dalam penelitian Fitriana (2021) menyatakan bahwa “SI/TI adalah kesatuan teratur apapun dari SDM, hardware, software, jaringan komunikasi, dan sumber daya data yang dikumpullkan, dikelola, dan disebar dalam organisasi” (Agustina, 2020).

KESIMPULAN

kesimpulan pada penelitian ini adalah:

- 1) TI memiliki pengaruh signifikan pada kualitas laporan keuangan perusahaan. Nilai yang didapat diporeleh hasil dengan signifikansi 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$) yang artinya hipotesis dapat dibuktikan, diterima dan terbukti kebenarannya.
- 2) SI akuntansi memiliki pengaruh signifikan pada kualitas laporan keuangan perusahaan. Diporeleh nilai hasil signifikansi sebesar 0,021 sehingga ($0,021 < 0,05$). maka hipotesis dapat dibuktikan jika hipotesis ini diterima dan terbukti kebenarannya.
- 3) SI/TI akuntansi berpengaruh signifikan pada kualitas laporan keuangan perusahaan. Dibantu penggunaan uji-f yang ditujukan dalam mengetahui hubungan secara simultan dari hipotesis, hasil yang di dapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga ($0,000 < 0,05$). maka hipotesis dapat dibuktikan jika

hipotesis ini dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, F., & Sari, D. P. P. (2020, October). Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, Partisipasi Manajemen, Pengetahuan Manajer, Pelatihan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Efektifitas Sistem Informasi Akuntansi. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 35-48).
- Ardi, B. K. (2013). Pengaruh kemajuan teknologi informasi terhadap perkembangan sistem informasi akuntansi. *Jurnal EkonomiNo*, 38.
- Ernawati, F. Y., & Budiyono, R. (2019). Pengaruh kompetensi sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi informasi dan sistem pengendalian intern terhadap kualitas laporan keuangan rumah sakit umum di kabupaten blora. *MALA'BI: Jurnal Manajemen Ekonomi STIE Yapman Majene*, 1(2), 80-85.
- Gusherinsya, R., & Samukri, S. (2020). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 58-68.
- Lestari, N. L. W. T., & Dewi, N. N. S. R.T. (2020). Pengaruh pemahaman akuntansi, pemanfaatan sistem informasi akuntansi dan sistem pengendalian intern terhadap kualitas laporan keuangan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 170-178.
- Marina, N. K. D., & Wati, N. W. A. E. (2021). Penggunaan Teknologi Informasi Memoderasi pengaruh *Locus Of Control* Dan Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan. *Hita Akuntansi dan Keuangan*, 2(2), 141-167.
- Nengsy, H. (2018). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Penggunaan Teknologi Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Manajerial pada Perbankan di Tembilahan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1).
- Nurdin, M. A. (2020). Pengaruh Kecanggihan teknologi Informasi Dan Partisipasi Manajemen Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Menurut Perspektif Ekonomi Islam (*Studi Pada Kopkar Dwi Karya PT, Great Giant Food, Lampung Tengah*) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Pardani, K. K., & Damayanthi, I. G. A. E. (2017). Pengaruh pemanfaatan teknologi, partisipasi pemakai, manajemen puncak dan kemampuan pemakai terhadap efektivitas sistem informasi akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(3), 2234-2261.
- Prasica, J., Kharlina, R., & Yunita, C. (2012). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Keuangan Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Koperasi Lister PT. PLN (Persero) Kota Palembang.
- Ramachrisna P, G. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Kecanggihan Teknologi Informasi dan Kualitas Sistem Informasi terhadap Kualitas Informasi Akuntansi* (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara).
- Rosdianti, S. (2018). Pengaruh Teknologi Informasi dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Sistem

- Informasi Akuntansi Manajemen Pada Bank Central Asia. *Jasa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 2(3), 65-72.
- Rustandi, Y. S. (2021). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Survey Pada Pabrik Tekstil Yang Berada Di Kota Bandung). *Jurnal Al Amar Vol*, 2(1).
- Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. CV Alfabeta. Bandung.
- Suganda, U. (2021). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(1), 1596-1615.
- Suprihatin, N. S., & Ananthi, A. A. (2019). Pengaruh Penerapan Standar Akuntansi Pemerintah Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 12(2), 242-252.
- Suratini, N. P. E., Sinarwati, N. K., Atmadja, A. T., & SE, A. (2015). Pengaruh efektivitas sistem informasi akuntansi dan penggunaan teknologi informasi akuntansi terhadap kinerja individual pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Singaraja. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha)*, 3(1).

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Suku Bunga, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Program Studi Akuntansi)

Nurdina¹, R Yudi Sidharta², Aisyah Devi Irawati³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,3}
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya²

Koresponden Penulis: nurdina@unipasby.ac.id

ABSTRACT (Bahasa Inggris)

This study attempts to ascertain (1) How shopee paylater loan decisions are influenced by perceptions of ease of use, (2) The influence of interest rate perception on loan making decisions at shopee paylater, (3) The influence of risk perception on loan making decisions at shopee paylater, (4) The influence of shopee paylater convenience perception, interest rate perception, and risk perception on loan taking decisions at shopee paylater. Quantitative approaches are employed in this study. Purposive sampling, or sampling based on predetermined criteria, was used in this investigation. One hundred students from the Accounting Study Programme at PGRI Adi Buana University Surabaya, Class of 2020, served as the study's sample. Validity and reliability tests have been conducted on the questionnaires used in data collection techniques. Multiple linear regression is the data analysis approach utilised to address the hypothesis. The study's findings indicate that the decision to take out a Shopee Paylater loan is significantly influenced in a positive way by the perceptions of risk, interest rates, and convenience of usage.

Keywords

: Perception of Ease of Use; Perception of Interest Rates; Perception of Risk; Decision of Loan Making.

ABSTRAK (Bahasa Indonesia)

Penelitian ini berguna agar menemukan (1) Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada keputusan pengambilan pinjaman di *shopee paylater*, (2) Pengaruh persepsi suku bunga terhadap keputusan pengambilan pinjaman di *shopee paylater*, (3) Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pengambilan pinjaman di *shopee paylater*, (4) Pengaruh persepsi kemudahan *shopee paylater*, persepsi suku bunga, serta pandangan risiko pada keputusan pengambilan pinjaman pada *shopee paylater*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini memakai teknik purposive sampling maupun pengambilan sampel dari karakteristik khusus. Sampel pada penelitian ini terbagi atas 100 orang Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Program Studi Akuntansi Angkatan 2020. Teknik pengumpulan data memakai kuesioner yang sudah diuji validitas serta realibilitasnya. Teknik analisis data yang dipakai agar merespons hipotesis seperti regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan jika Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi suku bunga serta persepsi risiko berdampak signifikan positif pada keputusan pengambilan pinjaman *Shopee Paylater*.

Kata Kunci :Persepsi Kemudahan penggunaan; Persepsi Suku bunga; Persepsi Risiko; Keputusan Pengambilan Pinjaman

PENDAHULUAN

Di Indonesia, ada banyak *Marketplace* yang populer, dan salah satunya yang banyak digemari oleh masyarakat adalah *Shopee*. *Shopee* tidak hanya menawarkan berbagai produk, tetapi juga menyediakan berbagai layanan, termasuk *Shopee Paylater*. *Shopee Paylater* merupakan opsi pembayaran yang disediakan oleh PT. Commerce Finance dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Fitur ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi, memungkinkan mereka untuk membeli barang terlebih dahulu sebelum melakukan pembayaran., selanjutnya pengguna dapat membayarnya dibulan berikutnya atau juga dapat membayarnya dengan cicilan di setiap bulan.

Dalam penelitian ini, peneliti memakai teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang mana pemakaian

TAM lebih mudah dalam mengaplikasikannya dan dapat disimpulkan bahwa *TAM* merupakan model yang sederhana tetapi valid (Jogiyanto, 2022). Beberapa gagasan yang disampaikan dalam teori *TAM (Technology Acceptance Model)* dapat memberikan dampak signifikan terhadap minat seseorang dalam menggunakan teknologi baru (Jagantari dan Ketut, 2018).

Persepsi Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai seberapa jauh orang berpikir teknologi informasi gampang dipakai serta belum menginginkan berbagai usaha oleh pihak pengguna (Panjalu dan Mirati, 2022). Banyak upaya yang dilakukan dalam penggunaan teknologi dari orang ke orang, tetapi secara umum, layanan ini harus mudah diterapkan oleh pengguna untuk menghindari penolakan pada

masyarakat terhadap layanan yang sedang dikembangkan.

Persepsi suku bunga merupakan cara seseorang untuk memahami dan memberikan makna terhadap informasi terkait suku bunga (Prajogo dan Rusno, 2022). Ketika seseorang mempertimbangkan menggunakan layanan pinjaman kredit, salah satu faktor yang sering dipertimbangkan adalah perbedaan tingkat suku bunga antar platform. Oleh karena itu, tingkat suku bunga pada fitur *Shopee PayLater* dianggap sebagai pertimbangan penting bagi masyarakat dalam memanfaatkan fitur tersebut.

Persepsi risiko merupakan tolak ukur manfaat serta kelancaran yang dirasakan seseorang sebelum membeli barang maupun jasa sesuai tujuan pembeli (Jayantari dan Seminari, 2018). Risiko berperan penting dalam mengurangi minat pengguna dalam bertransaksi melalui media elektronik sehingga kemungkinan risiko akan mempengaruhi minat pengguna saat memakai barang teknologi informasi (Yogananda dan Dirgantara, 2017).

Keputusan Pengambilan Pinjaman adalah proses yang memerlukan pemikiran matang dan pertimbangan hati-hati sebelum seseorang mengambil pinjaman (Utami, 2020). Keputusan peminjaman dilakukan oleh masyarakat untuk memecahkan masalah dalam bidang ekonomi. Untuk dapat memutuskan mengambil kredit atau pinjaman, tentunya masyarakat akan mempertimbangkan beberapa faktor yang akan digunakan sebagai sumber dana.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menguji Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi suku bunga, Persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman *Shopee Paylater* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Program Studi Akuntansi 2020 dengan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer seperti dengan menyebar kuesioner secara online melalui media sosial. Populasi penelitian ini yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Akuntansi 2020 berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dari peneliti saat melakukan penelitian ini termasuk *purposive sampling* sesuai karakteristik responden yang telah ditentukan oleh peneliti.

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)			
Item 1	0,765	0,201	Valid
Item 2	0,666	0,201	Valid
Item 3	0,704	0,201	Valid
Item 4	0,756	0,201	Valid
Item 5	0,694	0,201	Valid
Item 6	0,732	0,201	Valid
Persepsi Suku Bunga (X2)			
Item 1	0,682	0,201	Valid
Item 2	0,658	0,201	Valid
Item 3	0,656	0,201	Valid
Item 4	0,655	0,201	Valid
Item 5	0,712	0,201	Valid
Item 6	0,719	0,201	Valid
Persepsi Risiko (X3)			
Item 1	0,778	0,201	Valid
Item 2	0,742	0,201	Valid
Item 3	0,714	0,201	Valid
Item 4	0,733	0,201	Valid
Item 5	0,803	0,201	Valid
Item 6	0,790	0,201	Valid
Keputusan Pengambilan Pinjaman (Y)			
Item 1	0,686	0,201	Valid
Item 2	0,720	0,201	Valid
Item 3	0,678	0,201	Valid
Item 4	0,662	0,201	Valid
Item 5	0,788	0,201	Valid
Item 6	0,691	0,201	Valid

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Sumber : Data diolah

Atas tabel sebelumnya, bisa diperhatikan jika r hitung masing-masing item atas semua variabel memperoleh nilai yang semakin besar dari 0,201. Dengan demikian keseluruhan variabel dinyatakan valid dipakai menjadi alat ukur variabel.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai α Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,814	0,60	Reliabel
Persepsi Suku Bunga	0,766	0,60	Reliabel
Persepsi Risiko	0,853	0,60	Reliabel
Keputusan Pengambilan Pinjaman	0,796	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah

Atas tabel sebelumnya, nilai α cronbach dari variabel Persepsi Kemudahan pemakaian sebesar $0,814 > 0,60$, variabel Persepsi Suku Bunga sebesar $0,766 > 0,60$, variabel Persepsi Risiko sebesar $0,853 > 0,60$, dan variabel Keputusan Pengambilan Pinjaman sebesar $0,796 > 0,60$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel dapat dikatakan reliabel. Dengan demikian seluruh pertanyaan pada setiap indikator variabel layak dilanjutkan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.69432346
	Absolute	.059
	Positive	.036
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.586
Asymp. Sig. (2-tailed)		.883

Sumber : : Output SPSS

Atas output SPSS pada tabel diatas, ditemukan nilai signifikan sebesar 0,883. Karena nilai signifikan $0,883 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan residual berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Variabel	Hasil		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,653	1,532	Bebas Multikolinearitas
Persepsi Suku Bunga	0,638	1,568	Bebas Multikolinearitas
Persepsi Risiko	0,826	1,211	Bebas Multikolinearitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas, pada bagian *collinearity statistic* menunjukkan nilai tolerance pada semua variabel semakin besar dari 0,1 dan nilai VIF semua variabel lebih kecil dari 10. Sehingga merujuk untuk dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas bisa disimpulkan belum mengalami ciri multikolinieritas atau bebas multikolinearitas pada model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Hasil Signifikan	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,930	Bebas Heteroskedastisitas
Persepsi Suku Bunga	0,951	Bebas Heteroskedastisitas
Persepsi Risiko	0,523	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : : Output SPSS

Hasil uji heteroskedastisitas lewat tabel sebelumnya, memaparkan jika nilai signifikan dari ketiga variabel diatas lebih dari 0,05, sehingga bisa disimpulkan jika dalam model regresi belum terjadi heteroskedastisitas antar variabel independen atau bebas heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Hasil	
	B	Std. Error
(Constant)	0,291	2,146
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,356	0,78
Persepsi Suku Bunga	0,388	0,81
Persepsi Risiko	0,244	0,65

Sumber : : Output SPSS

Atas hasil pada tabel sebelumnya, ditemukan persamaan regresi linear berganda seperti:

$$Y = 0,291 + 0,356X_1 + 0,388X_2 + 0,244X_3$$

Atas hasil persamaan diatas, bisa dipaparkan seperti

1. Nilai konstanta sebesar 0,291 dan bertanda positif. Artinya tanpa melihat persepsi kemudahan penggunaan, pandangan suku bunga serta pandangan risiko maka diperkirakan keputusan pengambilan pinjaman akan mengalami kenaikan sebesar 0,291.
2. Variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,356 dan bertanda positif, Artinya per pergantian satu satuan untuk persepsi kemudahan penggunaan pada asumsi variabel lainnya tetap, sehingga keputusan pengambilan pinjaman nanti memperoleh kenaikan sebesar 0,356 pada arah yang sama.
3. Variabel persepsi suku bunga sebesar 0,388 serta bertanda baik hal tersebut maknanya semua pergantian satu satuan untuk persepsi suku bunga pada asumsi variabel lainnya tetap, sehingga keputusan pengambilan

pinjaman nanti memperoleh kenaikan sebesar 0,388 pada arah yang sama.

4. Variabel persepsi risiko sebesar 0,244 serta bertanda baik hal ini Artinya per pergantian satu satuan untuk persepsi risiko pada asumsi variabel lainnya tetap, sehingga keputusan pengambilan pinjaman nanti memperoleh kenaikan sebesar 0,244 pada arah yang sama.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tabel 4.7 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	Thitung	Sig.
Persepsi Kemudahan penggunaan	4,552	0,000
Persepsi Suku bunga	4,814	0,000
Persepsi Risiko	3,774	0,000

Sumber : Output Spss

Uji t (Parsial) dipakai agar menemukan sejauh mana dampak variabel dependen dengan individual saat memaparkan independen (variabel bebas). Pengujian hasil dibuat melalui nilai sig < 0,05 yang maknanya variabel independen dengan parsial memperoleh dampak signifikan pada variabel dependen.

b. Uji F (Simultan)

Tabel 4.8 : Hasil Uji F (Simultan)

Variabel	F	Sig.
(Constant)	53,285	0,000 ^b

Sumber : Data diolah

Atas hasil output SPSS lewat Tabel 4.8, ditemukan nilai F-tabel sebesar 53,285, serta nilai signifikan 0,000 ($0,000 < 0,05$). Melalui hal tersebut hipotesis keempat atau H_4 disetujui yang artinya persepsi kemudahan penggunaan, persepsi suku bunga dan persepsi risiko berdampak

simultan pada keputusan pengambilan pinjaman *Shopee Paylater*.

5. Koefisien Determinasi

Tabel 4.9. Hasil Koefisien Determinasi

Variabel	R	R Square
1	0,790 ^a	0,625

Sumber : Data diolah

Dilihat lewat Tabel 4.9, ditemukan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,625. Hal ini bisa dimaknai jika variabel Keputusan pengambilan pinjaman di pengaruhi dari variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi suku bunga serta persepsi risiko sebesar 0,625 atau 63% dan sisanya ($100-63=37\%$) dipengaruhi dari variabel lain yang belum dimasukkan pada model maupun variabel yang belum diteliti.

Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_1) Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman (Y)

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pinjaman melalui *Shopee Paylater*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Davis (2018), karena saat ini konsumen telah mulai mempercayai dan memahami bagaimana sistem paylater berfungsi, serta manfaat yang dapat diperoleh dengan cara yang sangat mudah dan fleksibel. Pengguna dapat dengan mudah mengaplikasikan fitur ini kapan pun dan di mana pun, memungkinkan mereka untuk mendapatkan barang yang diinginkan terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari. Persepsi kemudahan

penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang menganggap bahwa teknologi informasi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang berlebihan dari pihak pengguna (Prajogo dan Rusno, 2022). kemudahan yang dimaksud yaitu seperti kemudahan dalam mengakses aplikasi *Shopee Paylater*, Informasi yang didapatkan dalam fitur *Shopee Paylater* jelas dan akurat. Dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin mudahnya penggunaan fitur aplikasi tersebut cenderung dapat meningkatkan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Pengaruh Suku bunga (X_2) Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman (Y)

Hasil atas penelitian ini memaparkan jika Persepsi Suku bunga berdampak baik serta signifikan pada keputusan pengambilan pinjaman *Shopee Paylater*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dibuat dari (Jayantari dan Ketut, 2018), Semakin sesuai suku bunga yang dipersepsikan, maka semakin meningkatkan keputusan konsumen dalam menggunakan metode *Shopee Paylater*. Persepsi suku bunga merupakan cara seseorang untuk memahami dan memberikan makna terhadap informasi terkait suku bunga (Davis, 2018). Perhitungan yang berbeda dan variasi tingkat suku bunga pinjaman antar *platform* menjadi faktor pertimbangan bagi seseorang ketika mereka memutuskan untuk memanfaatkan layanan pinjaman online.

Pengaruh Persepsi Risiko (X₃) Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman (Y)

Hasil dari penelitian ini memaparkan jika Persepsi risiko berdampak positif dan signifikan pada keputusan pengambilan pinjaman *Shopee Paylater*. Hal ini mengikuti penelitian yang dibuat dari (Adella dan Sijabar, 2021) bahwa pandangan risiko berdampak pada keputusan pengambilan pinjaman *Shopee Paylater*. Saat hal ini pembeli tidak akan membuat keputusan disebabkan berbagai risiko yang ditemukan melalui *Shopee Paylater*. Persepsi risiko merupakan tolak ukur manfaat serta kemudahan yang dirasakan seseorang sebelum membeli barang maupun jasa sesuai tujuan pembeli (Utami, 2020). Risiko yang sering muncul pada saat menggunakan pinjaman online yaitu seperti adanya biaya tambahan jika tidak membayar tepat waktu, keamanan data pribadi pengguna disalahgunakan untuk tujuan lain, tidak ada jaminan bila mengalami kerusakan barang maupun produk yang dibeli belum cocok. Risiko tersebut dapat digunakan sebagai pertimbangan individu saat mengambil keputusan agar memakai sebuah layanan pinjaman *online*.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (X₁), Persepsi Suku Bunga (X₂), dan Persepsi Risiko (X₃) Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman (Y)

Hasil penelitian memaparkan jika persepsi kemudahan penggunaan, persepsi suku bunga serta persepsi risiko secara simultan berdampak pada

keputusan pengambilan pinjaman *Shopee Paylater*. Hal tersebut mendukung penelitian Adella dan Sijabar (2021), semakin bertambahnya pemahaman dan pengetahuan mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi suku bunga serta persepsi risiko, semakin meningkatnya keputusan seseorang dalam pengambilan pinjaman *online* di *Shopee Paylater*.

KESIMPULAN / CONCLUSSION

Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi suku bunga, serta persepsi risiko berdampak positif dan signifikan pada keputusan pengambilan pinjaman *Shopee Paylater*. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi suku bunga dan persepsi risiko berpengaruh simultan pada keputusan pengambilan pinjaman *Shopee Paylater*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adella, & Sijabar, R. (2021). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Konsumen Pada Penggunaan Kartu Kredit Cimb Niaga. *Jurnal Transaksi*, 13(1), 116–133.
- Davis. (2018). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use And user Acceptance of informantion Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari. Ni Ketut. (2018). Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia Kemajuan teknologi informasi dapat dilihat dari perkembangan internet di

-
- seluruh belahan dunia . Masyarakat saat ini cender. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(5), 2621–2651.
- Jogiyanto. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Manfaat ,Resiko, dan Kepercayaan dalam Menggunakan E-Wallet di yogyakarta. *8.5.2017*, 2003–2005.
- Panjalu, D. A., & Mirati, E. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee. *Prosiding SNAM PNJ*.
- Prajogo U., & Rusno, R. (2022). Perceived Risk of Interest in Making Online Loans with Ease of Use as a Moderating Variable. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 22–32.
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93. <http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/694%0Ahttp://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/download/694/265>
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 116–122. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17947>

Model Strategi Bisnis UMKM Tembakau di Jawa Timur Berdasarkan Jiwa Entrepreneurship dan Faktor Eksternal Perusahaan

Reza Tianto¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hayam Wuruk Perbanas¹

Koresponden Penulis: reza.tianto@perbanas.ac.id

ABSTRACT

Indonesia has 28.6% of cigarette consumers from the total population of Indonesia. So that cigarettes become a commodity that contributes to state revenue and on the other hand has a negative impact on public health. To reduce the negative impact of cigarettes, the Indonesian government increases cigarette excise and taxes so that the price of cigarettes per pack increases. With the price of cigarettes continuing to rise so that people's purchasing power decreases, this causes the entire cigarette industry supply chain to decline slowly. One of the government's policies in improving the economy is to plan a people's economy, a people's economy, which is based on the people's creative ideas in developing an economy supported by the state from the concept of a people's economy, the cigarette industry can be run on an MSME scale. This study aims to analyze the influence of Entrepreneur Orientation and External Influence on Business Strategy in the tobacco commodity business. The results of data collection were analyzed using the Pearson correlation method and linear regression analysis. The results of the study show that Business Strategy is influenced by Entrepreneur Orientation and External Influence. Entrepreneur Orientation and External Influence must be honed and continuously improved in order to have a significant impact on the strength of the tobacco business strategy.

Keywords : Entrepreneur Orientation; External Influence; Business Strategy, Tobacco SMEs

ABSTRAK

Indonesia memiliki konsumen rokok sebesar 28,6% dari jumlah populasi masyarakat Indonesia. Sehingga rokok menjadi komoditi penyumbang pendapatan negara dan disisi lain memiliki dampak tidak baik untuk kesehatan masyarakat. Untuk menekan dampak buruk rokok pemerintah Indonesia meningkatkan cukai dan pajak rokok sehingga harga rokok perbungkus menjadi naik. Dengan harga rokok terus naik sehingga daya beli masyarakat menurun ini menyebabkan seluruh rantai pasok industri rokok turun secara perlahan. Kebijakan pemerintah dalam meningkatkan ekonomi salah satunya adalah mencanakan ekonomi kerakyatan ekonomi kerakyatan yaitu berangkat dari ide-ide kreatif rakyat dalam mengembangkan perekonomian yang didukung oleh negara dari konsep ekonomi kerakyatan industri rokok dapat dijalankan dalam skala UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Orientasi Enterpreneur dan Pengaruh Luar Perusahaan terhadap Strategi Bisnis dalam usaha komoditas tembakau. Hasil analisis dengan metode korelasi Pearson dan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis data pada penelitian ini bahwa Strategi Bisnis dipengaruhi oleh orientasi enterpreneur dan Pengaruh

Luar Perusahaan. Orientasi Entrepreneur dan Pengaruh Luar Perusahaan harus diasah dan terus ditingkatkan agar berdampak signifikan terhadap kekuatan strategi bisnis tembakau yang inovatif.

Kata Kunci : Orientasi *Entrepreneur*; Pengaruh Luar Perusahaan; Strategi Bisnis, UMKM Tembakau

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM berdasarkan perekonomian kerakyatan merupakan salah satu sektor perekonomian yang sangat diandalkan, karena UMKM perekonomian kerakyatan terbukti menjadi penopang ketika terjadi suatu krisis ekonomi pada suatu negara. Data BPS menunjukkan kontribusi sektor pertanian pada tahun 2022 pada triwulan II mengalami pertumbuhan positif sebesar 1,37% dibandingkan tahun sebelumnya dan memberikan kontribusi sebesar 12,98% terhadap perekonomian nasional. Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor, diantaranya sektor tanaman pangan, sektor perkebunan, sektor kehutanan, sektor perikanan, dan sektor peternakan. Pada sektor tanaman pangan, Tembakau mempunyai integrasi yang cukup kuat. Bahkan Tembakau merupakan komoditas utama industri rokok di Indonesia, kemudian Cengkeh yang mempunyai peran strategis dalam bidang komoditas pertanian dan pertanian pertumbuhan ekonomi.

Penyediaan bahan baku industri bahan telah memberikan kontribusi terhadap pengembangan komoditas ini. peningkatan pendapatan dan perekonomian daerah juga dapat tercapai apabila tembakau dikelola secara khusus melalui peningkatan produksi rokok ekonomi kerakyatan (Kramer, Ahsan, & Rees, 2023).

Indonesia adalah negara agraris. Pulau Jawa merupakan sentra penghasil Tembakau nasional di provinsi Pertama Indonesia yang

memiliki lahan dan berkontribusi besar dalam memproduksi tembakau. Pada tahun 2020 Jawa Timur merupakan provinsi penghasil tembakau terbesar di Indonesia. Pada tahun 2022, Jawa Timur memproduksi tembakau sebanyak 100.600 ton, atau sekitar 45% dari total produksi tembakau nasional. Produksi tembakau di Pulau Jawa tergolong tinggi karena sarana dan prasarannya lengkap. Selain itu, beberapa industri di Pulau Jawa berperan sebagai penyerap Tembakau sebagai bahan baku komoditi rokok dalam negeri maupun mancanegara (Eaton & Kilby, 2015).

Tembakau sendiri merupakan suatu produk yang memiliki fungsi yang penting pada perekonomian Negara Indonesia, begitupun dengan pendapatan yang dimiliki merupakan salah satu sumber pendapatan para petani tembakau dan juga tingginya penyerapan pada tenaga kerja. Mulai dari pengolahan sampai ke pabrik rokok dan juga pendapatan oleh negara berasal dari cukai dan ekspor. Pada Tahun 2020, Indonesia sedang mengalami pandemi Covid-19 dan pada saat itu cukai sangat tinggi hingga 23% (Indriyati, 2013).

Dengan sumber daya alam disektor komoditi tembakau yang besar peluang untuk membuka usaha dalam sektor tersebut sangat luas, dengan pasar yang sudah terbentuk mempermudah pelaku usaha menjalankan bisnisnya. Membangun kewirausahaan disektor tembakau dan rokok bercukai rendah dengan dasar ekonomi kerakyatan yang didukung oleh pemerintah. Kualitas kewirausahaan akan mendorong pengusaha untuk tumbuh dan berkembang secara konsisten dalam kondisi lingkungan dengan

strategi yang tepat agar mencapai kinerja yang terbaik. Ada dua kondisi utama yang dapat mendorong UMKM untuk dapat bersaing menurut (Ahmad et al., 2017) yaitu :

1. Pertama, lingkungan internal UMKM harus ditingkatkan, misalnya dalam hal kualitas sumber daya manusia khususnya kewirausahaan, kemahiran teknologi dan informasi, struktur organisasi, sistem manajemen, budaya perusahaan, kekuatan permodalan, dan jaringan bisnis eksternal
2. kedua Menciptakan pengaruh eksternal yang menguntungkan bagi perusahaan: Kebijakan pemerintah, aspek hukum, kondisi pasar yang kompetitif, kondisi ekonomi, sosial dan kemasyarakatan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan perubahan ekonomi global

Penelitian yang dilakukan oleh (Shan, Song, & Ju, 2016) menyatakan Pentingnya Orientasi entrepreneur telah banyak diteliti oleh para peneliti dan pemerhati Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat berkembang apabila usahanya tersebut konsisten dari inti bisnisnya. Dari perspektif teori konsistensi, tipe organisasi yang konsisten dengan kualitas kepemimpinan akan berkinerja lebih baik. Karakteristik manajerial ini mencerminkan strategi masing-masing perusahaan berdasarkan keputusan yang diambil. Pengertian strategi sendiri merupakan penafsiran misi kepemimpinan organisasi yang telah dirancang oleh para perencana untuk dijalankan oleh para pelaksana.

Ruang lingkup kewirausahaan mencakup dua aspek yaitu lingkungan internal dan luar (du Plessis, Phasinsaksith, & Sukumaran, 2014), menyatakan bahwa salah satu faktor dalam pengelolaan kegiatan bisnis adalah lingkungan sekitar kegiatan berbisnis. Beberapa peneliti menemukan adanya

keterkaitan antara Orientasi entrepreneur, Pengaruh luar perusahaan, dan strategi perusahaan. Sebagaimana yang dikemukakan oleh (Hutahayan, 2019), efektivitas strategi dapat dilihat dengan memahami lingkungan perusahaan dan bahwa aktivitas perusahaan sangat erat kaitannya dengan pemantauan lingkungan, kondisi lingkungan usaha, dan strategi berkompetisi.

Orientasi Entrepreneur

Orientasi *Entrepreneur* dapat diartikan sebagai sikap seseorang dengan kecerdasan atau bakat untuk menemukan hal baru, menetapkan metode produksi yang baik, mengatur pembelian produk secara efisien, serta mengatur modal kerja dan pemasaran. Menurut (Vishal, 2015), Orientasi entrepreneur dapat dicapai melalui suatu sistem hubungan yang saling terkait dan makna dari unsur-unsur kewirausahaan, meliputi keberanian mengambil risiko, sikap proaktif, dan cara berpikir yang inovatif. Disisi lain itu (Abu-Rumman, Al Shraah, Al-Madi, & Alfalah, 2020) menjelaskan Orientasi entrepreneur adalah basis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif karena dapat membantu perusahaan agar dapat merenovasi kegiatan operasionalnya untuk mempercepat pertumbuhan yang baru. Orientasi entrepreneur merupakan proses dimana pemilik perusahaan memutuskan untuk menyebarkan misi organisasi.

Pengaruh luar perusahaan

Teori Pengaruh luar perusahaan (external environment theory) membagi Pengaruh luar perusahaan perusahaan menjadi lingkungan umum dan lingkungan industri. Lingkungan umum meliputi lingkungan demografi, ekonomi, politik/hukum, sosial budaya, dan teknologi. Sedangkan lingkungan industri meliputi ancaman persaingan, kekuatan tengkulak, kekuatan pelanggan, barang pengganti, dan ketatnya persaingan (Ivančić,

Mencer, Jelenc, & Dulčić, 2017). Hasil penelitian (Pulka, Ramli, & Mohamad, 2021) menunjukkan bahwa Pengaruh luar perusahaan dapat memoderasi hubungan antara inovasi dan kinerja UMKM. Perusahaan harus memahami Pengaruh luar perusahaan dengan mendapatkan informasi kompetitor, pembeli, dan pihak kepentingan lainnya untuk membangun basis informasi dan kapabilitas perusahaan guna memutuskan pilihan strategis perusahaan (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2013).

Strategi Bisnis

Strategi dapat diartikan sebagai penafsiran misi pimpinan organisasi yang telah dirancang oleh para perencana untuk dilaksanakan oleh para pelaksana. Strategi bisnis merupakan suatu metode yang direncanakan untuk mencapai tujuan bisnis dalam jangka waktu tertentu (Ahmad et al., 2017).

Perusahaan akan menghadapi berbagai permasalahan dan tantangan dalam lingkungan industri, dan cara untuk menghadapi permasalahan dan tantangan tersebut dikenal dengan istilah strategi. Strategi bisnis menjadi pusat perhatian karena menghadapi kondisi bisnis yang terus berubah (Eaton & Kilby, 2015). Untuk mencapai visi bisnis, suatu organisasi harus terlebih dahulu menjalankan misinya. Alat yang digunakan untuk mencapainya disebut strategi bisnis (Wheelen & Hunger, 2012).

Terdapat tiga dimensi strategi: proses strategis, konten strategis, dan konteks. Proses strategis terkait dengan aktivitas strategis seperti pengembangan dan penerapan strategi, siapa yang akan melaksanakan tugas, dan kapan aktivitas harus dilakukan (du Plessis et al., 2014). Konten strategi terkait dengan apa yang harus dimasukkan dalam strategi perusahaan, sehingga konten strategis menghasilkan keluaran aktivitas strategis. Konteks strategis

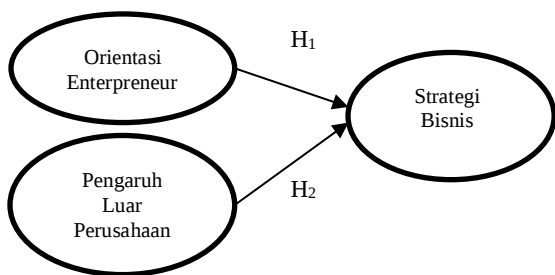
terkait dengan kondisi di sekitar aktivitas strategis, tempat strategi akan diterapkan, seperti ceruk pasar atau industri.

METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mengeksplorasi pengaruh Orientasi enterpreneur dan Pengaruh luar perusahaan terhadap strategi bisnis UMKM Tembakau di Jawa Timur. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk memahami lebih baik bagaimana Orientasi enterpreneur dan Pengaruh luar perusahaan mempengaruhi strategi bisnis. Wawancara mendalam dengan beberapa pemilik usaha UMKM Tembakau di Jawa Timur dan pengamatan langsung lingkungan bisnis UMKM Tembakau dapat dilakukan untuk memahami yang lebih rinci terhadap lingkungan bisnis yang mempengaruhi strategi bisnis. Sementara itu, metode penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur tingkat Orientasi enterpreneur dan pengaruh Pengaruh luar perusahaan terhadap strategi bisnis UMKM tembakau di Jawa Timur. Kuesioner dapat mengumpulkan data dari beberapa responden yang mewakili berbagai jenis usaha UMKM tembakau di Jawa Timur. Data diolah menggunakan Metode Analisis regresi berganda, untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan Sample sebanyak 47 unit observasi (responden) yang diambil melalui random sampling. Data penelitian didapatkan dengan metode menyebarkan kuesioner, wawancara, dan mendokumentasi bertujuan agar penulis dapat memperdalam informasi mengenai variabel yang dianalisis dan mengungkap fakta empiris. **Orientasi Enterpreneur (OE)** diukur dengan menggunakan lima dimensi (Wheelen & Hunger, 2012), yaitu: inovasi, *innovativeness*, pengambilan risiko, agresivitas pesaing, dan otonomi. **Pengaruh**

luar perusahaan (PLP) diukur dengan menggunakan tiga dimensi yaitu: lingkungan umum, lingkungan industri, dan lingkungan Pesaing. **Strategi bisnis (SB)** diukur dengan menggunakan tiga dimensi (Wheelen & Hunger, 2012), yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. berdasarkan penjelasan sebelumnya dapat dibangun kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar. 1
Kerangka konseptual

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert 7 poin. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 19, dan pengujian hipotesis dilakukan dengan menganalisis uji parsial atau uji t dan uji simultan atau uji f. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengembangan usaha tembakau UMKM di Jawa Timur, khususnya dalam mengoptimalkan strategi bisnis inovatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengamatan pada usaha tembakau skala kecil dan menengah, usaha tersebut sebagian besar dikelola/dimiliki oleh perempuan. Salah satu faktor yang menyebabkan perempuan mendominasi dalam mengelola/memiliki usaha tembakau skala kecil dan menengah di Jawa Timur adalah karena perempuan lebih fleksibel dalam mengatur waktu. Sementara itu, berdasarkan usia, pengusaha tembakau skala kecil dan menengah di Jawa Timur didominasi oleh kelompok usia 46-60 tahun. Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas

pengusaha tembakau skala kecil dan menengah di Jawa Timur adalah siswa SMP. Menurut penelitian (Jiang, Yang, Pei, & Wang, 2014) pendidikan umum juga bernilai karena dapat mengintegrasikan dan mengakumulasi pengetahuan baru serta memberikan lebih banyak kesempatan untuk setiap individu (contohnya, ilmu pengetahuan akan memberikan jaringan yang luas berpotensi menemukan atau membentuk peluang sukses). Hasil dari jawaban responden menyatakan bahwa usaha mereka dijalankan dan dikembangkan bersama keluarga. Usaha keluarga, yaitu perusahaan skala kecil dan menengah, UMKM Tembakau dapat memiliki Kinerja berdagang yang lebih baik karena adanya hubungan pertemanan oleh para penentu kebijakan; disisi lain, anggota keluarga dapat mengatur lebih cepat karena memahami perilaku setiap anggota keluarga yang berkontribusi dalam bisnis sehingga perusahaan berjalan lebih efisien dan efektif (Johan Gunady Ony, 2021). Responden menjalankan usahanya karena meneruskan usaha keluarganya. Hal ini disebabkan pihak keluarga telah memperkenalkan usaha sejak dini, keluarga dapat dengan meneruskan usaha keluarga untuk memahami visi, misi, nilai-nilai, dan budaya yang berlaku di perusahaan keluarga.

Data yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil pengujian untuk setiap pertanyaan dalam kuesioner adalah valid secara statistik. Karena setiap item mempunyai jumlah pertanyaan yang lebih besar dari r_{tabel} dan tingkat signifikansinya $< 0,05$. Selain itu instrumen pengujian pada setiap variabel mempunyai nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau mempunyai nilai $\alpha > 0,70$ yang berarti semua data yang diolah *reliabel* dan dapat dipercaya.

Analisis korelasi bertujuan untuk menganalisis mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pedoman penafsiran koefisien korelasi

didasarkan pada interval koefisien yang berkisar antara 0 hingga 1, artinya sangat rendah hingga sangat tinggi. Korelasi antar variabel dalam penelitian ini tercantum pada tabel 1.

Correlations				
		OE	PLP	BS
OE	Pearson			
	Correlation	1	.850	.850
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	47	47	47
PLP	Pearson			
	Correlation	.850	1	
	Sig. (2-tailed)	.000		
	N	47	47	
SB	Pearson			
	Correlation	.850	.850	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	47	47	47

Sumber: Data dioalah SPSS19 2023

Berdasarkan olahan data yang disajikan dalam Tabel 1 diketahui nilai koefisien antara Orientasi enterpreneur dengan strategi bisnis sebesar 0,850 dengan batas toleransi signifikansi 0,05 untuk. Hasil nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000, lebih kecil 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi bisnis dengan strategi bisnis pada penelitian ini. Pada Tabel 1 menjelaskan nilai korelasi hubungan antara Pengaruh Luar Perusahaan dengan strategi bisnis sebesar 0,850 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Luar Perusahaan dengan strategi bisnis.

Untuk melihat lebih jelas seberapa erat hubungan antara masing-masing variabel, nilai korelasi 0,850 dan 0,850 dapat dibandingkan dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi. Hasilnya, nilai koefisien korelasi pada kedua variabel tersebut berada pada interval 0,800 – 1,000 yang menunjukkan tingkat hubungan yang tinggi dengan strategi bisnis. Nilai korelasi yang

positif menjelaskan jika semakin tinggi Orientasi enterpreneur dan Pengaruh Luar Perusahaan, ini berdampak tingkat strategi bisnis dalam kegiatan bisnis juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan minimal dua variabel *independent* terhadap satu variabel *dependen* dengan simultan.

Tabel 2. Uji Korelasi Serentak Variabel Orientasi Enterpreneur, Pengaruh Luar Perusahaan Terhadap Strategi Bisnis

Model Summary				
Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849	.845	.850	1.312

a. Predictors : (Constant), PLP, OE

Sumber : Data diolah SPSS19 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 2, diperoleh nilai koefisien korelasi antara Orientasi enterpreneur dengan Pengaruh Luar Perusahaan terhadap strategi bisnis bernilai 0,849. Nilai koefisien memiliki tingkat hubungan sedang karenaberada pada interval 0,800 – 1,000. Nilai *Adjusted R-Square* pada variabel yang diteliti sebesar 0,850. Hal ini menjelaskan adanya pengaruh orientasi enterpreneur dan Pengaruh Luar Perusahaan perusahaan sebesar 85% terhadap strategi bisnis. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mermprediksi pola hubungan dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor direkayasa (nilainya dinaikkan atau diturunkan). Hasil analisis regresi berganda untuk data penelitian ini dapat dicantumkan pada Tabel 3

Tabel 3. Koefisien Model Regresi

Variabel	Koefisien	Sig.
Konstanta	-4.304	.011

OE	0.303	0.10
PLP	.903	.000
Dependen Variabel : BS		

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode regresi linier berganda pada tabel 3 diperoleh tiga koefisien regresi seperti rumus regresi linier berganda yaitu

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon_i$$

Berdasarkan persamaan umum regresi berganda tersebut didapatkan model regresi sebagai berikut

$$BS = -4.304 + 0.303OE + 0.903PLP + \varepsilon_i$$

Persamaan Regresi di-interpertasikan bahwa koefisien regresi orientasi entrepreneur sendiri bernilai 0,303 dan Pengaruh Luar Perusahaan memiliki nilai sebesar 0.903, jika terjadi kenaikan atau penurunan sebesar satu satuan maka jika orientasi entrepreneur dan pengaruh luar perusahaan memiliki nilai 0, maka strategi bisnisnya sebesar -4,304.

Uji F digunakan untuk mengetahui menguji variabel independen apakah berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Uji F

Source	DF	Adj SS	Adj MS	F-Value	Sig.
Regression	2	2068.015	1034.007	493,17	0,000
Residual	44	100.538	2.286		
Total	46	2168.553			

Sumber : Data diolah SPSS19 2023

Pada Tabel 4, nilai F_{hitung} sebesar 493,17 dengan nilai sig. sebesar 0,000 $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang bernilai 2,25. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, hal ini berarti “Orientasi Entrepreneure dan Pengaruh Luar Perusahaan berpengaruh terhadap Strategi Bisnis.

Tabel 5. Uji T dan Multikolinieritas

Variabel	Koefisien	T	Sig.	VIF
OE	0.303	2.711	0.10	1,500
PLP	.903	8.506	.000	1,500

Dependen Variabel : BS

Pada tabel 5, dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan $df = n-k-1$ dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} Orientasi entrepreneur sebesar 2,711 $> t_{tabel}$ bernilai 1,679 dengan akurasi 0,01. Ini menjelaskan “Orientasi Entrepreneur mempengaruhi Strategi Bisnis” secara statistik. t_{hitung} pengaruh luar perusahaan (PLP) diketahui sebesar 8,506 $> t_{tabel}$ yang bernilai 1,679 dengan tingkat akurasi 0,000. Hal ini berarti Pengaruh Luar Perusahaan berpengaruh terhadap Strategi Bisnis.

PEMBAHASAN / DISCUSSION

Konstruk orientasi entrepreneur terdiri dari 5 dimensi yaitu otonomi, inovasi, proaktivitas, pengambilan risiko, dan agresivitas bersaing. Berdasarkan hasil pengukuran dimensi Orientasi entrepreneur, dimensi proaktif memiliki skor rata-rata dan persentase tertinggi, dengan indikator yang memiliki skor rata-rata 4,71 dan 94,1%. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi proaktif kategori sangat tinggi. Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai rasa kepemimpinan visioner dan wawasan masa depanarah usahanya, memiliki prediksi tentang kondisi dan situasi berdasarkan analisis data sebelumnya, dan telah memetakan lingkungan untuk usahanya.

Konstruk Pengaruh Luar Perusahaan terdiri dari 3 dimensi yaitu lingkungan umum, lingkungan industri, dan lingkungan pesaing. Berdasarkan hasil pengukuran dimensi Pengaruh Luar Perusahaan, diperoleh skor dan persentase rata-rata tertinggi yaitu

lingkungan pesaing dengan skor rata-rata dan persentase terkait sebesar 4,45 dan 89%. Persentase tersebut menggambarkan besarnya Pengaruh Luar Perusahaan dari pesaing usaha kecil menengah pengelola Tembakau Jawa Timur. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, dalam menganalisis strategi bersaing diterapkan harga yang murah dan menjaga kualitas produk sesuai kebutuhan Industri agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya.

Konstruk strategi bisnis terdiri dari 3 dimensi yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Berdasarkan hasil pengukuran dimensi, skor rata-rata dan persentase berhubungan dengan dimensi strategi bisnis tertinggi yaitu keunggulan biaya. Ini dijelaskan dengan skor rata-rata sebesar 3,90 dan persentase sebesar 78%. Hal ini menggambarkan bahwa usaha kecil menengah pengelola Tembakau di Jawa Timur telah berhasil menerapkan keunggulan biaya dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan wawancara dengan responden diketahui bahwa responden menerapkan produksi masal yang tinggi yaitu memproduksi barang secara cepat dan terus menerus, hal ini ditunjukkan dengan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang memiliki hasil interpretasi yang tinggi.

Dari hasil analisis data diketahui bahwa nilai sig. pengaruh orientasi entrepreneur terhadap strategi bisnis sebesar 0,000. Nilai tersebut menjelaskan hubungan antar variabel tersebut sangat akurat. Nilai koefisien antara orientasi entrepreneur terhadap strategi bisnis adalah 0,850. Jika dibandingkan dengan tabel interpretasi koefisien korelasi, Orientasi entrepreneur memiliki interval mendekati 1 artinya tingkat hubungan antar variabel kategori tinggi. Selain itu, besarnya t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa “Terdapat Pengaruh Orientasi entrepreneur

terhadap Strategi Bisnis.” Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan (Vishal, 2015) dengan hasil bahwa Orientasi entrepreneur mempengaruhi strategi bisnis sebesar 0,420 atau sebesar 42%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Pengaruh Luar Perusahaan terhadap strategi bisnis sebesar 0,000. Nilai koefisien antara Orientasi entrepreneur terhadap strategi bisnis sebesar 0,850. Nilai interval pada Pengaruh Luar Perusahaan mendekati 1 yaitu sebesar 0,000, yang berarti tingkat hubungan berada pada level tinggi. Selain itu, besarnya t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} artinya H_0 ditolak artinya “Pengaruh Luar Perusahaan Berpengaruh terhadap Strategi Bisnis”. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian (Hutahayan, 2019) yang sebelumnya menyatakan adanya pengaruh positif antara Pengaruh Luar Perusahaan terhadap strategi bisnis. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Hutahayan, 2019) menunjukkan bahwa dinamika lingkungan sering dialami oleh UMKM penghasil makanan khas Indonesia di Jawa Timur. Dinamika lingkungan yang mereka alami banyak berupa persaingan produk, persaingan promosi, persaingan harga, persaingan saluran distribusi, dan bahan baku. Sementara itu, penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan seperti ekonomi, politik, hukum, dan lain-lain dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha.

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data dalam penelitian ini menemukan adanya hubungan yang signifikan antara Orientasi entrepreneur dengan strategi bisnis UMKM Tembakau di Jawa timur. Penelitian ini menemukan bahwa Lingkungan Luar Perusahaan berpengaruh terhadap strategi bisnis UMKM Tembakau di Jawa timur. maka terdapat pengaruh antara Orientasi entrepreneur dan Lingkungan Luar Perusahaan terhadap Strategi Bisnis. Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan,

maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut. Perlu adanya pengembangan untuk membentuk jiwa kewirausahaan pada pelaku usaha dengan cara meningkatkan integritas dan melatih keterampilan dalam pengambilan keputusan bisnis agar terwujud Orientasi entrepreneur yang lebih baik pada UMKM Tembakau di Jawa timur. Dengan demikian, UMKM Tembakau di Jawa timur dapat menangkap peluang yang lebih banyak dan merancang strategi bisnis yang tepat untuk menciptakan usaha yang inovatif. Seperti inovasi dalam produksi tembakau, kita menggunakan teknologi masa kini. Terkait dengan Pengaruh Luar Perusahaan, UMKM Tembakau di Jawa timur.

KESIMPULAN / CONCLUSSION

Jawa Timur dapat meningkatkan pemahamannya terhadap perkembangan teknologi. Hal ini dapat diwujudkan dengan menggandeng petani milenial yang sudah akrab dengan teknologi informasi dan digital. Dengan demikian, UMKM tembakau dapat membangun jaringan dan mencari informasi pasar pertanian sehingga mereka hanya terkadang menjadi pihak yang dirugikan oleh kehadiran tengkulak. Selain itu, dengan melek teknologi, UMKM tembakau diharapkan mampu memperluas jaringan pasarnya dan mampu menghadapi segala kondisi Pengaruh Luar Perusahaan secara stabil. Untuk mengelola strategi bisnis yang baik, UMKM Tembakau di Jawa Barat perlu fokus untuk meningkatkan penentuan strategi bisnis yang berkelanjutan. Sehingga strategi bisnis dapat lebih terarah dan perusahaan dapat berkembang lebih maju, khususnya UMKM tembakau dapat lebih fokus untuk mengembangkan jaringan bisnis. Khususnya pada masa pandemi COVID-19, UMKM tembakau perlu mengembangkan strategi ketahanan sebagai kemampuan untuk terus tumbuh dan berkembang, yaitu dengan memfokuskan pada sistem manajemen yang

moderen, dinamis dan melibatkan berbagai pengembangan inovasi digital yang memudahkan UMKM dalam menjalankan layanan pemasaran dan penjualan berbasis produk secara digital. Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar memper - timbangkan faktor-faktor lain untuk menambah jalur hubungan antar variabel sehingga menghasilkan model solusi alternatif yang dihasilkan dari variabel-variabel dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Rumman, A., Al Shraah, A., Al-Madi, F., & Alfalah, T. (2020). *Entrepreneurial Networks, Entrepreneurial Orientation, and Performance of Small and Medium Enterprises: Are Dynamic Capabilities the Missing Link?* doi: 10.21203/rs.3.rs-129772/v1
- Ahmad, S., Ishak, S., Ishak, K. A., Dan, R. Bin, Jafri, R., & Park, J. (2017). Business strategy and performance of logistics companies in Malaysia. *International Journal of Economic Research*, 14(19), 179–190.
- du Plessis, A., Phasinsaksith, S., & Sukumaran, S. (2014). *Perceptions on Business Strategy of Small and Medium-Sized Enterprises. Paper delivered at the Auckland, New Zealand*. Retrieved from <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:55700512>
- Eaton, D., & Kilby, G. (2015). Does your organizational culture support your business strategy? *The Journal for Quality and Participation*, 37(4), 4.
- Hitt, M., Ireland, R., & Hoskisson, R. (2013). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*.
- Hutahayan, B. (2019). Factors affecting the performance of Indonesian special food SMEs in entrepreneurial orientation in East Java. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, ahead-of-print. doi: 10.1108/APJIE-09-2018-0053

-
- Indriyati, S. (2013). Pengaruh Hasil Produksi Rokok dan Tarif Cukai Rokok Terhadap Kinerja Penerimaan Bea dan Cukai. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ivančić, V., Mencer, I., Jelenc, L., & Dulčić, Ž. (2017). *Strategy Implementation - External Environment Alignment*. 22, 51–67.
- Jiang, X., Yang, Y., Pei, Y.-L., & Wang, G. (2014). Entrepreneurial Orientation, Strategic Alliances, and Firm Performance: Inside the Black Box. *Long Range Planning*, 49. doi: 10.1016/j.lrp.2014.09.003
- Johan Gunady Ony, A. S. S. A. W. (2021). Family Business Control, Strategy Selection and Strategic Performance Measurement Usage. *Jurnal Akuntansi*, 25(1), 138. doi: 10.24912/ja.v25i1.729
- Kramer, E., Ahsan, A., & Rees, V. W. (2023). Policy incoherence and tobacco control in Indonesia: An analysis of the national tobacco-related policy mix. *Tobacco Control*, 32(4), 410–417. doi: 10.1136/tobaccocontrol-2021-056633
- Pulka, B. M., Ramli, A., & Mohamad, A. (2021). Entrepreneurial competencies, entrepreneurial orientation, entrepreneurial network, government business support and SMEs performance. The moderating role of the external environment. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(4), 586–618. doi: 10.1108/JSBED-12-2018-0390
- Shan, P., Song, M., & Ju, X. (2016). Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link? *Journal of Business Research*, 69(2). doi: 10.1016/j.jbusres.2015.08.032
- Vishal, G. (2015). Construction of Entrepreneurial Orientation: Dispute, Demand, and Dare. *New England Journal of Entrepreneurship*, 18, 87–89. doi: 10.1108/NEJE-18-01-2015-B006
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. Pearson Prentice Hall. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=EFdOtwAACAAJ>

Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Sendang Biru Kabupaten Malang

Rudi Santoso¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis; Universitas Dinamika

Koresponden Penulis : rudis@dinamika.ac.id

ABSTRACT

The research aims to develop a strategy for developing Sendang Biru marine tourism to increase the number of visits. Apart from the long distance, information about Sendang Biru beach is still very minimal. This research is qualitative research using a descriptive approach. Research sources or informants in this research are tourism managers, regional stakeholders, business actors, visitors, and the people of the Sendang Biru region, South Malang. The results of the research provide recommendations in the form of a strategy model that focuses on improving human resources, mapping business types, increasing access to health and education (hospitality), forming business groups engaged in educational tourism, and implementing social media for strategic branding. This research also found the fact that there was an increase in visitors' impressions and awareness of tourist attractions based on the results of social media assessments and evaluations.

Keywords : Ecotourism; Destination Branding; Malang

ABSTRAK

Penelitian bertujuan mengembangkan strategi pengembangan wisata bahari Sendang Biru untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Selain jaraknya yang jauh, informasi tentang pantai Sendang Biru masih sangat minim. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber penelitian atau informan dalam penelitian ini adalah pengelola wisata, pemangku wilayah, pelaku usaha, pengunjung, dan masyarakat wilayah Sendang biru Malang Selatan. Hasil penelitian memberikan rekomendasi berupa model strategi yang berfokus pada: peningkatan SDM, pemetaan jenis usaha, peningkatan akses kesehatan dan pendidikan (hospitality), membentuk kelompok usaha yang bergerak di wisata edukasi, dan menerapkan media sosial untuk branding strategi. Penelitian ini juga menemukan fakta ada peningkatan impresi dan awareness pengunjung terhadap tempat wisata berdasarkan hasil penkuran dan evaluasi media sosial.

Kata Kunci : Ekowisata; Destination Branding; Malang

PENDAHULUAN

Kekayaan alam merupakan aset sangat berharga negara Indonesia. Keindahan yang dihasilkan merupakan potensi tujuan wisata yang sangat baik. Sektor pariwisata adalah sektor yang sedang meningkat pada dua tahun terakhir. Meskipun sektor ini sempat mengalami penurunan pada saat pandemi, namun dua tahun terakhir ini kemudian bangkit kembali. Penelitian (Santoso, 2022) menemukan fakta bahwa selama pasca pandemi ada perubahan besar peta ekonomi. Hal ini diperkuat oleh meningkatkan sektor pariwisata yang mulai bangkit dari keterpurukan. Penelitian lain (Santoso & Fianto, 2020; Santoso, Shinta, & Fianto, 2019) juga mengungkapkan bahwa sektor wisata bahari ini menjadi primadona dalam peningkatan pendapatan devisa negara non-migas.

Sektor wisata mengalami peningkatan dua tahun terakhir ini karena pada saat pandemi, ada pelarangan atau pembatasan-pembatasan. Sektor ini menurut penelitian (Mtapuri & Giampiccoli, 2019) pada dasarnya adalah untuk memenuhi kebutuhan sebagian orang untuk memulihkan kesehatan non-jasmani. Bahkan data dari Biro Pusat Statistik, peningkatan kunjungan wisata bukan lain masalah pelesir. Beberapa pengunjung wisata mereka lebih banyak dalam rangka menyelesaikan pekerjaan yang jauh dari hiruk pikuk kota (Jeong & Shin, 2020). Sehingga perilaku pengunjung wisata bukan lagi masalah liburan atau pelesir. Perilaku pengunjung sudah mulai bergeser selain liburan,

mereka juga mencari tempat yang representatif untuk menyelesaikan pekerjaan.

Perubahan trend ini hendaknya disikapi lebih baik oleh pengelola wisata. Hal ini untuk mendukung dan memenuhi kebutuhan pelanggan/pengunjung. Pengunjung wisata bukan lagi untuk keperluan pelesir liburan. Mereka lebih banyak menghabiskan waktu untuk bisnis dan menyelesaikan pekerjaan sambil berlibur. Trend ini tentu saja membutuhkan infrastruktur yang memadai. Penelitian (Achmad Yanu Alif Fianto & Rudi Santoso, 2021) menemukan fakta bahwa jumlah pengunjung yang meningkat harus dibarengi dengan pemenuhan kebutuhan dasar mereka. Lebih lanjut, (Santoso et al., 2019) juga mengungkapkan bahwa pelaku usaha industri wisata memerlukan tool pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan.

Pada sisi lain, kesenjangan antara kebutuhan pengunjung dengan infrastruktur pendukung menjadi faktor yang menyebabkan destinasi wisata sepi peminat. Walaupun ada infrastruktur pendukung, beberapa pengelola destinasi wisata kurang/tidak memperhatikan pemeliharaan wahana tersebut. Kajian yang dilakukan (Arystiana, 2021; Rozy & Koswara, 2017) menemukan fakta bahwa akses lokasi wisata menjadi faktor penting dalam meningkatkan kunjungan. Selain itu, penelitian tersebut juga menggarisbawahi bahwa wahana dan karakteristik infrastruktur pendukung wisata bahari mempunyai andil besar

dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata.

Penelitian ini akan mengkaji tentang strategi pengembangan wisata bahari Sendang Biru untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Pantai Sendang Biru yang terletak di Kabupaten Malang selatan merupakan salah satu destinasi wisata bahari di Jawa Timur. Akses lokasi menjadi masalah tersendiri bagi pengelola wisata. Selain jauh dari pusat kota, lokasi wisata tersebut harus melewati pebukitan dan hutan. Selain masalah jarak tempuh, singed information tentang destinasi tersebut terlalu minim. Hal ini menjadi titik buta bagi pelancong yang akan menuju ke lokasi wisata tersebut. Padahal berdasarkan kajian (Masfar, Habibie, & Sidabutar, 2023; F. A. Syaiful & Koswara, 2021) mengungkapkan bahwa papn petunjuk dan informamsi singkat destinasi wisata menjadi faktor utama untuk menaikkan branding destinasi wisata.

Perbaikan akses, informasi yang masif, pemeliharaan wahana wisata dan semua aspek yang mendukung destinasi wisata bahari menjadi persoalan yang masih pelik. Beberapa penelitian (Juliana & Sitorus, 2022; H. Syaiful, Amalia, & Budiarta, 2023) mengungkapkan bahwa peningkatan akses wisata bahri memberikan multiflyier effect terhadap ekonomi mikro. Manfaat yang dapat diberikan kepada sektor mikro adalah berputarnya bisnis sebagai pendukung lokasi wisata. Kajian (Budi Wahyuni, Zuhelfa, Setiawan, & Sumirat, 2022) juga menggarisbawahi selain memberi dukungan destinasi, ekonomi mikro

sekitar wisata juga dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Pada sisi lain, (Masjhoer, Syafrudin, & Maryono, 2022) memberikan pandangan lain di mana destinasi wisata bahari mempunyai masalah yang tidak kalah penting yaitu pengelolaan sampah. Pengelolaan sampah menjadi salah satu masalah yang masih terus dikaji agar destinasi wisata memberikan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif ini digunakan untuk mendapatkan informasi dan memaparkannya lebih dalam. Informasi terkait dengan destinasi wisata Sendang Biru yang didapatkan akan dianalisa dan dikembangkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Penelian jenis kualitatif menurut (Moelong, 2007) pada dasarnya untuk memahami yang menjadi ciri khas subyek penelitian. Ciri khas tersebut terkait dengan wawasan, perilaku, kegiatan, inspirasi yang digambarkan secara komprehensif dengan menggunakan kalimat yang sederhana.

Penelitian ini akan berfokus pada obyek wisata Pantai Sendang Biru di Kabupaten Malang Selatan. Potensi wisata ini menjadi salah satu destinasi wisata bahari di Jawa Timur. Sumber penelitian atau informan dalam penelitian ini adalah pengelola wisata, pemangku wilayah, pelaku usaha, pengunjung, dan masyarakat wilayah Sendang biru. Informan tersebut adalah pihak yang

dapat mewakili dan dapat memberikan informasi tentang keadaan obyek penelitian (Moelong, 2007). Lebih lanjut, (Efferin, Darmadji, & Yang, 2018) menyebutkan bahwa informan adalah pihak yang memahami secara mendalam masalah yang akan diteliti pada obyek penelitian tersebut. Sehingga informasi yang didapatkan tidak bias.

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan dua pendekatan yaitu studi pustaka dan studi lapangan. Khusus pada studi lapangan, penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data kemudian dianalisis dan disajikan/dipaparkan dalam bentuk narasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

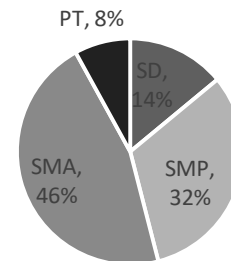
Pengembangan wisata bahari tidak dapat dilepaskan dari peran masyarakat sekitar. Kebijakan yang diterapkan pada satu wilayah tertentu lokasi wisata harus ada pelibatan pemangku wilayah dan masyarakat tempat lokasi wisata tersebut. Hal ini juga menjadi wujud sinergitas antara regulator, pengelola, pemangku wilayah, dan juga masyarakat setempat dalam program pengembangan tersebut. Penelitian ini akan memaparkan strategi pengembangan destinasi wisata bahari. Beberapa strategi dan pendekatan akan dipaparkan sebagai berikut:

Strategi Peningkatan

Pelibatan masyarakat dalam pengembangan ini tidak lain karena mereka adalah pelaku utama program tersebut. Masyarakat yang tinggal di wilayah lokasi wisata dapat memberikan pengaruh baik positif maupun negatif. Hal

ini berhubungan dengan citra yang diberikan masyarakat terhadap pengunjung wisata. Asumsi yang digunakan adalah semakin baik citra yang diberikan maka akan berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan destinasi wisata. Sebaliknya, citra buruk yang diberikan akan membawa dampak yang tidak baik bagi pengembangan wisata.

Dari sisi pendidikan, tingkat masyarakat sekitar wisata masih didominasi sampai dengan Sekolah Atas (SMA). Sementara itu masyarakat yang berpendidikan tinggi kurang dari 10% dari total jumlah penduduk.



Gambar 1. Demografi Pendidikan

Sementara itu, jumlah lembaga pendidikan di sekitar wilayah wisata sudah memadai. Meskipun lembaga pendidikan yang ada masih pada jenjang Sekolah Menengah Atas, paling tidak ada pemerataan akses pendidikan di wilayah tersebut. Berdasarkan kajian (Boldureanu, Ionescu, Bercu, Bedrule-Grigoruță, & Boldureanu, 2020) mengungkapkan bahwa pentingnya pendidikan tinggi seseorang untuk mendukung sukses bisnis dan dunia kerja. Maka salah satu strategi peningkatan destinasi wisata pada sisi

SDM adalah dengan meningkatkan akses pendidikan. Pembangunan infrastruktur jalan, gedung sekolah, dan lembaga pendidikan lainnya merupakan salah satu strategi yang memberikan dampak jangka panjang terhadap destinasi wisata. Kajian ini juga menguatkan dari penelitian (Hunady, Orviska, & Pisar, 2018; Ifenthaler & Yau, 2020) bahwa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dapat dimulai dengan meningkatkan jenjang pendidikan. Hal ini dapat diwujudkan dengan mempermudah akses pendidikan ke semua jenjang.

Selain peningkatan SDM dari sisi pendidikan penelitian ini memberikan rekomendasi pada peningkatan akses kesehatan. Hal ini penting untuk memberikan layanan pada saat terjadi kedaruratan di wilayah wisata. Kontur geografi wilayah yang jauh dari pusat perkotaan mewajibkan pengelola untuk menyediakan pos kesehatan dengan dukungan tenaga medis yang memadai. Berikut ini adalah rekomendasi peningkatan akses kesehatan di wilayah destinasi wisata.

Tabel 1. Rekomendasi Peningkatan Akses Kesehatan

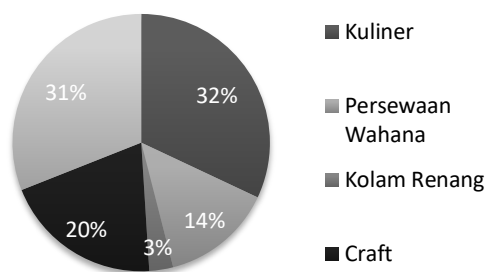
Fasilitas	Tenaga Medis	Jml	Jarak Perimeter dalam KM
Pos Pantau Medis	Perawat	1	0-1
Puskesmas	Dokter/Perawat	1/3	1-2
Rumah Sakit	Dokter	>10	3-10

Jumlah tenaga medis dan daya jangkau perimeter akan memberikan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung. Hal

ini untuk mengantisipasi terjadi kedaruratan. Terlebih jika destinasi wisata adalah wisata alam/bahari yang mempunyai risiko tinggi kecelakaan akibat kelalaian. Rekomendasi ini menguatkan penelitian (Morris-Paxton, van Lingen, & Elkonin, 2019) di mana kemudahan akses kesehatan pada wilayah tertentu mendorong wilayah dalam percepatan untuk mandiri. Layanan kesehatan ini selain untuk penduduk sekitar wilayah, pada dasarnya juga melayani pengunjung wisata. Hal ini sebagai wujud dari manajemen risiko pengelolaan destinasi wisata. Rekomendasi strategi ini juga sebagai penguatan penelitian (Hatak & Zhou, 2021) yang mengungkapkan bahwa wilayah yang berisiko terjadi kedaruratan yang berhubungan dengan kesehatan harus mempunyai akses pelayanan kesehatan yang lebih mudah.

Pemetaan Jenis Usaha

Tempat wisata tidak bisa dilepaskan dari usaha mikro sebagai pendukung. Keduanya adalah hal yang tidak bisa dipisahkan. Strategi pengembangan wisata juga menyentuh sektor usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha di sekitar wisata. Berikut ini adalah Jenis usaha yang dilakukan oleh penduduk sekitar.



Gambar 2. Jenis Usaha

Keterlibatan masyarakat sekitar dalam mendukung destinasi wisata terlihat pada grafik di atas. Sebagian besar penduduk mendukung dengan usaha kuliner. Sektor ini menjadi sangat favorit, karena bisnis kuliner adalah yang paling umum dan paling mudah dilakukan.

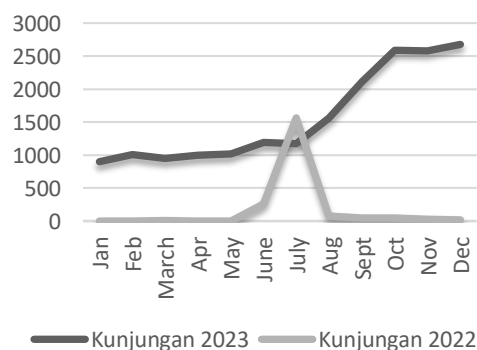
Terlebih di tempat wisata, kuliner menjadi kebutuhan wajib yang harus ada di sana. Selain kuliner sebagian dari mereka terlibat dalam mendukung penyediaan wahana wisata. Hal ini cukup menarik karena berdasarkan penelitian (Dangi & Jamal, 2016) penyediaan wahana untuk entertaint pengunjung menjadi sangat penting mengingat tujuan utama wisata adalah pelesir. Sehingga infrastruktur pendukung dalam bentuk wahana dan pemeliharannya harus ada.

Faktor Pendukung

Pantai Sendang Biru selain mempunyai keindahan alam, ia tak lepas dari aktifitas masyarakat setempat yang berhubungan dengan kegiatan budaya. Selain itu, tempat ini menawarkan model wisata edukasi. Wisata edukasi yang ditawarkan adalah pengelolaan sampah dan pengembangan industri batik tulis. Khusus industri batik tulis, penduduk atau

pelaku usaha menawarkan paket kursus kilat membatik. Hal ini memberikan pengalaman menarik bagi pengunjung. Selain mereka liburan, namun juga mendapatkan *value* dalam bentuk pengetahuan membatik. Strategi ini sejalan dengan penelitian (Bratianu, Hadad, & Bejinaru, 2020; Kasiyan, 2019) yang mengungkapkan bahwa sharing pengetahuan dan mengaplikasikannya dalam situasi yang berbeda akan memberikan pengalaman yang jauh lebih baik. Dengan kata lain, strategi ini adalah salah satu bentuk *experience marketing*, yaitu memberikan pengalaman yang baik untuk pengunjung. Dampak yang ditimbulkan menurut penelitian (Huyen & Costello, 2017) adalah persebaran informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dapat meningkatkan kunjungan destinasi wisata.

Peningkatan kunjungan ini juga sejalan dengan peningkatan minat pengunjung untuk ikut serta dalam program wisata edukasi. Grafik di bawah ini menunjukkan perbedaan yang signifikan antara pengunjung biasa di tahun 2022 dan pengunjung wisata edukasi.



Gambar 3 Pengunjung Wisata

Tahun 2023 adalah tahun keemasan kunjungan wisata bahari Pantai Sendang Biru. Jumlah kunjungan naik signifikan jika dibandingkan pada tahun sebelumnya. Peningkatan tersebut dipicu oleh semakin tingginya kebutuhan pengunjung akan wisata edukasi. Wisata ini tidak hanya menawarkan kesan liburan, lebih jauh dari itu, wisata ini memberikan pengalaman edukasi bagi pengunjung. Bentuk wisata ini adalah kelas membatik kilat, melukis dengan media cat air, kursus kilat kerajinan tangan.

Faktor Penghambat

Selain faktor pendukung, pengembangan wisata bahari Pantai Sendang Biru tidak lepas dari hambatan. Hambatan yang paling besar yang dialami oleh wisata ini adalah faktor alam. Cuaca ektrim khas wilayah pantai mengakibatkan wahana yang tersedia rentan terhadap kerusakan. Wahana wisata yang terbuat dari kayu rentan lapuk oleh perubahan cuaca yang ektrim. Selain itu, wahana yang terbuat dari besi membutuhkan perawatan yang lebih ekstra dibandingkan bahan lainnya. Hal ini menyebabkan beban biaya cukup tinggi dari sisi pemeliharaan. Selain faktor cuaca, fasilitas umum tempat ibadah menjadi perhatian khusus.

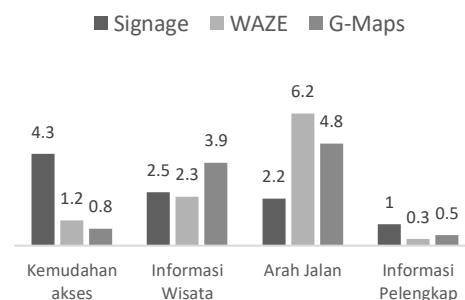
Tempat ibadah yang memadai harus disediakan untuk mengakomodasi kebutuhan pengunjung terkait dengan peribadatan. Antisipasi hal tersebut, paling tidak minimal ada 2 mushola dan 1 masjid sebagai tempat peribadatan. Jumlah tersebut juga untuk mengantisipasi pada saat peak season

(liburan sekolah) di mana jumlah pengunjung lebih besar dibandingkan hari-hari biasa.

Signage

Signage adalah informasi yang yang ditujukan untuk memberikan informasi, peringatan, dan arah suatu tempat. Beberapa signage tidak diperhatikan oleh orang karena faktor tidak terlihat. Selain itu, sign atau tanda tersebut dari sisi desain kurang mencolok. Bahkan ukuran sign yang tidak tepat sehingga informasi tidak terbaca dengan baik. Penggunaan sign yang standar, terpadu, dengan desain sesuai dengan peruntukan adalah salah satu strategi pengembangan destinasi wisata. Calon pengunjung akan lebih mudah mengenali informasi, arah tujuan tempat, dan bahkan informasi singkat terkait dengan wisata tersebut.

Salah satu pengukuran keberhasilan penggunaan signage adalah mengukur *impact*-nya terhadap kunjungan wisata. Pengukuran ini menggunakan indikator dimana pengunjung mengetahui informasi destinasi wisata tersebut.



Gambar 4 Signage Impact

Gambar 4 Signage Impact di atas menunjukkan bahwa signage memudahkan calon pengunjung untuk

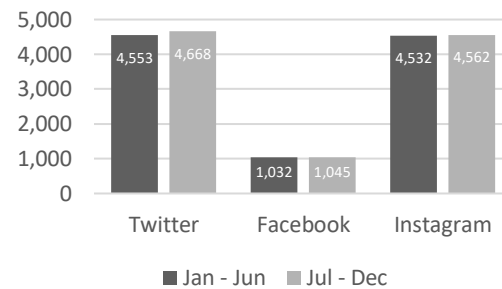
mendapatkan akses menuju lokasi wisata. Grade dari 1 – 10 signage mendapat nilai 4,3 untuk kemudahan akses. Sementara itu, aplikasi WAZE menempati urutan tertinggi untuk penunjuk jalan. Hal ini wajar karena aplikasi ini sudah dipakai oleh sebagian banyak orang dan menjadi aplikasi yang umum. Aplikasi ini mengalahkan g-maps yang hanya mendapat 4,8 poin. Signage juga memberikan informasi yang baik terkait dengan informasi singkat wisata dengan poin 2,5. Posisi ini masih di bawah aplikasi g-maps yang mendapatkan poin paling tinggi yaitu 3,9. Hal ini tentu saja wajar karena platform G-maps sudah sangat umum digunakan orang untuk mencari informasi seputar wilayah/tempat.

Kondisi di atas tentu saja adalah indikasi bahwa papan petunjuk bagi calon pengunjung itu sangat diperlukan. Papan petunjuk adalah sebuah artefak yang harus ada dalam setiap kegiatan branding. Papan petunjuk tersebut juga bisa digunakan sebagai brand identity destinasi wisata. Artinya, wisata tersebut sudah menunjukkan dirinya sejauh mungkin, dan masih dapat dilihat oleh calon pengunjung.

Penggunaan Medsos

Penggunaan medsos sudah jamak dilakukan untuk media pemasaran. Salah satu strategi yang digunakan pada destinasi wisata ini adalah menggunakan kanal media sosial. Kanal media sosial yang digunakan adalah IG, FB, dan Twitter. Keempat media sosial tersebut adalah platform yang paling umum dan sering digunakan. Berdasarkan data

evaluasi yang dilakukan, impact yang didapat dari evaluasi dan pengukuran media sosial cukup menggeburkan. Berikut ini hasil evaluasi impact penggunaan media sosial.

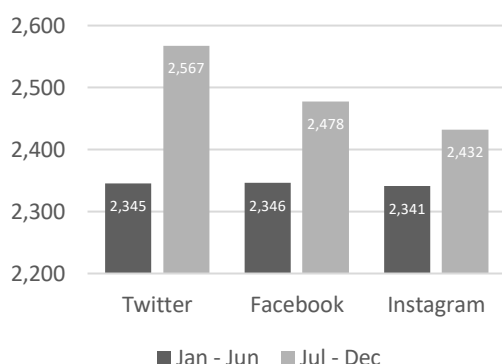


Gambar 5 Impression Summary

Gambar 5 *Impression Summary* di atas adalah ringkasan singkat ketiga kanal media sosial yang digunakan. Catatan tersebut adalah hasil data atas kesan yang pengunjung media sosial terhadap destinasi wisata tersebut. Kesan paling tinggi didapatkan dari pengguna Twitter, disusul kemudian Instagram. Meskipun twitter adalah platform lama dan tidak terlalu banyak bisa menampilkan foto, namun pengunjung lebih banyak memberikan kesan baik melalui kanal tersebut. Instagram adalah kanal media sosial yang sangat populer saat ini. Ia memberikan kesan paling tinggi di 4.562 sepanjang Juli sampai Desember 2023. Sementara itu, Facebook sebagai media sosial cukup tua, hanya memberikan total impression di angka 1.045 sepanjang bulan Juli sampai Desember 2023.

Dari sisi jumlah pengikut atau follower, selama dua periode pengambilan data, ketiga kanal media sosial tersebut sama-sama mengalami peningkatan yang signifikan. Jumlah

pengikut yang bertambah pada setiap kanal media sosial sebesar 50%.



Gambar 6 Follower Summary

Berdasarkan Gambar 6 *Follower Summary* di atas dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan signifikan antar periode. Peningkatan tersebut mencapai 50% dari periode sebelumnya. Pengikut terbanyak kanal media sosial wisata ini berasal dari kanal twitter yang mencapai 2.567 pengikut di penghujung tahun 2023. Posisi kedua adalah kanal Facebook dengan total pengikut 2.478. Sedangkan kanal Instagram lebih sedikit yaitu 2.432 pengikut di akhir tahun 2023. Banyaknya pengikut kanal media sosial tidak berkorelasi dengan impression impact atau kesan yang diberikan pengunjung. Meskipun pengikut instagram paling sedikit dibandingkan dengan kanal lainnya, namun impresi atau kesan yang diberikan terhadap tempat wisata jauh lebih tinggi dibandingkan pengikut facebook.

KESIMPULAN / CONCLUSSION

Strategi peningkatan destinasi wisata bahari khususnya Pantai Sendang Biru melibatkan beberapa komponen. Berdasarkan hasil analisis pemetaan

demografi dan jenis usaha, beberapa tahapan strategi dilakukan. Strategi pertama adalah peningkatan SDM dengan strategi jangka panjangnya adalah peningkatan akses terhadap layanan pendidikan. Di samping akses pendidikan, jangka pendek yang ditempuh adalah memberikan pelatihan singkat terhadap pelaku usaha. Dari sisi hospitality (kenyamanan) ada upaya penningkatan layanan akses kesehatan dan rumah ibadah. Akses kesehatan ini merupakan salah satu mitigasi risiko pengunjung karena tempat wisata ini selain lokasinya jauh dari perkotaan, juga mempunyai risiko kecelakaan wisata. Berdasarkan pemetaan jenis usaha, strategi peningkatan kunjungan dilakukan dengan penerapan media sosial. Hasil evaluasi yang dilakukan dengan menggunakan impression impact, menunjukkan peningkatan kepada ketiga kanal media sosial yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Yanu Alif Fianto, & Rudi Santoso. (2021). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Kabupaten Jember. *Majalah Ekonomi*, 26(2). Retrieved from <https://doi.org/10.36456/majeko.vol27.no2.a4742>
- Arystiana, P. D. (2021). Identifikasi Accessibillity Pada Objek Wisata Di Desa Sambangan Sebagai Desa Wisata. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 12(2). Retrieved from <https://doi.org/10.23887/jppkk.v11i3.32301>

-
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3). Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su12031267>
- Bratianu, C., Hadad, S., & Bejinaru, R. (2020). Paradigm shift in business education: A competence-based approach. *Sustainability (Switzerland)*, 12(4). Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su12041348>
- Budi Wahyuni, R., Zuhelfa, Setiawan, B., & Sumirat, W. (2022). Kajian Faktor Overtourism di Destinasi Wisata Bahari Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat. *Barista : Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 9(1). Retrieved from <https://doi.org/10.34013/barista.v9i01.307>
- Dangi, T. B., & Jamal, T. (2016). An integrated approach to 'sustainable community-based tourism'. *Sustainability (Switzerland)*, 8(5). Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su8050475>
- Efferin, S., Darmadji, & Yang, T. (2018). *Metode Penelitian Akuntansi : Mengungkap Fenomena dengan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hatak, I., & Zhou, H. (2021). Health as Human Capital in Entrepreneurship: Individual, Extension, and Substitution Effects on Entrepreneurial Success. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 45(1). Retrieved from <https://doi.org/10.1177/1042258719867559>
- Hunady, J., Orviska, M., & Pisar, P. (2018). The effect of higher education on entrepreneurial activities and starting up successful businesses. *Engineering Economics*, 29(2). Retrieved from <https://doi.org/10.5755/j01.ee.29.2.19069>
- Huyen, T. T., & Costello, J. (2017). Quality versus Quantity: An Investigation into Electronic Word of Mouth's Influence on Consumer Buying Intention. *Journal of Promotional Communications*, 5(2).
- Ifenthaler, D., & Yau, J. Y. K. (2020). Utilising learning analytics to support study success in higher education: a systematic review. *Educational Technology Research and Development*, 68(4). Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s11423-020-09788-z>
- Jeong, M., & Shin, H. H. (2020). Tourists' Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior Intentions. *Journal of Travel Research*, 59(8). Retrieved from <https://doi.org/10.1177/0047287519883034>
- Juliana, J., & Sitorus, N. B. (2022). Kelengkapan Produk Wisata di Pulau Siladen Sebagai Destinasi Wisata Bahari. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(1). Retrieved from
-

-
- <https://doi.org/10.31294/khi.v13i1.11688>
- Kasiyan. (2019). Art, Art Education, Creative Industry: Critique of Commodification And Fetishism of Art Aesthetics in Indonesia. *Cogent Arts and Humanities*, 6(1). Retrieved from <https://doi.org/10.1080/23311983.2019.1586065>
- Masfar, F. H., Habibie, M., & Sidabutar, Y. F. (2023). Pemanfaatan Potensi Sosial Infrastruktur dan Wisata Bahari Kelurahan Sijantung Kecamatan Galang Kota Batam. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(4). Retrieved from <https://doi.org/10.35931/aq.v17i4.2349>
- Masjhoer, J. M., Syafrudin, S., & Maryono, M. (2022). Penanganan Sampah Pada Masa Pandemi di Destinasi Wisata Bahari Kapanewon Tanjungsari, Gunungkidul. In *Kapita selekta pariwisata di era adaptasi kebiasaan baru*.
- Moelong, J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Morris-Paxton, A. A., van Lingen, J. M., & Elkonin, D. (2019). Holistic Health, Disadvantage, Higher Education Access and Success: A Reflection. *Journal of Student Affairs in Africa*, 6(2). Retrieved from <https://doi.org/10.24085/jsaa.v6i2.3312>
- Mtapuri, O., & Giampiccoli, A. (2019). Tourism, community-based tourism and ecotourism: a definitional problematic. *South African Geographical Journal*, 101(1). Retrieved from <https://doi.org/10.1080/03736245.2018.1522598>
- Rozy, E. F., & Koswara, A. Y. (2017). Karakteristik Infrastruktur Pendukung Wisata Pantai Sanggar Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2). Retrieved from <https://doi.org/10.12962/j23373539.v6i2.25197>
- Santoso, R. (2022). Disrupsi pandemi dan strategi pemulihan industri kreatif. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 48–58. Retrieved 20 February 2022 from <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan/article/view/2101/1453>
- Santoso, R., & Fianto, A. Y. A. (2020). Pengaruh Marketing Mix Produk Jasa terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Bahari Jawa Timur. *Kinerja*, 17(1), 69–79.
- Santoso, R., Shinta, R., & Fianto, A. Y. A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 1–14.
- Syaiful, F. A., & Koswara, A. Y. (2021). Penentuan Prioritas Pengembangan Infrastruktur Wilayah Pesisir Kecamatan Sangatta Utara dan Kecamatan Sangatta Selatan Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal*
-

<i>Teknik ITS</i> , 9(2). Retrieved from https://doi.org/10.12962/j23373539 . v9i2.55916	ABANG TERHADAP MASYARAKAT. <i>JURNAL MATA PARIWISATA</i> , 2(1). Retrieved from https://doi.org/10.59193/terapan_pariwisata_3
Syaiful, H., Amalia, E., & Budiarta, I. N. (2023). ANALISA DAMPAK PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA BAHARI PULAU	

Pengaruh Perceived Value dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Perguruan Tinggi X)

Nikma Yucha¹, Puji Febrianti²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maarif Hasyim Latif

Koresponden Penulis: nikma@dosen.umaha.ac.id

ABSTRACT (Bahasa Inggris)

This study aims to demonstrate and analyze "The Influence of Perceived Value and Promotion on Repurchase Intentions (Case Study of Umaha Students)". The sample used in this study was 85 students of the Management Study Program at Maarif Hasyim Latif University, using the Sloven formula sampling technique. Data analysis and processing were carried out using SPSS version 23. The effect of perceived value on repo interest, with a significance value of $0.000 < 0.05$ on the perceived value t-variable test. Promotion has an effect on interest in repo, with a significance value of $0.000 < 0.05$ for the promotion variable t test. Perceived value and promotions have a significant effect on repo interest (Y) simultaneously, as seen from the F test results of $0.000 < 0.05$. The results of this study indicate that perceived value (X1) and promotion (X2) have an effect on repurchase intention (Y).

Keywords : Perceived Value; Promosi; Minat Beli Ulang

ABSTRAK (Bahasa Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk mendemonstrasikan dan menganalisis "Pengaruh Perceived Value dan Promosi terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Kasus Mahasiswa Umaha)". Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 85 orang mahasiswa Program Studi Manajemen Perguruan Tinggi X, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel rumus Sloven. Analisis dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23. Pengaruh perceived value terhadap repo interest, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ pada uji t-variable perceived value. Promosi berpengaruh terhadap minat repo, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ untuk uji t variabel promosi. Perceived value dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat repo (Y) secara bersamaan, terlihat dari hasil uji F sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nilai (X1) dan promosi (X2) berpengaruh terhadap minat beli ulang (Y).

Kata Kunci: Perceived Value; Promosi; Minat Beli Ulang

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif, mempertahankan pelanggan dan mendorong untuk melakukan pembelian ulang merupakan aspek yang sangat krusial bagi keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan (1). Salah satu cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan ini adalah dengan meningkatkan perceived value (nilai yang dirasakan) oleh konsumen. Nilai yang dirasakan adalah evaluasi konsumen terhadap manfaat yang diterima dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan untuk memperoleh produk atau layanan (Zeithaml, 1988) dalam (2).

Perkembangan teknologi internet yang merupakan kebutuhan utama bagi masyarakat. Internet digunakan untuk mengakses data, dalam berbagai macam aktivitas, salah satunya yaitu E-Commerce. "E-commerce is deemed as the sale and purchase of goods and services through the internet in exchange for money and data transfer to complete the transactions" (3) Yang berarti bahwa E – Commerce merupakan aktivitas komersial barang dan jasa yang dilakukan online dengan pertukaran uang dan data untuk menyelesaikan transaksi. Dengan adanya E – Commerce ini baik itu konsumen atau produsen merasa sangat diuntungkan.

Beberapa tahun ini penggunaan layanan E – Commerce sebagai media untuk berbelanja dengan nyaman semakin meningkat karena adanya pandemic Covid – 19. Perusahaan E-Commerce di Indonesia yang memiliki peningkatan adalah

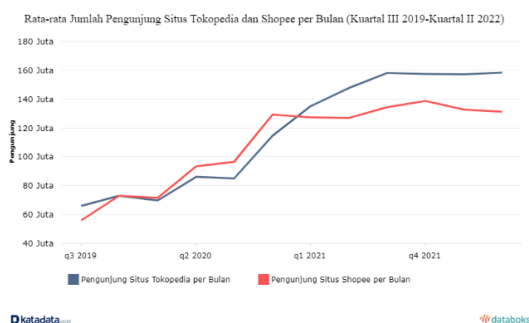
satu e-commerce yang banyak digemari di Indonesia. Menurut data yang dikumpulkan oleh databoks mengenai jumlah pengunjung aplikasi e-commerce di Indonesia, dalam kuartal ketiga 2019 hingga kuartal kedua 2022, jumlah pengunjung situs Tokopedia meningkat 140%. Pada platform Tokopedia, perceived value dapat mencakup berbagai faktor seperti harga yang kompetitif, kualitas produk, kemudahan bertransaksi dan layanan pelanggan yang memadai(4).

Promosi menjadi peran penting dalam mendorong minat beli ulang (5). Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran konsumen, mempengaruhi persepsi mereka tentang nilai produk, dan akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan (Kotler&Keller) dalam (6). Selama Tahun 2022 Meski pandemic Covid-19 sudah mereda, mahasiswa Perguruan Tinggi X masih berbelanja menggunakan e-commerce, salah satunya di tokopedia. Para mahasiswa sering melakukan pembelian di tokopedia dikarenakan promosi yang ada dan perceived value yang dirasakan.

Peran Promosi dalam meningkatkan minat beli ulang menjadi strategi pemasaran yang penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Tokopedia seringkali menawarkan berbagai jenis promosi seperti diskon, cashback, dan penawaran khusus yang dapat meningkatkan minat beli. Tidak hanya itu, terkadang mahasiswa membeli suatu produk juga dipengaruhi oleh gaya hidup yang mana mahasiswa cenderung melakukan pembelian yang didorong oleh keinginan untuk mendapatkan kesenangan dan pengalaman baru (7)

Peneliti melakukan Survey awal pada mahasiswa Perguruan Tinggi X sebanyak 30 mahasiswa yang menggunakan e-commerce tokopedia yang mana survey tersebut berisi pertanyaan – pertanyaan mengenai perceived value, promosi dan minat beli ulang. Sumber : Data Primer (2023)

Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa Perguruan Tinggi X tetap memakai tokopedia dikarenakan adanya promosi dan perceived value yang terjamin. Dimana 56,7% mahasiswa



Gambar 1. Data Pengunjung Tokopedia

Sumber: databoks.katadata.co.id (2023)

Bila dibandingkan dengan E-commerce pesaing, popularitas Tokopedia termasuk salah

memilih promosi, sedangkan 43,3% mahasiswa memilih perceived value dalam melakukan pembelian ulang di tokopedia.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang ditetapkan oleh peneliti adalah mahasiswa prodi Manajemen Universitas Maarif Hasyim Latif dan memiliki jumlah populasi sebanyak 582 mahasiswa. Guna mempermudah peneliti, penentuan jumlah sampel yang akan diambil ditentukan oleh rumus Slovin, (Mardiastuti, 2022) :

$$n = \frac{582}{1 + (582 \times 0,1^2)} n = \frac{582}{6,82} n = 85$$

Dengan rumus slovin jumlah sample mahasiswa yang akan menjadi responden sebanyak 85 responden. Sehingga pengumpulan sampel yang dipakai peneliti adalah sampel nonprobabilitas dengan menggunakan Purposive sampling.

Teknik Analisis Data

Guna menganalisa permasalahan pada penelitian, peneliti akan memanfaatkan teknik analisis untuk menganalisis permasalahan penelitian tersebut. Peneliti menggunakan teknik analisis guna menganalisis data sesuai dengan objek yang diteliti untuk mengetahui dan membuktikan hipotesis dari penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan model sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut hasil akumulasi data kuesioner yang telah diedarkan oleh peneliti melalui Google Form, hasil klasifikasi responden telah diperoleh berdasarkan jumlah pembelian ulang menunjukkan responden yang merupakan mahasiswa prodi manajemen universitas maarif hasyim latif yang melakukan pembelian di tokopedia didominasi >2 kali pembelian sebanyak 63,5% yaitu 54 orang, sebanyak 36,5% dengan jumlah 31 orang melakukan pembelian sebanyak 2 kali. yang melakukan pengeluaran saat bertransaksi selama kurun waktu 6 bulan di tokopedia didominasi Rp. 100.000 – Rp. 250.000 sebanyak 52.9% dengan

jumlah mahasiswa sebanyak 45 orang, sebanyak 18.8% dengan jumlah 16 orang dengan pengeluaran sebanyak < Rp. 100.000, sebanyak 17.6% dengan jumlah 15 orang dengan pengeluaran sebanyak Rp.250.000 – Rp. 500.000, serta 10.9% dengan jumlah 09 orang dengan pengeluaran sebanyak > Rp.500.000.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Coeffisien Correlation	Sig	Kesimpulan
Perceived Value (X1)	X1_1	0.753	0.000	Valid
	X1_2	0.670	0.000	Valid
	X1_3	0.688	0.000	Valid
	X1_4	0.612	0.000	Valid
	X1_5	0.732	0.000	Valid
	X1_6	0.614	0.000	Valid
	X1_7	0.562	0.000	Valid
	X1_8	0.488	0.000	Valid
	X1_9	0.625	0.000	Valid
	X1_10	0.632	0.000	Valid
	X1_11	0.527	0.000	Valid
	X1_12	0.681	0.000	Valid
Promosi (X2)	X2_1	0.438	0.000	Valid
	X2_2	0.647	0.000	Valid
	X2_3	0.691	0.000	Valid
	X2_4	0.667	0.000	Valid
	X2_5	0.658	0.000	Valid
	X2_6	0.564	0.000	Valid
	X2_7	0.625	0.000	Valid
	X2_8	0.624	0.000	Valid
	X2_9	0.726	0.000	Valid
	X2_10	0.651	0.000	Valid
	X2_11	0.655	0.000	Valid
	X2_12	0.572	0.000	Valid
Minat Beli Ulang (Y)	Y_1	0.578	0.000	Valid
	Y_2	0.580	0.000	Valid
	Y_3	0.669	0.000	Valid
	Y_4	0.654	0.000	Valid
	Y_5	0.636	0.000	Valid
	Y_6	0.748	0.000	Valid
	Y_7	0.759	0.000	Valid
	Y_8	0.775	0.000	Valid
	Y_9	0.609	0.000	Valid
	Y_10	0.585	0.000	Valid
	Y_11	0.536	0.000	Valid
	Y_12	0.237	0.029	Valid

Sumber: Data Primer (2023)

Tabel 1 hasil dari uji validitas yang dikerjakan melalui aplikasi SPSS versi 23 memperlihatkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel *Perceived Value*, Promosi dan Minat Beli Ulang memperoleh nilai *r* hitung > *r* table, yang mana bisa disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid.

Tabel 3. Uji Reabilitas

Variabel	Alpha	Kesimpulan
Perceived Value (X1)	0.885	Reliabel
Promosi (X2)	0.856	Reliabel
Minat Beli Ulang (Y)	0.854	Reliabel

Sumber: Data Primer (2023)

Dapat dilihat dari Tabel 2 pada penelitian diatas variable *Perceived Value* (X1) dan Promosi (X2) yang dipaka pada penelitian bias diandalkan atau reliabel, karena semua nilai dari

alpha Cronbach > 0,6. Sehingga bisa disimpulkan seluruh variable teruji.

Tabel 4. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.22474808
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.060
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data Primer (2023)

Tabel 3 menunjukkan bahwa Asymp memiliki tingkat kesalahan (α) sebesar 5% atau 0,05. Perceived value (X1), promotion (X2), dan repeat purchase intent (Y) memiliki nilai sig sebesar 0,200 yang dapat diinterpretasikan sebagai nilai Asymp. Sig 0,200 > 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 5. Multikolinearitas dengan VIF

Variabel	VIF	Kesimpulan
Perceived Value (X1)	2.310	Bebas Multikolinearitas
Promosi (X2)	2.310	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data Primer (2023)

Tabel 3 memperlihatkan nilai VIF pada variable Perceived value dan promosi terbebas dari Multikolinearitas, karena nilai VIF dari variable Perceived value dan Promosi yaitu $2,310 < 10$.

Tabel 6. Uji Heteroskedstisitas

Variabel	T	tsig
Constant	1.153	0.252
Perceived Value (X1)	1.478	0.143
Promosi (X2)	-1.588	0.116

Sumber: Data Primer (2023)

Terlihat dari Tabel 5 bahwa nilai signifikansi uji - t semua variabel > 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sehingga model regresi yang baik adalah baik jika tidak ditemukan heteroskedastisitas.

Tabel 7. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constant	1.152	3.046
Perceived Value (X1)	.550	.094
Promosi (X2)	.410	.082
R	Adjusted R Square	
0,863	= 0,739	
Fhitung	Sig.	
119.626	= 0,000	

Sumber: Data Primer (2023)

Dilihat dari Tabel 7 diatas diperoleh hasil uji regresi linier berganda dengan hasil yang diperoleh variabel X1 yaitu perceived value, dan X2 promosi sebesar nol (0), sehingga minat beli ulang (Y) akan mengalami peningkatan nilainya sebesar 1.152 atau 115,2%.

Nilai koefisien mengenai variabel perceived value (X1) adalah senilai 0,550. Yang berarti bahwa variabel (X1) perceived value mempengaruhi variabel (Y) Minat Beli Ulang akan memperoleh eskalasi sebesar 0,550 atau 55,0 %.

Nilai koefisien variabel promosi (X2) adalah sebesar 0,410. Artinya bahwa variabel (X2) promosi mempengaruhi variabel (Y) Minat Beli Ulang akan menjumpai pertambahan sebesar 0,410 satuan atau 41,0%.

Tabel 8. Uji F

Hasil perhitungan Uji F					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2548.672	2	1274.336	119.626	.000 ^a
Residual	873.516	82	10.653		
Total	3422.188	84			

Sumber: Data Primer (2023)

Bersumber dari Tabel 8 hasil penelitian dapat ditandakan acuan dalam penelitian ini adalah layak yaitu nilai Sig. $0,000 < 0,05$, maka secara simultan atau bersama – sama kedua variabel *Perceived Value* (X1) dan Promosi (X2) berpengaruh terhadap variabel independen minat beli ulang (Y).

Tabel 9. Uji T

Variabel	Tsig	Thitung	Keterangan
Perceived Value (X1)	0,000	5.877	t _{hitung} > t _{tabel}
Promosi (X2)	0,000	4.989	t _{hitung} > t _{tabel}

Sumber: Data Primer (2023)

Variabel independen perceived value memiliki nilai t hitung sebesar 5,877 hasil analisis sig 0,000 < 0,05. Variabel independen promosi (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 4,989 hasil analisis sig 0,000 < 0,05, Artinya bahwa variabel *perceived value* (X1) dan variabel promosi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang pada tokopedia(Y).

Tabel 10. Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.745	.739	3.26364

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, PERCEIVED VALUE

Sumber: Data Primer (2023)

Pada Tabel 9 terlihat dari nilai koefisien (R) sebesar 0,863 yang berarti bahwa variabel nilai persepsi (X1), promosi (X2) dan minat beli kembali (Y) memiliki hubungan satu arah yang kuat, karena korelasinya Koefisien mendekati 1, artinya jika variabel bebas yang mencakup nilai persepsi (X1), promosi (X2) meningkat, maka variabel minat beli ulang (Y) akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

Terlihat dari proporsi persen pengaruh variabel bebas pada variabel terikat, koefisien determinasinya sebesar 0,739 atau 73,9%. Artinya kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan 73,9% dan 26,1% variabel terikat, dan selebihnya kemampuan dapat dijelaskan oleh faktor variabel lain.

KESIMPULAN / CONCLUSION

Perceived value berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di Tokopedia. Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di Tokopedia. Perceived value dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di Tokopedia

DAFTAR PUSTAKA

1. Richter LE, Carlos A, Beber DM. No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.
2. Ahmad & Alit. PERAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE PADA KEPUASAN PELANGGAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Email : rifaiahmadhanif@gmail.com ABSTRAK Era globalisasi menuntut perusahaan menyiasati perubahan bisnis dan dapat memanfaatkan peluang. 2016;5(6):3305–34.
3. Rosário A, Raimundo R. Consumer marketing strategy and e-commerce in the last decade: A literature review. J Theor Appl Electron Commer Res. 2021;16(7):3003–24.
4. Farahdibaj HA, Diana N, Fakhriyyah DD. Pengaruh Customer Perceived Value, Perceived Ease Of Use, Trust Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. Islam Econ Financ J. 2023;4(1):209–23.
5. Manajemen J, Timur MJ. Implementasi green innovation dan desain produk terhadap loyalitas pelanggan: dimediasi oleh dimensi pembelian berulang (studi kasus industri furniture di Mojokerto Jawa timur). 2019;(28).
6. Yucha & Harianto. Pengaruh Digital Marketing dan Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di E-Commerce Shopee pada Mahasiswa UMAHA. 2021;4(1):40–4.
7. Nurindah R, Yucha N. Social Media Advertising , Conformity , and Environment on Hedonist Lifestyle Through Consumptive Behavior. 2023;4(1):42–8.

Pengaruh Risiko Kredit Dan Risiko Likuiditas Terhadap ROA Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi

Elivia Khayidah¹, Mitha Otik Wiraswati², Yuli Yanti Wulansari³, Dewi Agustya Ningrum⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Maarif Hasyim Latif

Koresponden Penulis: yuli.wulansari@dosen.umaha.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of credit risk and liquidity risk on ROA with Good Corporate Governance as a moderating variable. The research population consists of state-owned banks listed on the IDX, with a sample of state-owned banks for the period 2017-2021. This research uses quantitative methods, with data sources taken from the website www.idx.co.id and the official websites of each company. The analysis technique used is Moderating Regression Analysis (MRA). The research results show: (1) Credit Risk (NPL) has a negative and significant effect on ROA, (2) Liquidity Risk (LDR) has a positive but less significant effect on ROA, (3) Credit Risk (NPL) and Liquidity Risk (LDR) together have a positive and significant effect on ROA, (4) Good Corporate Governance (GCG) moderates the relationship between Credit Risk (NPL) and ROA, and (5) GCG does not moderate the relationship between Liquidity Risk (LDR) and ROA.

Keywords : *Good Corporate Governance; Credit Risk; Liquidity Risk; Return on Assets;*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh risiko kredit dan risiko likuiditas terhadap ROA dengan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian adalah Bank BUMN yang terdaftar di BEI, dengan sampel Bank BUMN periode 2017-2021. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan sumber data diambil dari website www.idx.co.id serta website resmi masing-masing perusahaan. Teknik analisis menggunakan *Moderating Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan: (1) Risiko Kredit (NPL) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA, (2) Risiko Likuiditas (LDR) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap ROA, (3) Risiko Kredit (NPL) dan Risiko Likuiditas (LDR) secara bersamaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, (4) *Good Corporate Governance* (GCG) memoderasi hubungan antara *Non-Performing Loans* (NPL) dan *Return on Assets* (ROA), serta (5) GCG tidak memoderasi hubungan antara Risiko Likuiditas (LDR) dan ROA.

Kata Kunci : *Good Corporate Governance; Risiko Kredit; Risiko Likuiditas; Return On Asset;*

PENDAHULUAN

Pasar modal memiliki dua peranan penting untuk perekonomian suatu negara karena melakukan dua fungsi yaitu sebagai sarana pembiayaan untuk bisnis dan sebagai sarana alokasi pemilik perusahaan guna mendapatkan dana dari investor. Ada 10 sektor di pasar modal, antara lain pertanian, pertambangan, industri dasar, aneka industri, real estate, barang konsumsi, infrastruktur, keuangan, manufaktur, perdagangan dan jasa. Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat jumlah perusahaan di pasar modal hingga 2022 sebanyak 820 perusahaan, salah satunya yaitu perusahaan pada sektor perbankan (Permata et al., 2019).

Fungsi utama industri perbankan adalah menghimpun dana yang berasal dari masyarakat dalam berbagai bentuk simpanan, kemudian menyalurkan kembali dana tersebut dalam bentuk kredit kepada pihak yang membutuhkan, serta memberikan pelayanan kepada masyarakat, seperti menyediakan simpanan yang dipilih, produk, memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, menyimpan barang dan surat berharga, keuangan perusahaan, dll. (Hariasih et al., 2018).

Kegiatan bank salah satunya untuk meningkatkan profitabilitasnya yaitu penyaluran kredit yang merupakan sumber pendapatan bagi bank, namun terbuka terhadap risiko yang menjadi salah satu penyebab Bank bermasalah dan bangkrut. Masalah umum dalam peminjaman adalah ketidak mampuan nasabah untuk memenuhi kewajibannya membayar secara tepat waktu sampai jatuh tempo pembayaran seperti pembayaran pokok dan bunga pinjaman. Penarikan dana secara tiba-tiba oleh nasabah bank juga menimbulkan risiko bagi bank karena bank tidak dapat

menepati dana yang ditarik kembali yang menyebabkan bank tidak dapat memenuhi kewajibannya. Menurut (Alamsyah et al., 2020) profitabilitas ialah kemampuan perusahaan dalam melakukan perubahan profit selama periode waktu tertentu. Untuk mengukur profitabilitasnya maka peneliti menggunakan *Return On Assets* (ROA).

Menurut Koch dan MacDonald (dalam (Ekinci et al., 2019)), risiko yang dihadapi bank salah satunya yaitu risiko kredit dan risiko likuiditas. Menurut (Muscha Desd Mia et al., 2021) Risiko kredit adalah suatu risiko yang ditanggung bank bisa sebagai akibat tidak terbayarnya kredit yang telah diberikan oleh bank kepada debitur. Dan untuk mengukur risiko kredit dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat yaitu *Non Performing Loan* (NPL). Sedangkan risiko likuiditas menurut (Adhim, 2019) adalah risiko yang ditanggung bank jika bank gagal memenuhi kewajibannya kepada deposan dengan likuiditas yang dimilikinya. Risiko yang dimaksudkan ketika deposan menarik uang pada waktu yang salah, mengakibatkan aset dijual dengan harga rendah dan berdampak negatif terhadap profitabilitas bank. Untuk mengukur risiko likuiditas perlu menggunakan alat bantu yaitu *Loan to Deposit Ratio* (LDR).

Penelitian tentang risiko kredit pernah diteliti sebelumnya oleh (Mariana, 2021) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa risiko kredit (NPL) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Namun, penelitian oleh L., Lpd et al. (2022) dan Ugut et al. (2022) menemukan bahwa risiko kredit (NPL) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian tentang risiko likuiditas pernah diteliti sebelumnya oleh (Habiburrahmi, 2018) Hasil dari penelitian ini mengindikasikan dimana risiko likuiditas (LDR) memiliki efek positif yang signifikan

terhadap profitabilitas. Namun (Aji et al., 2021), (Mia, n.d.) menghasilkan penelitian bahwa risiko likuiditas (LDR) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Empat perusahaan perbankan BUMN beroperasi di Indonesia yaitu: Tbk (BNI), Bank Rakyat Indonesia, Tbk (BRI), Bank Mandiri, Tbk, Bank Negara Indonesia, Bank Tabungan Negara, Tbk (BTN). Sektor perbankan BUMN dipilih karena mempunyai tingkat kepercayaan nasabah yang tinggi dibandingkan dengan Bank swasta. BUMN juga sebagai Bank pengelola aset milik negara.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti melakukan penambahan variabel moderasi *Good Corporate Government* (GCG) di dalamnya. Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) adalah pedoman yang ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, kinerja, dan kontribusi, serta memastikan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Alat yang diimplementasikan untuk mengukur GCG dalam penelitian ini yaitu proporsi komisaris independen karena dewan komisaris independen bias mendorong perusahaan untuk memberitahukan informasi yang lebih transparan ke investor. Sedangkan pembentukan GCG diharapkan manajemen perusahaan terstruktur dengan baik sehingga laba perusahaan akan meningkat.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Risiko Kredit

Menurut (Juliantara, 2022) Risiko kredit adalah risiko yang timbul ketika nasabah gagal bayar atau tidak dapat membayar kembali pinjaman beserta bunga pada waktu yang sudah ditentukan.

Risiko Likuiditas

Menurut (Rahmawati, 2020) Risiko likuiditas timbul akibat kurangnya alat likuiditas yang dimiliki oleh Bank yang mengakibatkan Bank tidak dapat memenuhi kewajibannya untuk penarikan dana dari deposan dan untuk memberikan pinjaman kepada calon debitur.

Return On Assets (ROA)

Menurut (Oktaviani, 2020) *Return On Asset* (ROA) adalah perbandingan laba

bersih setelah pajak terhadap total aset perusahaan secara keseluruhan. ROA juga mencerminkan tingkat pengembalian semua aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) merupakan faktor penting untuk meningkatkan efisiensi ekonomi dengan melibatkan interaksi antara manajemen perusahaan dan dewan komisaris independen (Istighfarin et al., n.d., 2019). Presentase dewan komisaris independen yang tinggi menunjukkan semakin baik pula kualitas *Good Corporate Governance* (GCG) pada Bank tersebut.

Hipotesis

Dengan menggunakan kerangka pemikiran, rumusan hipotesis pada penelitian ini dapat diungkapkan sebagai berikut :

H1: *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA).

H2: *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA).

H3: *Non Performing Loan* (NPL) dan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh positif signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA).

H4: *Good Corporate Governance* (GCG) dapat memoderasi hubungan antara *Non Performing Loan* (NPL) terhadap *Return*

On Asset (ROA).

H5 : *Good Corporate Governance* (GCG) dapat memoderai hubungan antara *Loan to Deposit Ratio* (LDR) terhadap *Return On Asset* (ROA).

METODE PENELITIAN

Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Objek penelitian ini adalah Perusahaan Perbankan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Faktor – faktor yang diteliti adalah laporan keuangan yang terbit secara rutin setiap akhir tahun 2017 sampai dengan tahun 2021. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, di mana data penelitian berupa angka. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2017 sampai dengan 2021. Penelitian ini menganalisis laporan keuangan dan menginterpretasikan hasilnya dalam bentuk angka.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Independen (variabel bebas) yang meliputi Risiko Kredit (NPL) dan Risiko Likuiditas (LDR). Variabel Dependen (variabel terikat) yaitu Return on Asset (ROA). Sedangkan variabel moderasi yaitu *Good Corporate Governance* (GCG).

Teknik Pengumpulan

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi dengan meneliti laporan keuangan perusahaan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder

yang diperoleh dengan memperoleh data dari Bursa Efek Indonesia.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi 25 Bank Perusahaan Perbankan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2021, dengan sampel sebanyak 20 Bank.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Uji Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NPL	20	0,67	4,78	2,074	1,32611
LDR	20	78,09	113,5	89,9095	9,04989
ROA	20	0,13	3,68	2,0435	1,03306
GCG	20	0,40	0,70	0,495	0,0887

Sumber : Data diolah SPSS versi 26 (2023)

Tabel 1. Memperlihatkan bahwa nilai minimum NPL (X1) sebesar 0,67 dan nilai maximum 4,78 dengan nilai mean 2,074 pada standar deviasi 1,32611. Nilai minimum LDR (X2) sebesar 78,09 dan nilai maximum 113,5 dengan nilai mean 89,9095 pada standar deviasi 9,04989. Nilai minimum ROA (Y) sebesar 0,13 dan nilai maximum 3,68 dengan nilai mean 2,0435 pada standar deviasi 1,03306. Nilai minimum GCG (Z) sebesar 0,40 dan nilai maximum 0,70 dengan nilai mean 0,495 pada standar deviasi 0,0887. Yang mengartikan bahwa nilai sebaran dari NPL, LDR, ROA, dan GCG dapat digunakan sebagai representasi dari keseluruhan data valid.

Tabel 2. Uji Normalitas

Nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2 - tailed))	Keterangan
0,200	Data berdistribusi normal

Sumber : Data diolah SPSS versi 26 (2023)

Tabel 2. Diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2 – tailed)* sebesar

0, 200 > 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov – smirnov*, dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
NPL	0,714	1.401
LDR	0,785	1.274
GCG	0,775	1,29

Sumber : Data diolah SPSS versi 26 (2023)

Tabel 3. Diketahui *Non Performing Loan* (NPL) memiliki nilai tolerance 0,714 > 0,10 dan nilai VIF 1,401 < 10. *Loan to Deposit Ratio* (LDR) memiliki nilai tolerance 0,785 > 0,10 dan nilai VIF 1,274 < 10. *Good Corporate Governance* (GCG) memiliki nilai tolerance 0,775 > 0,10 dan nilai VIF 1,290 < 10. Kesimpulan yang dapat diambil dari tabel 4.3 tersebut yaitu tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas, sehingga model regresi layak digunakan.

Tabel 4. Hasil Uji Autokolerasi

Nilai Durbin - Waston	Keterangan
1,831	Tidak terjadi autokoreksi

Sumber : Data diolah SPSS versi 26 (2023)

Tabel 4. Diatas menunjukkan bahwa model regresi tidak ada autokolerasi positif dan negatif. Dapat dirumuskan dengan : $D_u < d < (4 - d_U)$, dimana nilai d_U 1,6763 sehingga $4 - d_U$ ($4 - 1,6763$) = 2,3237. Nilai Durbin Watson tersebut berada direntang d_U dan $4 - d_U$ ($1,6763 < 1,831 < 2,3237$). Maka sebagaimana pengambilan keputusan dalam uji *durbin watson*, diatas dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi, atau tidak terdapat autokorelasi pada model regresi ini.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
NPL	0,907	Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas
LDR	0,816	Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas

GCG	0,875	Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas
-----	-------	---

Sumber : Data diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel 5. Spearman Rho diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikasi atau Sig. (2 – tailed) pada Unstandardized Residual dapat dilihat variabel risiko kredit (NPL) sebesar 0,907 lebih besar dari nilai 0,05, dan nilai signifikasi atau Sig. (2 – tailed) variabel risiko likuiditas (LDR) sebesar 0,816 lebih besar dari nilai 0,05, begitupun dengan variabel good corporate governance (GCG) nilai signifikasi atau Sig. (2 – tailed) sebesar 0,875 lebih besar dari nilai 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial) NPL

Variabel	t	Sig.	Keterangan
<i>Non Performing Loan</i> (NPL)	-3,225	0,005	Negatif dan Signifikan

Sumber : Data diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel 6. Uji t terhadap variabel *Non Performing Loan* (NPL) didapatkan t hitung sebesar (-3,225) dengan nilai signifikansi 0,005. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($-3,225 < 1,73406$) dan signifikasi lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$). Oleh sebab itu dapat disimpulkan secara parsial *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh negatif signifikan terhadap return on asset (ROA), sehingga hipotesis satu (**H1**) ditolak.

Tabel 7. Hasil Uji T (Parsial) LDR

Variabel	t	Sig.	Keterangan
<i>Loan to Deposit Ratio</i> (LDR)	-1,627	0,121	Negatif dan Tidak Signifikan

Sumber : Data diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel 7. Uji t terhadap variabel *Loan to Deposit Ratio* (LDR) didapatkan t hitung sebesar (-1,627) dengan nilai signifikansi 0,121. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($-1,627 < 1,73406$) dan signifikasi lebih besar dari 0,05 ($0,121 >$

0,05). Oleh sebab itu dapat disimpulkan secara persial Loan to Deposit Ratio (LDR) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap return on asset (ROA), sehingga hipotesis dua **(H2) ditolak**.

**Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)
NPL dan LDR, ROA**

Model	f	Sig.	Keterangan
Regression	5,519	0,014	Positif dan Signifikan

Sumber : Data diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8. Uji f variabel *Non Performing Loan* (NPL) dan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dapat diambil keputusan bahwa H3 diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai f hitung yakni 5,519 lebih besar dari nilai f tabel yakni 3,10. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yakni 0,014 lebih kecil dari 0,005. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *Non Performing Loan* (NPL) dan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen *Return On Asset* (ROA). sehingga hipotesis tiga **(H3) diterima**.

Tabel 9. Hasil Uji MRA (Moderasi)

Model	B	Sig.
Unstandardized Coefficients	0,045	0,957

Sumber : Data diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel 9. dapat dilihat bahwa nilai koefisien yang dihasilkan yaitu 0,045 bernilai positif yang mengartikan bahwa secara simultan moderasi *Good Corporate Governance* (GCG) memperkuat pengaruh *Non Performing Loan* (NPL) terhadap *Return On Asset* (ROA), tetapi tidak berpengaruh secara signifikan karena signifikasinya lebih dari 0,05 yaitu bernilai 0,957. Oleh sebab itu, hipotesis empat **(H4) diterima**.

Tabel 10. Hasil Uji MRA (Moderasi)

Model	B	Sig.
Unstandardized Coefficients	-0,014	0,530

Sumber : Data diolah SPSS versi 26 (2023)

Berdasarkan tabel 10. dapat dilihat bahwa nilai koefisien yang dihasilkan yaitu -0,014 bernilai negatif yang mengartikan bahwa secara simultan moderasi *Good Corporate Governance* (GCG) memperlemah pengaruh *Loan to Deposit Ratio* (LDR) terhadap *Return On Asset* (ROA), dan tidak berpengaruh secara signifikan karena signifikasinya lebih dari 0,05 yaitu bernilai 0,530. Oleh sebab itu, hipotesis empat **(H5) ditolak**.

KESIMPULAN / CONCLUSSION

Berdasarkan hipotesis dan penelitian yang sudah dilakukan data yang telah diolah dengan menggunakan (*Moderating Regression Analysis / MRA*), maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh negatif signifikan antara Risiko Kredit (NPL) terhadap *Return On Asset* (ROA) yang berarti semakin tinggi Risiko Kredit (NPL) maka semakin tinggi risiko penyaluran kredit yang tidak berhasil sehingga berpotensi menurunkan pendapatan bunga dan menurunkan *Return On Asset* (ROA).

Pengaruh positif dan tidak signifikan dari Risiko Likuiditas (LDR) terhadap *Return On Asset* (ROA) menunjukkan bahwa bagi industri perbankan Indonesia, semakin besar alokasi kredit, maka semakin tinggi *Return On Asset* (ROA) bank tersebut, karena peningkatan kredit juga mengakibatkan peningkatan kredit bermasalah dan

menimbulkan tekanan likuiditas pada Bank.

yang dapat diartikan bahwa Return On Asset (ROA) pada suatu bank khususnya Bank BUMN rendah atau tinggi, dapat dipengaruhi oleh variabel – variabel tersebut. Dimana hal tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengambilan kebijakan untuk mempertimbangkan faktor – faktor tersebut dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan laba yang dihasilkan dari operasional perusahaan.

Good Corporate Governance (GCG) memperkuat pengaruh Risiko Kredit (NPL) terhadap Return On Asset (ROA), yang berarti bahwa Direksi yang memiliki wewenang untuk mengatur penerimaan kredit dikatakan melakukan tugasnya dengan baik karena mampu mengurangi pembiayaan yang bermasalah.

Good Corporate Governance (GCG) memperlemah pengaruh Risiko Likuiditas (LDR) terhadap Return On Asset (ROA), yang artinya bahwa Komisaris Independen sebagai ketua Komite Pemantauan Risiko (KPR) tidak melakukan koordinasi pengawasan dengan komite risiko. Regulator membahas pelaksanaan pengukuran risiko likuiditas, stress testing likuiditas, profil risiko likuiditas yang bersifat material, dan kesesuaian metode pengukuran yang digunakan oleh unit manajemen Risiko. Keberadaan dewan komisaris independen tidak mampu mendorong tata kelola yang

baik, kemungkinan karena dewan komisaris independen dipilih hanya formalitas saja dan tidak sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan.

Kesimpulan penelitian ini adalah

1. Risiko Kredit (NPL) terhadap ROA: Terdapat pengaruh negatif signifikan antara Risiko Kredit (NPL) dan Return

Risiko kredit (NPL) dan Risiko likuiditas (LDR) dengan Return On Asset (ROA) berpengaruh positif dan signifikan, On Asset (ROA). Artinya, semakin tinggi NPL, semakin besar risiko kredit yang tidak berhasil, sehingga menurunkan pendapatan bunga dan ROA.

2. Risiko Likuiditas (LDR) terhadap ROA: Terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara Risiko Likuiditas (LDR) dan ROA. Ini menunjukkan bahwa meskipun peningkatan alokasi kredit dapat meningkatkan ROA, hal ini juga berisiko menambah kredit bermasalah dan tekanan likuiditas.
3. Pengaruh Simultan: Risiko kredit (NPL) dan Risiko likuiditas (LDR) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, menunjukkan bahwa ROA Bank, khususnya Bank BUMN, dapat dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut, yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan untuk meningkatkan laba operasional.
4. Good Corporate Governance (GCG) dan Risiko Kredit: GCG memperkuat pengaruh NPL terhadap ROA. Ini menunjukkan bahwa Direksi yang efektif dalam mengatur penerimaan kredit mampu mengurangi pembiayaan bermasalah.
5. Good Corporate Governance (GCG) dan Risiko Likuiditas: GCG memperlemah pengaruh LDR terhadap ROA. Hal ini menunjukkan bahwa Komisaris Independen sebagai ketua Komite Pemantauan Risiko tidak melakukan koordinasi pengawasan dengan baik, yang mengakibatkan dewan komisaris independen tidak

mampu mendorong tata kelola yang baik, kemungkinan karena pemilihan yang hanya formalitas dan tidak sesuai kompetensi.

Saran

1. Peningkatan Manajemen Kredit: Bank BUMN harus meningkatkan manajemen risiko kredit untuk mengurangi NPL, yang pada gilirannya akan meningkatkan ROA.
2. Pengelolaan Likuiditas yang Lebih Baik: Bank perlu mengelola likuiditas dengan lebih efektif, meskipun pengaruh LDR terhadap ROA tidak signifikan, untuk menghindari tekanan likuiditas yang dapat membahayakan stabilitas bank.
3. Penguatan Good Corporate Governance (GCG): Perlu ada peninjauan dan peningkatan kualitas GCG, khususnya dalam pemilihan dan peran komisaris independen, agar pengawasan dan manajemen risiko dapat dilakukan dengan lebih efektif dan tidak hanya sekadar formalitas.
4. pengembangan yang berkelanjutan bagi direksi dan komisaris untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam mengelola risiko dan meningkatkan kinerja perusahaan.
5. pengembangan yang berkelanjutan bagi direksi dan komisaris untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam mengelola risiko dan meningkatkan kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, I. K., Manda, G. S., Krisna, I., Gusganda, A., & Manda, S. (2021). Pengaruh Risiko Kredit Dan Risiko Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Bank BUMN. 4(1), 36–45.
- Alamsyah, S., Waspada, I., Alamsyah, S., & Waspada, I. (2020). Pengaruh Risiko Kredit Dan Risiko Likuiditas Terhadap Profitabilitas Studi pada Bank Konvensional di BEI Tahun 2016. 6(2), 1–12.
- Habiburrahmi, W. R. (2018). Pengaruh Risiko Kredit..., Wieka Rizarti Habiburrahmi, Ma.-Ibs, 2018.
- Hariasih, M., Yulianto, R., & Hidayat, A. (2018). Pengaruh Risiko Kredit Dan Efisiensi Operasional Terhadap Kinerja BPR Konvensional. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(4), 407–414. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.46>
- Istighfarin, D., Terdaftar, Y., & Bei, D. I. (n.d.). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Pada Badan Usaha Milik Negara
- Juliantara, I. K. (2022). *Issn : 2302-8912*. 11(7), 1317–1336.
- Komputer, I., Ekinci, R., Poyraz, G., Dunia, K., & Woctine, K. (2019). ScienceDirect ScienceDirect Pengaruh Risiko Kredit Terhadap Kinerja Keuangan Deposito Bank Di Turki Pengaruh Risiko Kredit Terhadap Kinerja Keuangan Deposito Bank Di Turki.
- Likuiditas, R. (2019). *No Title*. 13(2), 141-152. <https://doi.org/10.30957/cendekia.v13i2.604>.Grafik
- Mariana, D. (2021). *Jurnal Humaniora*. 5(1), 102–112.
- Mia, M. D. (n.d.). Muscha Desd Mia, 2021. 10, 47–64.
- Oktaviani, V. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Menggunakan Current Ratio (CR), Return On Asset (ROA) Dan Debt To Asset Ratio (DAR) Pada PT Golden Plantation Tbk Periode 2014-2018. 13(02), 2012–2017.
- Permata, C. P., Ghoni, M. A., Institut, P., Islam, A., & Curup, N. (2019). Peranan Pasar Modal Dalam Perekonomian Negara Indonesia. 5(2).

Rahmawati, A. (2020). Dampak Risiko Pembiayaan , Risiko Likuiditas Dan. 8(2), 185–198.

Ugut, G. S., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Harapan, U. P. (2022). Pengaruh Kualitas Penerapan *Good Corporate Governance* dan Risiko Kredit

terhadap Profitabilitas Perbankan Asing di Indonesia *The Effect of the Quality of the Implementation of Good Corporate Governance and Credit Risk on the Profitability of Foreign Bank* . 4(4), 2212–2219. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i4.1>

