

E - PROFIT

Economics Professional in Action

Jurnal Ekonomi,, Manajemen, Bisnis, Kewirausahaan, dan Akuntansi

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Vol. 5 | No. 1 | April 2023

Kinerja Keuangan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Menggunakan Rasio Profitabilitas Tahun 2020-2022

Irfan Achmad Musadat, Veronica Rohali Sitorus

Systematic Literature Review: Pengembangan Budaya Organisasi dan Kepemimpinan yang Ideal Bagi Karyawan Generasi Milenial

Mugi Puspita, Dara Maylazahira

Pengaruh Workload dan Job Satisfaction Terhadap Intention to Stay Karyawan PT. Soka Cipta Niaga

Ayu Nike Retnowati, Rahmi Nur Utami, Dikdik Purwadisastra

What Are The Implications of Job Satisfaction on Employee Performance?

Okta Eka Putra

Pengaruh Lokasi dan Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan

Yilanda Arqila Putri, Nurrahmi Hayani

Pengaruh Corporate Social Responsibility dalam Rangka Sustainable Development Goals terhadap Profitabilitas

Eko Purwanto

Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Executive Compensation terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Hafizhah Risnafitri



DEWAN REDAKSI

Editor in Chief

Prof. Dr. Ir. Bob Foster, M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)

Managing Editor

Dr. Ratih Hadiani, S.Kom., M.B.A. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)

Section Editor

- Vika Aprianti, M.Pd. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Ayu Nike Retnowati, S.ST., M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Aggi Panigoro Sarifiyono, S.E., M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Eko Purwanto, S.E., M. Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- N. Heriyah, S.E., M.Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Astari Dianty, S.E., M.Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Okta Eka Putra, S.E., M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Agung Pramayuda, S.AB., M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Kaca Dian Meila, S.E., M.Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Dr. Andre Suryaningprang, SE., M.M. (Universitas Indonesia Membangun)
- Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Universitas Galuh)
- Imam Hadiwibowo, S.E., M.Ak. (Universitas Muhammadiyah Cirebon)
- Muhammad Iqbal Alamsyah, S.E., M.M (Telkom University)

Reviewer

- Indarta Priyana, S.T., M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Putri Gantine Lestari, S.E., M.Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Sabilla Saberina, S.E., M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Drs. Elan Rusnendar, M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Aninditha Putri Kusumawardhani, S.MB., M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Dikdik Purwadisastra, S.E., M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Elok Faiqoh Himmah, S.E., M.A. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Fitriani Reyta, S.E., M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Johannes Kristian Siregar, S.E., M.Ak., Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Azwani Aulia, S.E., M.Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Antonius Bimo R., S.E., M.Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Anike Putri, S.E., M.Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Ali Jufri, SE., MM. (Universitas Muhammadiyah Cirebon)
- Dr. Neneng Susanti, S.M.B., M.M. (Universitas Widyatama)
- Maman Sulaeman, S.E., M.M. (Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Purbalingga)
- Puspa Dewi Yulianty S.Pd., M.M. (Universitas Muhammadiyah Cirebon)
- Indriana Damaianti, S.E., M.Ak. (Universitas Insan Cendekia Mandiri)

- Ika Wulandari, SE., MM. (Universitas Mercu Buana Yogyakarta)
- Anggit Yoebrilianti, SE., MM. (Universitas Serang Raya)
- Indra Maulana, SE., MM. (STIE Dr. KHEZ. Muttaqien)

DAFTAR ISI

Kinerja Keuangan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Menggunakan Rasio Profitabilitas Tahun 2020-2022 Irfan Achmad Musadat, Veronica Rohali Sitorus	1-7
Systematic Literature Review: Pengembangan Budaya Organisasi dan Kepemimpinan yang Ideal Bagi Karyawan Generasi Milenial Mugi Puspita, Dara Maylazahira	8-20
Pengaruh Workload dan Job Satisfaction Terhadap Intention to Stay Karyawan PT. Soka Cipta Niaga Ayu Nike Retnowati, Rahmi Nur Utami, Dikdik Purwadisastra	21-26
What Are The Implications of Job Satisfaction on Employee Performance? Okta Eka Putra	27-39
Pengaruh Lokasi dan Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Yilanda Arqila Putri, Nurrahmi Hayani	40-45
Pengaruh Corporate Social Responsibility dalam Rangka Sustainable Development Goals terhadap Profitabilitas Eko Purwanto	46-52
Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Executive Compensation terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Hafizhah Risnafitri	53-80

Kinerja Keuangan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Menggunakan Rasio Profitabilitas Tahun 2020 – 2022

Irfan Achmad Musadat, Veronica Rohali Sitorus

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: irfanachmad@unibi.ac.id, veronicarohali@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja keuangan menggunakan rasio profitabilitas pada perusahaan perbankan (Studi pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk tahun 2020- 2022). Sampel penelitian ini diambil dari perusahaan Bank Rakyat Indonesia. Data laporan keuangan diperoleh dari situs Bank Rakyat Indonesia (BRI). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan dalam kondisi baik jika dilihat melalui rasio NPM, ROA, dan ROE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa NPM, ROA, dan ROE rata-rata NPM 20%, ROA 2%, dan ROE 10%, sehingga keuangan Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk tahun 2020-2022 termasuk dalam kategori sehat. Produk Pembiayaan dan simpanan secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas. Demikian pula secara simultan jenis pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk tahun 2020- 2022.

Kata Kunci: Profitabilitas, NPM, ROA, ROE, Kinerja Keuangan.

Abstract

This study aims to analyze financial performance using profitability ratios in banking companies (Study on PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk in 2020-2022). The sample of this study was taken from the company Bank Rakyat Indonesia. Financial statement data obtained from the Bank Rakyat Indonesia (BRI) website. The method used in this research is qualitative descriptive analysis method. The results of this study indicate that the company's financial performance is in good condition when viewed through the NPM, ROA, and ROE ratios. The results showed that NPM, ROA, and ROE averaged NPM 20%, ROA 2%, and ROE 10%, so that Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk's finances in 2020-2022 were in the healthy category. Financing and deposit products partially affect profitability. Similarly, simultaneously the type of financing has a significant effect on profitability at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk in 2020-2022.

Keywords: Profitability, NPM, ROA, ROE, Financial Performance.

1 PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mengadopsi *dual banking system*, dengan sistem bank konvensional dan bank syariah beroperasi secara bersamaan dan bersaing untuk memperebutkan konsumen yang

relatif sama. Dengan sistem seperti ini diduga bahwa tingkat persaingan perbankan akan tinggi sebagaimana yang umumnya terjadi di banyak negara. Faktanya, kelangsungan operasional perbankan bergantung pada kemampuannya dalam mempertahankan daya saing yang tercermin

pada efisiensi operasional. Kinerja perbankan di Indonesia dari tahun 2011-2019 mengalami perkembangan positif secara nominal dari sisi penghimpunan dana dan penyaluran kredit perbankan. Perkembangan tersebut tidak diikuti oleh peningkatan kinerja perbankan yang dilihat dari nilai *return on assets*. Selama ini kita sebagai pengguna jasa perbankan hanya menikmati fasilitas yang didapat tanpa memiliki rasa ingin tahu apakah bank memiliki kinerja yang baik atau memiliki kinerja perbankan yang buruk. Untuk menilai kinerja perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan yang disajikan oleh pihak manajemen perusahaan (Fatwa, 2017).

Dalam pengertian yang sederhana, laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Agar laporan keuangan menjadi lebih berarti sehingga dapat dipahami dan dimengerti oleh berbagai pihak, perlu dilakukan analisis laporan keuangan (Kasmir, 2019).

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas menggambarkan kinerja fundamental perusahaan ditinjau dari tingkat efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan dalam memperoleh laba. Konsep profitabilitas dalam teori keuangan sering dilakukan sebagai indikator kinerja fundamental perusahaan mewakili kinerja manajemen (Miftahuddin dan Mahardhika, 2019).

Rasio profitabilitas untuk menilai kinerja keuangan Bank Rakyat Indonesia diklasifikasikan menjadi beberapa bagian, diantaranya *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih), *Return On Asset* (Pengembalian Aktiva), dan *Return On Equity* (Pengembalian Ekuitas). Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui dan menganalisis perkembangan kinerja keuangan perusahaan

dalam kondisi baik jika dilihat melalui rasio NPM, ROA, dan ROE. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Berdasarkan pendahuluan penelitian di atas, maka identifikasi dalam penelitian ini adalah seberapa besar dampak rasio NPM, ROA, dan ROE terhadap Profitabilitas pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk tahun 2020-2022. Hasil pengukuran tersebut dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak. Jika berhasil mencapai target yang telah ditentukan, mereka dikatakan telah berhasil mencapai target untuk periode atau beberapa periode. Namun, sebaliknya jika gagal mencapai target yang telah ditentukan, ini akan menjadi pelajaran bagi manajemen untuk periode ke depan (Kasmir, 2019).

Dalam waktu tiga periode dari 2020-2022 Bank Rakyat Indonesia (BRI) mendapat laba bersih yang cukup tinggi setiap tahunnya dibandingkan dengan bank lain di Indonesia seperti halnya jika dibandingkan dengan beberapa Bank milik pemerintah seperti Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Tabungan Negara (BTN) dan Bank Mandiri data perbandingan telah disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Data Laba Bersih Bank Pemerintah Indonesia 2020-2022 (dalam jutaan rupiah).

Uraian	Tahun		
	2020	2021	2022
BRI	18.660.393	30.755.766	51.408.207
BNI	3.280.000	10.890.000	18.310.000
BTN	1.600.000	2.370.000	3.400.300
Mandiri	17.100.000	30.700.000	41.200.000

Sumber: Data sekunder diolah dari (2023)

Pada tahun 2020 BRI mendapat laba bersih sebesar 18,6 triliun lebih besar jika dibandingkan dengan bank milik pemerintah lainnya. Pada tahun 2021 BRI yang mendapat laba bersih 30,7 triliun, lebih unggul jika dibandingkan dengan BNI dan MANDIRI triliun. Kemudian pada tahun 2022 BRI mendapat laba sebesar 51,4 triliun, berada di atas bank Mandiri namun

masih lebih tinggi jika dibandingkan dengan MANDIRI pada satu tahun terakhir.

Terjadinya penurunan laba pada satu tahun 2020 bisa jadi disebabkan karena adanya kasus covid-19 yang melanda dunia termasuk Indonesia sejak 2019-2020 silam. Dimana perekonomian seluruh dunia dan juga Indonesia mengalami penurunan yang drastis dan berpengaruh juga terhadap pendapatan perusahaan termasuk bidang perbankan. Adanya kasus covid-19 tersebut yang menyebabkan menurunnya pendapatan perusahaan mungkin juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Laporan Keuangan

Menurut Munawir (2004:2) "Laporan Keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat komunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas dari perusahaan tersebut."

2.2 Rasio Keuangan

Rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen lainnya dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada diantara laporan keuangan. Kemudian angka yang dibandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode (Kasmir, 2012: 104).

2.3 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga

memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan Kasmir (2019: 198).

Rasio profitabilitas mempunyai tujuan dan manfaat yang tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan (Kasmir, 2019: 199).

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu;

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri dan tujuan lainnya.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh dari penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yaitu:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman

maupun modal sendiri.

3 METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini yaitu analisis rasio pada laporan keuangan PT. Bank Rakyat Indonesia yang di unduh dari situs Bank Rakyat Indonesia. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu analisis Rasio Net Profit Margin, Return On Assets, dan Return On Equity pada Laporan Keuangan PT. Bank Rakyat Indonesia Tahun 2020 - 2022 (Effendi, 2019). Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data laporan keuangan. Data laporan keuangan dalam penelitian ini adalah analisis Rasio Net Profit Margin, Return On Assets, dan Return On Equity pada Laporan Keuangan PT. Bank Rakyat Indonesia Tahun 2020 - 2022.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumenter. Teknik dokumenter merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan, mempelajari, dan menganalisis data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. (Sugiyono 2005: 21).

3.1 Analisis Rasio Net Profit Margin (NPM)

Analisis Rasio *Net Profit Margin* di PT. Bank Rakyat Indonesia dapat diukur menggunakan rumus berikut (Winarno, 2017):

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{pendapatan bersih}} \times 100\%.$$

3.2 Analisis Rasio Return on Asset (ROA)

Analisis Rasio *Return On Asset* di PT. Bank Rakyat Indonesia dapat diukur menggunakan rumus berikut (Winardno, 2017):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

3.3 Analisis Rasio Return on Equity (ROE)

Analisis Rasio *Return on Equity* di PT. Bank Rakyat Indonesia dapat diukur menggunakan rumus berikut (Winardno, 2017):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

Hasil pengukuran kinerja keuangan perusahaan dapat dijadikan sebagai alat evaluasi kinerja manajemen selama ini, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak. Salah satunya yang digunakan sebagai pembanding untuk menilai kondisi suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yaitu melalui analisis profitabilitas. (Kasmir, 2008) menyatakan bahwa standar pengukuran kinerja keuangan untuk menilai profitabilitas menurut rata-rata industri, yaitu NPM di atas 20%, ROA diatas 30%, ROE lebih dari 40%. Untuk penjelasan sebagai berikut :

1) Net Profit Profit Margin (NPM)

- a. $NPM < 20\%$ maka kinerja keuangan perusahaan kurang baik.
- b. $NPM \geq 20\%$ kinerja keuangan perusahaan baik.

2) Return On Asset (ROA)

- a. $ROA < 30\%$ maka kinerja keuangan perusahaan kurang baik.
- b. $ROA \geq 30\%$ kinerja keuangan perusahaan baik.

3) Return On Equity (ROE)

- a. $ROE < 40\%$ maka kinerja keuangan perusahaan kurang baik.
- b. $ROE \geq 40\%$ kinerja keuangan perusahaan baik.

Standar kinerja keuangan lainnya yang digunakan sebagai pembandingan menggunakan standar kinerja keuangan dari sisi profitabilitas yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia melalui peraturan Bank Indonesia nomor: 6/10/PBI/2004.

Tabel 2. Standar Rasio Bank Indonesia

Rasio	Rasio Bank Indonesia
<i>Net Profit Margin</i>	5% - 9.5%
<i>Return On Asset</i>	0.5% - 1.25%
<i>Return On Equity</i>	5% - 12.5%

Sumber: Winarno (2017)

Penjelasan dari Tabel 2 diberikan sebagai berikut:

- 1) *Net Profit Margin* (NPM)
 - a. NPM 0% - 2,9% maka kinerja keuangan perusahaan kurang baik.
 - b. NPM 3% - 9,5% maka kinerja keuangan perusahaan baik.
 - c. NPM > 9,5% maka kinerja keuangan perusahaan sangat baik.
- 2) *Return on Asset* (ROA)
 - a. ROA 0% - 0,4% maka kinerja keuangan perusahaan kurang baik.
 - b. ROA 0,5% - 1,25% maka kinerja keuangan perusahaan baik.
 - c. ROA > 1,25% maka kinerja keuangan perusahaan sangat baik.
- 3) *Return on Equity* (ROE)
 - a. ROE 0% - 4% maka kinerja keuangan perusahaan kurang baik.
 - b. ROE 5% - 12,5% maka kinerja

keuangan perusahaan baik.

- c. ROE >12,5% maka kinerja keuangan perusahaan sangat baik.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran kinerja keuangan berdasarkan analisis profitabilitas maka digunakan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba/rugi yang diperoleh dari *annual report* perusahaan. Pada Tabel 3 dijelaskan ringkasan laporan keuangan tahun 2020-2022. Analisis Rasio *Net Profit Margin*, Analisis Rasio *Return On Asset*, dan Analisis Rasio *Return On Equity* di PT.

4.1 *Net Profit Margin* (NPM)

Analisis Rasio *Net Profit Margin* di PT. Bank Rakyat Indonesia dapat diukur menggunakan rumus berikut:

1. Tahun 2020 :

$$\text{NPM} = \frac{18.353.3031}{193.584.113} 100\% = 9.48\%$$

2. Tahun 2021 :

$$\text{NPM} = \frac{30.755.766}{1.144.094.429} 100\% = 2.68\%$$

3. Tahun 2022 :

$$\text{NPM} = \frac{51.408.207}{1.124.597.073} 100\% = 4.57\%$$

Tabel 3. Ringkasan Laporan Keuangan 2020-2022 (dalam jutaan rupiah)

Uraian	Tahun		
	2020	2021	2022
Total Asset	1.610.065.344	1.678.097.734	1.865.639.010
Total Ekuitas	194.359.102	291.786.804	303.395.317
Pendapatan Bersih	93.584.113	114.094.429	124.597.073
Laba Bersih Setelah Bunga Pajak	18.353.303	30.755.766	51.408.207
Laba Bersih Sebelum Bunga Pajak	26.161.111	40.992.065	64.596.701

4.2 Return On Asset (ROA)

Analisis Rasio *Return On Asset* di PT. Bank Rakyat Indonesia dapat diukur menggunakan rumus berikut:

1. Tahun 2020 :

$$ROA = \frac{18.353.3031}{11.610.065.344} 100\% = 1.13\%$$

2. Tahun 2021 :

$$ROA = \frac{307.557.661}{11.678.097.734} 100\% = 1.18\%$$

3. Tahun 2022 :

$$ROA = \frac{514.082.071}{11.865.639.010} 100\% = 2.75\%$$

4.3 Return On Equity (ROE)

Analisis Rasio *Return On Equity* di PT. Bank Rakyat Indonesia dapat diukur menggunakan rumus berikut:

1. Tahun 2020 :

$$ROA = \frac{183.533.031}{1.194.359.102} 100\% = 9.44\%$$

2. Tahun 2021 :

$$ROA = \frac{30.755.766}{1.291.786.804} 100\% = 10.54\%$$

3. Tahun 2022 :

$$ROA = \frac{51.408.207}{1.303.395.317} 100\% = 16.94\%$$

Tabel 4. Penilaian kinerja keuangan.

Uraian	Tahun		
	2020	2021	2022
NPM	19.61%	21.34%	41.25%
ROA	1.13%	1.83%	2.75%
ROE	9.44%	110.54%	16.94%

Sumber: Data sekunder diolah (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan analisis kinerja keuangan menggunakan

rasio profitabilitas pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk tahun 2018-2020 adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Penilaian kinerja keuangan.

Uraian	Tahun		
	2020	2021	2022
NPM	19.61%	21.34%	41.25%
ROA	1.13%	1.83%	2.75%
ROE	9.44%	10.54%	16.94%

Sumber: Data sekunder diolah (2023)

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan penulis memberikan saran Perlu adanya upaya dari pihak perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja pendapatan dengan meningkatkan kapasitas pelayanan atau aktivitas operasional, agar kinerja keuangan di masa mendatang menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatwa, N. (2017). Persaingan perbankan berdasarkan jenis bank di Indonesia. *AKMEN Jurnal ilmiah*, 14(4).
- Hamidu, N. P. (2013). Pengaruh kinerja keuangan terhadap pertumbuhan laba pada perbankan di BEI. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CAPS.
- Indriantoro, N. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*.
- Kartikasari, M., & Wahyuati, A. (2014). Penilaian kinerja keuangan menggunakan analisis rasio pada bank mandiri di BEI. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)*, 3(11).
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Miftahuddin, A., & Mahardhika, A. S.

- (2019). Determinan Harga Saham pada Perusahaan Retail Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Accounting and Management Journal*, 57-68.
- Muljawan, D., Hafidz, J., Astuti, R. I., & Oktapiani, R. (2014). Faktor-faktor penentu efisiensi perbankan Indonesia serta dampaknya terhadap perhitungan suku bunga kredit. *Working Paper of Bank Indonesia*, 2.
- Pongoh, M. (2013). Analisis Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan PT. Bumi Resources Tbk. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Suciningtyas, S. (2019). Peran Perbankan dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Assholeh*, 9(1), 69-76.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Systematic Literature Review: Pengembangan Budaya Organisasi dan Kepemimpinan yang Ideal Bagi Karyawan Generasi Milenial**Mugi Puspita, Dara Maylazahira**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: mugipuspita@unibi.ac.id, mayladaraaa@gmail.com

Abstrak

Metode yang digunakan penelitian ini adalah Systematic Literature Review (SLR) terhadap jurnal yang publish dari tahun 2017-2020. Jumlah artikel yang dapat diterima pada penelitian ini sebanyak 23 artikel. Terdapat tiga *Research Question* (RQ) yang ditetapkan pada penelitian ini. Hasil akhir yang diperoleh dari penelitian ini adalah budaya organisasi dan kepemimpinan merupakan faktor yang paling memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan generasi milenial. Teknik pengumpulan data yang paling banyak digunakan adalah kuesioner dengan responden yang paling banyak digunakan sebanyak 366 orang. Tujuan penelitian ini adalah mendapatkan informasi mengenai pengembangan budaya organisasi dan kepemimpinan yang ideal bagi karyawan generasi millennial. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi agar setiap organisasi dapat mengembangkan budaya organisasi dan kepemimpinan yang sesuai dengan karakteristik generasi karyawannya, sehingga kinerja seluruh karyawan yang *multiple generation* dapat memberikan kinerja yang maksimal.

Kata Kunci: Karyawan generasi milenial, budaya organisasi, kepemimpinan, *systematic literature review*.

Abstract

The method used in this research is the Systematic Literature Review (SLR) of journal papers published from 2017-2020. The number of articles that can be accepted in this research is 23 articles. There are three Research Questions (RQ) defined in this study. The purpose of this research is to obtain information about the ideal development of organizational culture and leadership for millennial generation employees. The final result obtained from this study is that organizational culture and leadership are the factors that have the most influence on the performance of millennial generation employees. The most widely used data collection technique is a questionnaire with the most widely used respondents as many as 366 people. The results obtained in this study are expected to provide information so that each organization can develop an organizational culture and leadership that is in accordance with the characteristics of its employee generation.

Keywords: Millennial generation employees, organizational culture, leadership, *systematic literature review*.

1 PENDAHULUAN

Perbedaan generasi akan memiliki pola pikir dan karakter yang berbeda, sehingga akan membentuk kepribadian dan bahkan paradigma tersendiri (Kampf, 2017). Perbedaan generasi membuat pihak perusahaan perlu mengantisipasi budaya kerja sesuai dengan kondisi yang ada, agar perusahaan tetap dapat bersaing agar tetap memiliki sumber daya manusia yang memenuhi standar sesuai dengan yang dibutuhkannya (Ismail, 2014). Menurut Robbins (2009), pihak yang dapat memenangkan persaingan adalah bagi mereka yang memiliki budaya yang kuat, yakni mereka yang memiliki kesepahaman akan nilai-nilai inti dalam berorganisasi. Untuk itu, perlu adanya budaya organisasi yang kondusif, agar dapat memberikan rasa aman, sehingga karyawan dapat bekerja secara optimal (Lineker, 2016).

Generasi milenial pada saat ini sering menjadi sorotan dalam manajemen sumber daya manusia, karena proporsi generasi milenial terus meningkat dari tahun ke tahun dan memungkinkan pada tahun 2020 mencapai 46% generasi milenial yang mendominasi dunia kerja (Kratz, 2013). Mereka cenderung memiliki komitmen organisasi yang lebih rendah dibandingkan generasi sebelumnya (Trapero, Villa-Castaño, Parra, & García, 2017).

Survey yang dilakukan oleh Sheahan (2009) di wilayah Asia Pasifik menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki masa kerja yang lebih singkat dibandingkan generasi-generasi sebelumnya, yaitu generasi milenial memiliki masa kerja rata-rata 18 bulan, sementara generasi X (lahir pada tahun 1965-1976) dan generasi *baby boom* (lahir pada tahun 1946-1964) adalah empat tahun. Mereka mudah memutuskan untuk meninggalkan organisasi saat merasa tidak menemukan kecocokan antara apa yang diharapkan dengan apa yang organisasi berikan. Mereka juga sering dikenal sebagai

generasi instant karena cenderung tidak sabar dan ingin mencapai tujuannya dengan sesegera mungkin (Kim, Knight, & Crutsinger, 2009).

Akan terdapat hambatan *multi-generational* yang muncul dengan adanya tenaga kerja generasi milenial di sebuah organisasi. Menjembatani kesenjangan generasi merupakan tantangan besar bagi perusahaan, karena peningkatan jumlah tenaga kerja generasi milenial menyebabkan demografi yang lebih luas dan beragam secara digital. Pemimpin perusahaan perlu menerima perubahan ini dengan cara mengadakan pembelajaran dan komunikasi digital, sedangkan departemen SDM perlu mengembangkan suatu strategi yang dapat menghubungkan generasi milenial dengan lingkungan perusahaan yang telah ada. Untuk menunjang keberadaan usahanya, perusahaan perlu mengambil kebijakan untuk mengantisipasi adanya perbedaan budaya (Syaifulallah, 2018).

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Generasi Milenial

Menurut Meier, Austin, dan Crocker (2010), generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1980-2000. Generasi milenial ini tumbuh bersama berkembangnya teknologi sehingga mereka menjadi mahir dalam mengakses informasi dengan cepat menggunakan teknologi (Angeline, 2011). Teknologi membantu kerja menjadi lebih efektif dan efisien, namun di sisi lain, hal ini juga membuka ruang kesempatan yang luas bagi generasi milenial untuk mendapatkan pengetahuan tentang kondisi di luar organisasi tempat mereka bekerja. Mereka bisa menemukan informasi tentang organisasi lain yang mereka anggap lebih sesuai dengan minat mereka dan lebih dapat memenuhi harapan mereka (Salahudin *et al.*, 2016).

Generasi milenial memiliki kecenderungan menyukai tantangan dan ingin terus mempelajari hal baru menjadikan mereka sebagai *job hoppers*, sampai mereka

mendapatkan pekerjaan yang mereka anggap baik dan sesuai dengan minat dan harapan mereka (Filiana, 2016). Generasi milenial juga lebih berani dalam berinovasi, lebih menyukai kemandirian dan menyukai sesuatu yang cepat, praktis, ataupun instan.

2.2 Budaya Organisasi

Perbedaan budaya dapat menjadi faktor yang memberikan keunggulan kompetitif. Budaya organisasi menjadi penting karena memberikan peluang bagi organisasi untuk membedakan diri dari organisasi lain dan memanfaatkan sumber daya manusiawi sebagai keunggulan yang kompetitif.

Mangkunegara (2005) menyatakan, budaya organisasi yaitu sistem keyakinan, nilai, dan norma organisasi sebagai pedoman perilaku individu dalam mengatasi masalah. Menurut Susanto *et al.*, (2008), budaya organisasi dijadikan sebagai *strategic tools* untuk mencapai tujuan dan sebagai daya saing dalam keberhasilan organisasi.

Transformasi budaya dilaksanakan dengan merumuskan dan menetapkan nilai strategis melalui tiga perilaku utama sebagai pedoman, yaitu:

- a. Integritas, ditandai dengan perilaku objektif, adil, dan konsisten.
- b. Profesionalisme, ditandai perilaku tanggung jawab berdasarkan kompetensi untuk mencapai kinerja terbaik.
- c. Sinergi, kolaborasi pemangku kepentingan internal dan eksternal secara produktif dan kualitas.
- d. Inklusif, sikap terbuka dan menerima keberagaman pemangku kepentingan serta memperluas kesempatan masyarakat pada industri keuangan.
- e. Visioner, memiliki wawasan luas dan mampu melihat ke depan serta berpikir di luar kebiasaan.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan *systematic literature*

review (SLR). *Systematic literature review* adalah *literature review* yang mengidentifikasi, menilai, dan menginterpretasi seluruh temuan-temuan pada suatu topik penelitian, untuk menjawab pertanyaan penelitian (*research question*) yang telah ditetapkan sebelumnya. Kitchenham dan Charters (2007) mendefinisikan *systematic literature review* sebagai proses mengidentifikasi, menilai, dan menafsirkan semua bukti penelitian yang tersedia dengan tujuan untuk memberikan jawaban untuk pertanyaan penelitian tertentu. Tinjauan pustaka ini telah dilakukan sebagai tinjauan pustaka sistematis berdasarkan pedoman asli yang diusulkan oleh Kitchenham dan Charters (2007).

3.1 Objek Penelitian

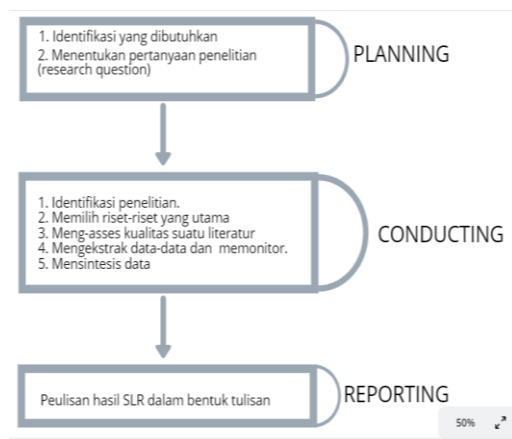
Objek pada penelitian ini adalah kinerja karyawan generasi milenial. Pengambilan generasi milenial sebagai objek penelitian memiliki beberapa alasan sebagai berikut:

1. Generasi milenial saat ini tengah mendominasi dunia kerja.
2. Generasi milenial tumbuh bersama berkembangnya teknologi. Oleh karena itu perlu dilakukan pengembangan organisasi dalam penerapan kultur organisasi yang dulunya masih bersifat konvensional kini mulai dilakukan pendekatan digitalisasi sesuai dengan karakteristik generasi milenial.

Pengembangan budaya organisasi yang ideal dengan karakteristik generasi milenial sangat beragam.

3.2 Metode Penelitian

Metode pada penelitian ini memiliki beberapa alur proses yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Penelitian.

Gambar 1 merupakan tahapan penelitian yang terdiri atas tahapan *planning* merupakan tahapan awal melakukan SLR, selanjutnya masuk ketahap *conducting* yaitu tahap pelaksanaan dari SLR, dan tahapan terakhir yaitu *reporting* yang merupakan tahapan penulisan SLR menjadi sebuah bentuk laporan.

3.3 Research Question

Research Question dibuat berdasarkan kebutuhan dari topik yang dipilih. Berikut ini adalah pertanyaan penelitian dalam penelitian ini:

- RQ1. Apa karakteristik kepemimpinan dan budaya organisasi yang diharapkan oleh pekerja generasi milenial dari tahun 2017-2020?
- RQ2. RQ2. Apa metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi dan kepemimpinan terhadap pekerja generasi milenial?
- RQ3. Apa faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan generasi milenial?

3.4 Search Process

Search Process digunakan untuk mendapatkan sumber-sumber yang relevan untuk menjawab *Research Question* (RQ) dan referensi terkait lainnya. Proses pencarian dilakukan dengan menggunakan *search*

engine (Google Chrome) dengan alamat situs <https://scholar.google.co.id/>.

3.5 Inclusion and Exclusion Criteria

Tahapan ini dilakukan untuk memutuskan apakah data yang ditemukan layak digunakan dalam penelitian SLR atau tidak. Studi layak dipilih jika terdapat kriteria sebagai berikut:

- 1. Data yang digunakan dalam rentang waktu 2017–2020.
- 2. Data diperoleh melalui situs <https://scholar.google.co.id/>
- 3. Data yang digunakan hanya paper jurnal yang berkaitan dengan kinerja generasi milenial.

3.6 Quality Assesment

Pada tahap ini, data yang ditemukan akan dievaluasi berdasarkan pertanyaan kriteria penilaian kualitas sebagai berikut:

- QA1. Apakah paper jurnal diterbitkan pada tahun 2017–2020?
- QA2. Apakah pada paper jurnal tersebut membahas mengenai budaya organisasi dan kepemimpinan pada kinerja generasi milenial?
- QA3. Apakah pada paper jurnal tersebut menuliskan metode yang digunakan untuk mengembangkan budaya organisasi dan kepemimpinan pada pekerja generasi milenial?

Dari masing-masing *paper*, akan diberi nilai jawaban di bawah ini untuk tiap-tiap pertanyaan di atas.

- 1. Y (Ya): untuk masalah dan metode yang dituliskan pada paper jurnal dalam rentang waktu 2017-2020.
- 2. T (Tidak): untuk *paper* jurnal yang tidak sesuai dengan pertanyaan pada *quality assessment*.

3.7 Data Collection

Data Collection adalah tahap pengumpulan data-data penelitian. Data yang

dikumpulkan selanjutnya dilakukan proses analisis. Berikut ini merupakan langkah-langkah pengumpulan data.

1. Kunjungi situs <https://scholar.google.co.id/>.
2. Masukkan kata kunci “budaya organisasi dan kepemimpinan pada karyawan generasi milenial”

Pada “rentang khusus”, masukan 2017 pada kotak pertama dan 2020 pada kotak kedua. Hal tersebut menandakan rentang paper jurnal yang dipilih adalah dari 2017-2020.

3.8 Data Analysis

Pada tahap ini, data yang telah dikumpulkan akan dianalisa untuk menjawab *research question* yang sebelumnya telah ditentukan.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil *search process* yang ditampilkan pada Tabel 1 dikelompokkan berdasarkan tipe jurnal untuk mempermudah melihat jenis data atau tipe jurnal yang diperoleh melalui *search process*.

Tabel 1. Pengelompokan berdasarkan Jurnal.

No	Tipe Jurnal	Tahun	Jumlah
1	E-Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman	2020	1
2	Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen	2020	1
3	ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi	2020	1
4	Jurnal Sains Dan Seni Its	2019	1
5	Journal Of Communication Studies	2019	1
6	Jurnal Mozaik	2018	1
7	Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi,	2018	1
8	Wacana Publik	2019	1
9	Ikraith-Humaniora	2018	1
10	Mind Set,	2020	1
11	Acta Psychologia,	2020	1
12	Journal Of Business And Applied Management	2020	2
13	Jurnal Fenomena	2019	1

No	Tipe Jurnal	Tahun	Jumlah
14	Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non Empiris	2017	1
15	Prosiding Seminar Nasional 2020 Fakultas Psikologi Umby	2020	1
16	INQUIRY Jurnal Ilmiah Psikologi	2017	1
17	Http://Ejurnal.Binawakya.Or.Id/Index.Php/MBI	2020	1
18	JBTI : Jurnal Bisnis : Teori Dan Implementasi	2020	1
19	Transformasi: Jurnal Manajemen Pemerintahan	2018	1
20	Jurnal Ilmu Manajemen. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi	2020	1
21	Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Accredited Sinta 4	2020	1
21	Dinamika Governance: Jurnal Ilmu Administrasi Negara Volume	2020	1
22	Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)	2018	1
23	Prosiding Seminar Nasional	2020	1
24	Seminar Nasional Pascasarjana	2019	1
25	Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam	2018	1
26	Take Charge Of Your Career, 39-58, Zahir Publishing, Yogyakarta	2020	1
27	Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)	2019	1
28	Journal Of Trade Development And Studies	2020	1
29	Akuntabel	2020	1

Sumber : Data Diolah (2023)

4.1 Hasil Seleksi *Inclusion and Exclusion Criteria*

Hasil dari *search process* akan diseleksi berdasarkan kriteria batasan dan pemasukan (*inclusion and exclusion criteria*). Tabel 2 menunjukkan hasil kualitas penilaian untuk yang memperlihatkan apakah data tersebut digunakan atau tidak dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Kualitas Penilaian (*Quality Assesment*)

No	Peneliti	Judul	Tahun	Q1	Q2	Q3	Hasil
1	Mutiara Sibarani Panggabean Soeharjoto Soekapdjo Debbie Aryani Tribudhi	Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Era Millnnial	2020	Y	Y	Y	DITERIMA
2	Amalia Destya Paramita Lindawati Kartika	Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kualitas Kerja Terhadap Keterikatan Pegawai Generasi Y	2020	Y	Y	Y	DITERIMA
3	Seta A. Wicaksana Rosi Nurika Aisyah Pia Asrunputri	Gambaran Etos Kerja Pada Karyawan Generasi Milenial Di PT X	2020	Y	T	T	DITOLAK
4	Zeni Rahmawati Janti Gunawan	Hubungan Job-Related Factors Terhadap Worklife Balance Dan Kepuasan Kerja Pada Pekerja Generasi Milenial	2019	Y	Y	Y	DITERIMA
5	Arini Aprillia Damiart Trie Damayanti Aat Ruchiat Nugrahai	Kampanye #Thinkbeforeyoushare Oleh Organisasi Do Something Indonesia Untuk Mengubah Perilaku Generasi Milenial	2019	Y	T	T	DITOLAK
6	Nurlaila Suci Rahayu Rais M Maik Jovial Dien Albert Y Dien	Kemajuan Teknologi Informasi Berdampak Pada Generalisasi Unsur Sosial Budaya Bagi Generasi Milenial	2018	Y	T	T	DITOLAK
7	Reza Lidia Sari	Komitmen Organisasi Pada Dosen Generasi Milenial	2018	Y	Y	Y	DITERIMA
8	Selvi Diana Meilinda Yadi Lustiadi Wawan Hernawan	Millennial Behavior: Sebuah Pendekatan Dalam Perilaku Kepemimpinan	2019	Y	Y	Y	DITERIMA
9	Ratna Dyah Suryatri Muhammad Adib Abad	modal psikologis dan intensi job hopping pada pekerja generasi millennial	2018	Y	T	Y	DITOLAK
10	Silverius Y. Soeharso Rosi Nurika	Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Employee Engagement Dengan Work Ethic (Hard Work) Sebagai Variabel Moderator: Studi Kasus Pada Karyawan Generasi Milenial Di Pt X	2020	Y	Y	Y	DITERIMA
11	Ayuza Amalia	Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Turnover Intention Karyawanr Generasi Milenial Pada Perusahaan The Rich Jogja Hotel	2020	Y	T	T	DITOLAK
12	Jb Susetiyo Anthonius Whisnu Perdana Widi Putra	Transformasi Jasa Marga: Menjadikan Generasi Milenial Sebagai Serum Perubahan Untuk Membangun Kultur Baru. (Studi Kasus Pt Jasa Marga Tbk.)	2020	Y	Y	Y	DITERIMA
13	Rahmatika Sari Amaliaa Cholicul Hadib	Peran Desain Pekerjaan Dan Karir Bagi Karyawan Generasi	2019	Y	Y	Y	DITERIMA
14	Puti Archianti	Memprediksi Kreativitas Generasi Millennial Di Tempat Kerja	2019	Y	T	Y	DITOLAK
15	Syarifah Na'imi Anisa Farra Anisa Rahmania	Kepemimpinan Autentik Dan Keterikatan Kerja Pada Karyawan Millennial	2020	Y	Y	Y	DITERIMA
16	Dewi Anggraini Amalia Juniary Rachmawati Annisa Irindita Pradani	Pengaruh Need Of Affiliation (N-Aff) Dan Keterlibatan Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Pada	2017	Y	Y	Y	DITERIMA

No	Peneliti	Judul	Tahun	Q1	Q2	Q3	Hasil
		Generasi Millennial (Gen Y) Perusahaan Informasi Dan Komunikasi Di Palembang					
17	Nathania Reandra Sianturi Bulan Prabawani ²	Pengaruh Employee Engagement Dan Work Value Terhadap Job Hopping Karyawan Generasi Millennial Pada Golden Tulip Jineng Resort Bali		Y	T	Y	DITOLAK
18	I Putu Dharmawan Pradhan Ruben Lomi Devidson Imanuel Eman	Efektifitas Pendekatan Typological Hippocrates-Gallenus Dalam Mengembangkan Kinerja Karyawan Milenial Studi Kasus Di UMKM Kota Denpasar	2020	Y	Y	Y	DITERIMA
19	Tri Bakti Agung Wibowo	Efektifitas Program Servant Leadership Terhadap Kepuasan Karyawan Di Industri Farmasi	2019	Y	Y	Y	DITERIMA
20	Ni Putu Depi Yulia Peramesti Dedi Kusmana	Kepemimpinan Ideal Pada Era Generasi Milenial	2018	Y	Y	Y	DITERIMA
21	Triyana Muliawati	Peran Work-Life Balance Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Milenial: Studi Literatur	2020	Y	Y	Y	DITERIMA
22	Andra Novendri Hendra Lukito	Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Milenial PT Semen Padang Dengan Variabel Demografis Sebagai Moderator	2020	Y	Y	Y	DITERIMA
23	Moch. Ali Mashuri Subagyo Adam	Motif Pengembangan Kemandirian Generasi Milenial Dalam Pelaksanaan Pelayanan Publik Di Pemerintah Kabupaten Sidoarjo	2020	Y	T	T	DITOLAK
24	Icha Auliza Qisthy Mochammad Al Musadieg Muhammad Cahyo Widyo Sulistyio	Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Generasi Y Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Studi Pada Karyawan Generasi Y PT. BPR Tunas Artha Jaya Abadi Kantor Pusat)	2018	Y	Y	Y	DITERIMA
25	Alfira Tara R. Felisca Novitria	Studi Literatur Mengenai Karakteristik Kepemimpinan Dalam Lingkup Industri Dan Organisasi Di Era Generasi Milenial	2020	Y	Y	Y	DITERIMA
26	Monovatra Predy Rezky Joko Sutartob Titi Prihatinc Arief Yuliantod Irajuana Haidare	Generasi Milenial Yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5.0 Dan Revolusi Industri 4.0) Di Bidang Pendidikan Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia	2019	Y	Y	Y	DITERIMA
27	Armansyahfudin	Strategi Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia Bagi Generasi Millennial	2018	Y	Y	Y	DITERIMA
28	Dr. Nopriadi Saputra, ST, MM	Mempertimbangkan Keberadaan Milenial Dalam Perencanaan SDM: Studi Kasus Perusahaan Perkebunan Sawit Indonesia	2020	Y	Y	Y	DITERIMA

No	Peneliti	Judul	Tahun	Q1	Q2	Q3	Hasil
29	Hasril Atieq Pohan	Kepemimpinan Di Era Milenial Ditinjau Dari Aspek Komunikasi	2019	Y	Y	Y	DITERIMA
30	Agus Setiyo Utomo Andrika Pesparani Nikerija Nainggolan	Dampak Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kepuasan Kerja Pada ASN Milenial Di Kementerian Perdagangan	2020	Y	Y	Y	DITERIMA

Sumber : Data Diolah (2023)

4.2 Analisis Data (*Data Analysis*)

Tahapan ini akan menjawab pertanyaan dari *Research Question* (RQ) dan membahas hasil dari metode serta pendekatan yang dominan muncul dari tahun 2017–2020

4.3 Pembahasan Hasil

Bagian ini akan menjelaskan/menjawab *Research Question* (RQ). Secara keseluruhan terdapat 30 jurnal melalui *search process*. Setelah data diseleksi berdasarkan inclusion and exclusion criteria dengan menggunakan kata kunci (*keyword*) “pengembangan sumber daya manusia pada generasi milenial”, “budaya organisasi generasi milenial” dan “kepemimpinan generasi milenial”, maka terdapat 23 artikel jurnal yang memenuhi *Quality Assessment* (QA) yang relevan dan kemudian dikelompokkan berdasarkan platform pengembangan dan pendekatan yang digunakan untuk menjawab *research question*.

RQ1. Apa karakteristik kepemimpinan dan budaya organisasi yang diharapkan oleh pekerja generasi milenial dari tahun 2017-2020?

Budaya adalah kekuatan yang tidak terlihat dalam membentuk keberhasilan organisasi dan menjadi kunci untuk mempertahankan *top management* dalam sebuah organisasi. Oleh karena itu, pengembangan budaya merupakan salah satu pekerjaan penting seorang pemimpin. Strategi pengembangan sumber daya manusia merupakan suatu keharusan untuk menjawab

tantangan yang akan dihadapi dimasa depan. Salah satu tantangan yang sering terjadi dalam organisasi adalah adanya *multi generation*. Perbedaan generasi dalam lingkungan kerja menjadi salah satu subyek yang selalu muncul dalam perkembangan manajemen sumber daya manusia, dan konsep perbedaan generasi terus berkembang dari waktu ke waktu. Adanya hambatan *multi generation* yang muncul merupakan tantangan yang besar bagi setiap organisasi untuk menjembatani kesenjangan generasi, karena peningkatan jumlah tenaga kerja generasi milenial menyebabkan demografi yang lebih luas dan beragam secara digital. Pemimpin perusahaan harus adaptif menerima perubahan ini dengan cara mengembangkan suatu system atau strategi yang dapat menghubungkan antara generasi milenial dengan budaya organisasi.

Kepemimpinan milenial diterjemahkan sebagai kepemimpinan masa kini yang menyesuaikan dengan gaya generasi baru yang lahir pada era 1980-an. Pola kepemimpinan milenial tidak sama dengan pola kepemimpinan lama dari generasi sebelumnya. Generasi milenial memegang peran penting karena generasi tersebut saat ini memasuki masa paling produktif. Generasi inilah yang menggerakkan dunia kerja, dunia kreativitas, dunia inovasi, dan memengaruhi pasar dan industri global yang ada sekarang dan sedang menggelinding di lapangan kompetisi dunia kerja, dunia kreativitas, dan dunia inovasi. Dengan merujuk pada generasi itu, gaya kepemimpinan yang dibangun pun perlu beradaptasi dengan pola pikir dan gaya hidup mereka. Dengan memahami karakter generasi milenial ini, kepemimpinan yang

muncul pun perlu menjadi bagian dari figur yang cocok dengan mereka. Kepemimpinan milenial perlu memahami dan memakai pola komunikasi generasi milenial yang dipimpinnya. Kepemimpinan milenial perlu mendorong inovasi, kreativitas, dan jiwa entrepreneurship generasi baru itu. Terdapat 6 enam karakter yaitu *digital mindset*, *observer* dan *active listener*, *agile*, *inclusive*, *brave to be different*, dan *unbeatable* (pantang menyerah).

Dari berbagai literatur, gaya *servant leadership* cocok untuk diterapkan pada organisasi yang berisikan generasi millennial. *Servant leadership*, secara empiris dapat membantu dalam peningkatan kinerja pekerjaan, komitmen organisasi, perilaku dalam organisasi, dan engagement (Bao *et al.*, 2018). Menurut Melchar & Bosco (2010), *servant leader* dapat sukses dalam organisasi jasa yang kompetitif dan mengejar profit. Barbuto Jr & Gottfredson (2016) mendefinisikan tipe kepemimpinan *servant leader* secara unik cocok dalam memenuhi harapan dari generasi millennial, karena berfokus pada kebutuhan dan pengembangan bawahannya. Hasil studi Arain *et al.* (2019) menyatakan bahwa terlepas dari keterbatasan dalam mengimplementasikan *servant leadership*, konsep ini memiliki implikasi penting untuk dipraktekkan. Adanya *servant leadership* dapat membantu para karyawan agar lebih aktif dalam memberikan pendapatnya dan memberikan rasa keterikatan karyawan untuk terlibat dalam aktifitas organisasi walaupun beresiko. Konsep *servant leadership* juga dapat diaplikasikan saat rekrutmen dan promosi karyawan. Berdasarkan hasil studi Eva *et al.* (2019), *servant leadership* telah menunjukkan peningkatan tingkat efektivitas pada tim, keamanan psikologis tim, dan kreativitas serta tingkat inovasi tim. Di tingkat organisasi, *servant leadership* telah ditemukan berhubungan positif dengan kinerja perusahaan.

Menurut Sutrisno (2011), budaya tercermin melalui perasaan identitas individu dan komitmen organisasi. Hasil studi literatur ini mengungkapkan bahwa budaya organisasi

penting untuk diperhatikan dengan adanya pekerja multi generasi agar diperoleh hasil yang optimal. Untuk itu, perlu dibentuk budaya organisasi yang memiliki pekerjaan yang menantang, komunikasi yang efektif, mengoptimalkan pemanfaatan teknologi, inovasi, kekeluargaan, dan membuka kesempatan untuk semua pihak untuk berkembang. Terbentuknya budaya organisasi tersebut, akan membuat karyawannya loyal dan berdampak pada kinerja yang baik dengan hasil yang optimal.

Generasi milenial mengharapkan budaya perusahaan yang membuat mereka menjadi lebih baik. Generasi milenial mendefinisikan bahwa penekanan pada pertumbuhan pribadi merupakan kualitas yang paling penting dari budaya perusahaan. Pikiran, sikap, dan perilaku generasi ini sangat berbeda dengan generasi sebelumnya baik generasi baby boomers ataupun generasi X. Oleh sebab itu, perlakuan terhadap setiap generasi di dalam perusahaan juga harus berbeda. Salah satu langkah yang dapat diterapkan kepada pekerja generasi milenial adalah dengan memberikan mereka kesempatan untuk belajar dan mengembangkan diri. Generasi milenial tumbuh pada budaya yang serba cepat. Mereka cenderung memiliki sasaran orientasi jangka pendek dengan pencapaian hasil yang terukur. Manajemen perlu mengembangkan program keseimbangan antara profesionalitas dengan kehidupan personal. Generasi milenial mampu untuk melakukan pekerjaan multitasking, namun mereka tidak ingin terikat dengan jam kerja yang kaku, karena mereka cenderung fokus pada hasil.

Untuk dapat meningkatkan kinerja yang baik dengan hasil optimal, maka perlu adanya budaya organisasi yang baik yang dapat diterima oleh seluruh karyawan pada perusahaan. Anggraini, Astuti, dan Prasetya (2016) menemukan bahwa budaya organisasi yang baik meningkatkan tingkat *employee engagement*. Selanjutnya, apabila karyawan sudah *engaged* dengan organisasi, maka kinerjanya pun akan semakin maksimal. Hasil penelitian ini diperkuat dengan temuan yang menunjukkan terdapat pengaruh antara

budaya organisasi dan gaya kepemimpinan terhadap *employee engagement* (Suharti & Suliyanto, 2012).

1. Mengidentifikasi bakat potensi tinggi milenial.
2. Menyesuaikan pengalaman belajar dan pengembangan dengan gaya belajar milenial, preferensi, dan konten harapan.
3. Tidak membatasi pengembangan keterampilan kepemimpinan pada pembelajaran formal dan pengembangan pengalaman sendiri.
4. Mempromosikan generasi milenial pada peran kepemimpinan secara lebih cepat daripada generasi sebelumnya.

Di era digitalisasi dan proporsi generasi milenial yang semakin meningkat, maka kualitas pekerjaan yang dihasilkan lebih berharga dibandingkan dengan kuantitas mereka di tempat kerja. Generasi milenial tentu ingin mempunyai pemimpin yang senantiasa dapat memotivasi dan budaya yang positif ditempat kerja yang dapat membuat karyawan dapat melakukan kinerja terbaiknya secara efektif dan efisien.

RQ2. Apa metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi dan kepemimpinan organisasi terhadap pekerja generasi milenial?

Teknik pengumpulan data untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi dan kepemimpinan terhadap pekerja generasi milenial didapatkan hasil kategori paper berdasarkan teknik pengumpulan datanya. Dari hasil Tabel 4 menunjukkan bahwa Teknik pengumpulan data yang terbanyak menggunakan kuesioner. Jumlah responden terbanyak adalah 366 responden.

Tabel 4. Teknik Pengumpulan Data

No	Teknik Pengumpulan Data	Jumlah Responden	Nomor Paper Penelitian
----	-------------------------	------------------	------------------------

1	kuesioner	106	(1)
		214	(2)
		207	(4)
		123	(7)
		201	(10)
		106	(12)
		60	(20)
		195	(23)
		50	(25)
		110	(14)
		60	(16)
		366	(17)
2	Studi kepustakaan	59	(31)
		-	(21)
		-	(27)
		-	(28)
3	Tinjauan literatur dan studi empiris	-	(22)
		-	(26)
4	Interview	Manager HRD	(13)
		Informan memiliki UMKM, pekerja, serta pihak yang memiliki UMKM, pekerja, serta pihak yang terkait dengan kinerja karyawan, seperti supervisor maupun manajer lini.	(19)
5	Studi kasus	-	(29)

RQ3. Apa faktor yang mempengaruhi kinerja dan *employee engagement* pekerja generasi milenial?

Berdasarkan RQ3 mengenai faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan generasi milenial didapatkan hasil yaitu kategori jurnal berdasarkan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan generasi milenial. Tabel 5 menunjukkan bahwa budaya organisasi mempunyai faktor yang paling tinggi mempengaruhi kinerja karyawan generasi milenial.

Tabel 5. Faktor yang mempengaruhi kinerja pekerja generasi milenial.

No	Variabel	Penelitian
----	----------	------------

1	Budaya Organisasi	1,2,10,12,13,14,17,22,23,25,27,28,29
2	Kepemimpinan	8,16,19,20,21,26,30,31
3	Worklife Balance	4
4	Komitmen organisasi	7

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa berdasarkan hasil *Systematic Literature Review* bahwa budaya organisasi merupakan factor terpenting terhadap kinerja karyawan generasi milenial. Perbedaan generasi dalam lingkungan kerja menjadi salah satu subyek yang selalu muncul dalam perkembangan manajemen sumber daya manusia, dan konsep perbedaan generasi terus berkembang dari waktu ke waktu. Diperlukan pendekatan khusus dan berbeda untuk memimpin dan memberdayakan karyawan generasi milenial. Yang harus dilakukan oleh pemimpin adalah melakukan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik generasi milenial. Teknik pengumpulan data yang paling banyak dilakukan adalah dengan pengumpulan kuesioner dan jumlah responden terbanyak ada 366 responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. (2020). Pengaruh Komitmen Organisasi terhadap Turnover Intention Karyawan Generasi Milenial pada Perusahaan The Rich Jogja Hotel. *Acta Psychologia*, 2(1), 63-71.
- Angeline, T. (2011). Managing generational diversity at the workplace: Expectations and perceptions of different generations of employees. *African Journal of Business Management*, 5(2), 249.
- Anggraini, D., Juniarly, A., Rachmawati, R., & Pradani, A. I. (2017). Pengaruh Need Of Affiliation (N-aff) dan Keterlibatan Kerja terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb) pada Generasi Millennial (Gen Y) Perusahaan Informasi dan Komunikasi di Palembang. *Inquiry*, 8(2), 111-120.
- Anisa, S. N. I. (2020, September). Kepemimpinan Autentik dan Keterikatan Kerja Pada Karyawan Millennial. In *Prosiding Seminar Nasional Milleneial 5.0 Fakultas Psikologi Umby*.
- Arain, G. A., Hameed, I., & Crawshaw, J. R. (2019). Servant leadership and follower voice: the roles of follower felt responsibility for constructive change and avoidance-approach motivation. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 28(4), 555-565.
- Bao, Y., Li, C., & Zhao, H. (2018). Servant leadership and engagement: A dual mediation model. *Journal of Managerial Psychology*, 33(6), 406-417.
- Barbuto Jr, J. E., & Gottfredson, R. K. (2016). Human capital, the millennial's reign, and the need for servant leadership. *Journal of Leadership Studies*, 10(2), 59-63.
- Depi, N. P., Peramesti, Y., & Kusmana, D. (2018). Kepemimpinan ideal pada era generasi milenial [Ideal leadership in the millennial generation]. *Manajemen Pemerintahan*, 10(1), 73-84.
- Eva, N., Robin, M., Sendjaya, S., Van Dierendonck, D., & Liden, R. C. (2019). Servant leadership: A systematic review and call for future research. *The leadership quarterly*, 30(1), 111-132.
- Filiana, G. S. (2016). Job satisfaction and organizational commitment among Generation-Y: The impact of intrinsic and extrinsic factors on affective, continuance, and normative

- commitment. *Denmark: Business and Social Science, Aarhus University*.
- Fudin, A. (2019). Strategi Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia Bagi Generasi Millennial. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 169-185.
- Ismail, M., & Lu, H. S. (2014). Cultural values and career goals of the millennial generation: An integrated conceptual framework. *Journal of International Management Studies*, 9(1), 38-49.
- Kim, H., Knight, D. K., & Crutsinger, C. (2009). Generation Y employees' retail work experience: The mediating effect of job characteristics. *Journal of Business Research*, 62(5), 548-556.
- Kitchenham, B., Mendes, E., & Travassos, G. H. (2006, April). A systematic review of cross-vs. within-company cost estimation studies. In *10th International Conference on Evaluation and Assessment in Software Engineering (EASE) 10* (pp. 1-10).
- Kratz H. (2013). *Maximizing millennials: The who, how, and why of managing gen Y*. United States: University of North Carolina.
- Lineker, A. G., Hidayati, T., & Maria, S. (2016). Pengaruh iklim organisasi dan kepuasan kerja serta komitmen organisasional terhadap kinerja karyawan. *INOVASI*, 12(2), 250-269.
- Mangkunegara, A. P. (2005). *Perilaku dan Budaya Organisasi*, cetakan pertama. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Meier, J., & Crocker, M. (2010). Generation Y in the workforce: Managerial challenges. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 6(1), 68.
- Melchar, D. E., & Bosco, S. M. (2010). Achieving high organization performance through servant leadership. *The Journal of Business Inquiry*, 9(1), 74-88.
- Meilinda, S. D., Lustiadi, Y., & Hernawan, W. (2019). Millennial behavior: Sebuah pendekatan dalam perilaku kepemimpinan. *Wacana Publik*, 13(02).
- Muliawati, T., & Frianto, A. (2020). Peran work life balance dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan milenial: Studi literatur. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2), 606-619.
- Nizam, S., Ruzainy, M., Sarah, S., & Idayu, N. (2016). Generation Y: Organizational commitment and turnover intention. *The European Proceedings Social and Behavioral Sciences*, 21-23.
- Novendri, A., & Lukito, H. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Milenial Pt Semen Padang Dengan Variabel Demografis Sebagai Moderator. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(1), 167-186.
- Novitria, F. (2020, October). Studi Literatur Mengenai Karakteristik Kepemimpinan Dalam Lingkup Industri Dan Organisasi Di Era Generasi Milenial. In *Prosiding Seminar Nasional LP3M* (Vol. 2).
- Panggabean, M. S., Soekapdjo, S., & Tribudhi, D. A. (2020). Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan di era millennial. *Akuntabel*, 17(1), 133-139.
- Paramita, A. P. D., & Kartika, L. (2020). Analisis pengaruh budaya organisasi dan kualitas kerja terhadap keterikatan pegawai generasi Y. *J Ekobis: Ekon Bisnis Manaj*, 10(2), 145-161.
- Pohan, H. A. (2019). Kepemimpinan di Era Milenial Ditinjau dari Aspek Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3(2), 156-174.
- Pradhana, I. P. D., Lomi, R., & Eman, D. I. (2020). Efektifitas Pendekatan Typological Hippocrates-Gallenus Dalam Mengembangkan Kinerja

- Karyawan Milenial Studi Kasus di UMKM Kota Denpasar. *MEDIA BINA ILMIAH*, 15(5), 4451-4462.
- Rahmawati, Z., & Gunawan, J. (2020). Hubungan Job-related Factors, Work-life Balance dan Kepuasan Kerja pada Pekerja Generasi Milenial. *Jurnal SAINS Dan Seni ITS*, 8(2), D418-D423.
- Rezky, M. P., Sutarto, J., Prihatin, T., Yulianto, A., & Haidar, I. (2019). Generasi Milenial yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5.0 dan Revolusi Industri 4.0) di Bidang Pendidikan Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia. In *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)* (Vol. 2, No. 1, pp. 1117-1125).
- Robbins, S. P. dan Timothy A. J. (2009). *Organizational Behavior (13th ed)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Saputra, N. (2020). Mempertimbangkan Keberadaan Milenial Dalam Perencanaan SDM: Studi Kasus Perusahaan Perkebunan Sawit Indonesia. In *Perencanaan SDM: Take Charge of Your Career*, Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Sari, R. L. (2018). Komitmen organisasi pada dosen generasi milenial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 153-164.
- Sheahan, P. (2009). *Generation Y in Asia*. Sydney: The University of Sydney.
- Soeharso, S. Y., & Nurika, R. (2020). The Effect of Organizational Culture on Employee Engagement with Work Ethic (Hard Work) as A Moderating Variable: Case Study on Millennial Generation Employees at PT X. *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 11(01), 46-54.
- Suharti, L., & Suliyanto, D. (2012). The effects of organizational culture and leadership style toward employee engagement and their impacts toward employee loyalty. *World Review of Business Research*, 2(5), 128-139.
- Susanto, A. B., Sujanto, F. X., Wijanarko, H., Susanto, P., Mertosona, S., & Ismangil, W. (2008). *A strategic management approach corporate culture & organization culture*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.
- Susetiyo, J. B., Widiputra, A. W. P., Sutedjo, N. P., & Ginting, A. C. (2020). Transformasi Jasa Marga: Menjadikan Generasi Milenial sebagai Serum Perubahan untuk Membangun Kultur Baru (Studi Kasus PT. Jasa Marga Tbk.). *Journal of Business & Applied Management*, 13(1), 001-018.
- Sutrisno, E. (2011). *Budaya Organisasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Syaifullah, As'ad., Iwan Adhi Prasetyo. (2018). Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan. *INOVASI*, 14(1), 1-7.
- Trapero, F. G. A., Castaño, L. E. V., Parra, J. C. V., & García, J. D. L. G. (2017). Differences on self-perception of organizational pride and loyalty in Millennial & Generation X, considering gender and seniority variables. *Business and Economic Horizons (BEH)*, 13(1232-2017-2421), 270-286. <https://doi.org/10.15208/beh.2017.20>
- Utomo, A. S., & Nainggolan, A. P. N. (2020). Dampak gaya kepemimpinan transformasional terhadap kepuasan kerja pada ASN milenial di kementerian perdagangan. *Cendekia Niaga*, 4(1), 8-16.
- Wibowo, T. B. A. (2020). Efektifitas Program Servant Leadership Terhadap Kepuasan Karyawan di Industri Farmasi. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 11(1), 1-10.

Pengaruh *Workload* dan *Job Satisfaction* Terhadap *Intention to Stay* Karyawan PT. Soka Cipta Niaga

Ayu Nike Retnowati, Rahmi Nur Utami, Dikdik Purwadisastra

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: anr3515@unibi.ac.id, rahminurutami29@gmail.com, dikdiknurtanio@unibi.ac.id

Abstrak

Permasalahan tingginya *turnover* selama beberapa tahun terakhir hingga mencapai angka tertinggi sebesar 32%. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keadaan *workload*, *job satisfaction* dan *intention to stay* karyawan serta mencari besaran pengaruh *workload* dan *job satisfaction* terhadap *intention to stay* karyawan PT.Soka Cipta Niaga baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deksriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh karyawan PT.Soka Cipta Niaga yang berjumlah 37 orang responden dengan menggunakan teknik *non probability* sampling, sampel jenuh. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa *workload* termasuk dalam kategori tinggi, *job satisfaction* dan *intention to stay* berada pada kategori rendah. Berdasarkan hasil uji determinasi diperoleh bahwa *workload* berpengaruh sebesar 1,2% terhadap *intention to stay*, *job satisfaction* berpengaruh sebesar 40,7% terhadap *intention to stay*. Pengaruh uji determinasi *workload* dan *job satisfaction* berpengaruh sebesar 37,2%. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan *workload* tidak berpengaruh terhadap *intention to stay*, dan *job satisfaction* berpengaruh terhadap *intention to stay*. Secara simultan *workload* dan *job satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to stay* karyawan.

Kata Kunci: *workload*, *job satisfaction*, *intention to stay*.

Abstract

The problem on this research is high turnover over on the last few years reaching a highest rate is 32%. This study aims to determine the state of *workload*, *job satisfaction* and *intention to stay* of employees and to find the magnitude of the effect of *workload* and *job satisfaction* on the *intention to stay* employees of PT. Soka Cipta Niaga either partially or simultaneously. The method used in this research is descriptive and verification with a quantitative approach. The population used in this study were all employees of PT. Soka Cipta Niaga, totaling 37 respondents using a non-probability sampling technique, the sample was saturated. Based on the results of the study, it was found that *workload* was included in the high category, *job satisfaction* and *intention to stay* were in the low category. Based on the results of the determination test, it was found that *workload* had an effect of 1.2% on *intention to stay*, *job satisfaction* had an effect of 40.7% on *intention to stay*. The effect of the *workload* determination test and *job satisfaction* has an effect of 37.2%. The results of the study partially show that *workload* has no effect on *intention to stay*, and *job satisfaction* has an effect on *intention to stay*. Simultaneously *workload* and *job satisfaction* have a positive and significant effect on employees' *intention to stay*.

Keywords: *workload*, *job satisfaction*, *intention to stay*.

1 PENDAHULUAN

Permasalahan umum perusahaan adalah mengenai tingkat keinginan karyawan untuk tetap berada di perusahaan semakin menurun dan tidak dapat di prediksi, ketika karyawan tidak memiliki niat untuk tetap tinggal lama di dalam satu perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan kurang baik, menyebabkan karyawan tidak betah berada di dalam perusahaan dan berkeinginan untuk mencari pekerjaan baru. Menurut Mobley dalam Rissambessy (2021:67) dampak dari tingginya *turnover* yang dialami oleh perusahaan diantaranya, timbulnya biaya perekrutan, penerimaan dan pelatihan karyawan baru, rusaknya struktur sosial dan komunikasi, bahkan sampai pada hilangnya produktivitas (selama pencarian dan pelatihan pengganti). Menghitung presentase *turnover intention* pada PT.Soka Cipta Niaga bisa menggunakan rumus LTO (*Labour Turnover*). Menurut Gallup dalam Iskandar dkk (2021:112) Turnover yang ideal adalah 10% dalam setahun. Untuk memperjelas permasalahan mengenai keinginan karyawan untuk tetap tinggal di perusahaan, maka penulis melampirkan data *turnover* karyawan PT. Soka Cipta Niaga. Berikut adalah data *turnover* karyawan PT. Soka Cipta Niaga Tahun 2016– 2020:

Tabel 1. Data *turnover* karyawan.

No	Tahun	Jumlah karyawan awal tahun	Jumlah karyawan akhir tahun	Persentase
1.	2016	28	31	20 %
2.	2017	31	37	32 %
3.	2018	37	37	0 %
4.	2019	37	44	14 %
5.	2020	44	37	27 %

Berdasarkan hasil pra-survey telah disebar kepada 15 karyawan PT.Soka Cipta Niaga, diperoleh bahwa karyawan merasa terbebani jika diberikan pekerjaan bersifat mendadak, diberi pekerjaan dimana pekerjaan tersebut harus diselesaikan segera, berdasarkan hasil tersebut juga

karyawan merasa terbebani jika harus tetap bekerja di hari libur (*weekend*), memang betul bahwa PT. Soka Cipta Niaga tetap bekerja di hari sabtu namun untuk jam kerja ditentukan setengah hari yaitu pukul 08.00–12.00 WIB, dan karyawan merasa terbebani dengan pekerjaan yang menimbulkan stress, bagian divisi tertentu di PT. Soka Cipta Niaga terdapat target target besar dimana karyawan merasa terbebani, namun disisi lain karyawan PT. Soka Cipta Niaga tidak merasa terbebani secara mental atas pekerjaannya.

Menurut Issen dan Bravon dalam Hidayati (2018:2) individu yang tidak puas dengan pekerjaannya masih cenderung ingin keluar. Menurut Richardson dalam Yuda (2017:5320) ketidakpuasan terjadi ketika seorang karyawan memiliki pemikiran untuk keluar dari pekerjaannya karena dengan keluar dari pekerjaannya maka, karyawan tersebut berharap untuk mendapatkan pekerjaan lain yang mampu memberikan kepuasan kerja dengan lebih baik. Berdasarkan hasil pra-survey yang disebar kepada 15 karyawan, karyawan PT. Soka Cipta Niaga tidak merasa puas dengan gaji yang diterima karyawan setiap bulannya, dan berdasarkan hasil pra-survey juga karyawan tidak merasa puas karena tidak ada kesempatan untuk mendapatkan promosi jabatan di perusahaan, namun karyawan PT. Soka Cipta Niaga merasa puas dengan pekerjaannya karena sesuai dengan minat dan kompetensi dan karyawan juga merasa puas dengan rekan kerjanya.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Workload* (Beban kerja)

Menurut Meshkati dalam Hariyati (2014:7) didefinisikan sebagai suatu perbedaan antara kapasitas atau kemampuan pekerja dengan tuntutan pekerjaan yang harus dihadapi. Mengingat kerja manusia bersifat mental dan fisik, maka masing-masing mempunyai tingkat pembebanan yang berbeda-beda. Menurut Menpan dalam Artadi (2015:23), beban

kerja adalah sekumpulan atau sejumlah kegiatan yang harus diselesaikan oleh suatu unit organisasi atau pemegang jabatan dalam jangka waktu tertentu. Sementara itu menurut Munandar dalam Achyana (2016:5) Beban kerja adalah suatu kondisi dari pekerjaan dengan uraian tugasnya yang harus diselesaikan pada batas waktu tertentu.

2.2 Job Satisfaction (Kepuasan Kerja)

Menurut Robbins dalam Hamali (2018:200) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai sikap umum terhadap pekerjaan seseorang, yang menunjukkan perbedaan antara jumlah penghargaan yang diterima pekerja dan jumlah yang diyakini oleh pekerja yang seharusnya diterima. Menurut Hasibuan dalam Hidayati (2018:4) kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya.

2.3 Intention to Stay

Menurut Robbins dalam Hamali (2018: Menurut Widyawati dalam Ratnasari dkk (2018:4-5), *Intention to stay* adalah keinginan karyawan untuk tetap tinggal di perusahaan dalam jangka waktu yang panjang menunjukkan adanya komitmen terhadap perusahaan dan kesediaan untuk tetap tinggal di perusahaan. Menurut Siahan dalam Hidayati (2018:2) *Intention to stay* dapat didefinisikan sebagai kecenderungan atau niat karyawan untuk tetap bekerja dalam pekerjaannya secara sukarela menurut pilihannya sendiri, dan menurut Ibrahim dalam Monica (2021:3)

Intention to stay adalah nilai karyawan untuk tetap bertahan dalam sebuah organisasi merupakan kondisi dimana karyawan cenderung ingin tinggal bersama organisasi sampai keadaan dimana para karyawan terpaksa harus pergi meninggalkan organisasi dengan keadaan tertentu.

3 METODE PENELITIAN

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deksriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan Teknik penyebaran angket. Instrimen penelitian diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's alpha pengukuran	Nilai Cronbach's alpha standar	Keterangan
<i>workload</i>	.957	>0,60	Sangat Reliabel
<i>job satisfaction</i>	.977	>0,60	Sangat Reliabel
<i>intention to stay</i>	.966	>0,60	Sangat Reliabel

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari penyebaran kuesioner karyawan sebanyak 37 orang responden. Setiap responden yang terdapat dalam penelitian ini tentu mempunyai status atau karakteristik tertentu, karakteristik yang diambil adalah jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pendapatan yang diterima, dan masa kerja.

Tabel 3. Karakteristik responden.

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	21	56,8%
	Perempuan	16	43,2%
Usia	20-30	16	43,2%
	31-40	9	24,3%
	41-50	9	24,3%
	>50	3	8,31%
Tingkat pendidikan	S2	1	2,7%
	S1	16	43,2%
	D3	2	5,4%
	SMA	16	43,2%
	SMP	2	5,4%
Pendapatan	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	19	51,4%
	Rp 3.000.000 -	15	40,5%

	Rp 5.000.000		
	Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	3	8,1%
	> Rp 10.000.000	0	0%
Masa kerja	<1 tahun	1	2,7%
	1-5 tahun	16	43,2%
	5-10 tahun	20	54,1%
	>10 tahun	0	0%

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh gambaran mengenai *Workload*, *Job Satisfaction* dan *Intention to Stay* pada Tabel 4.

Tabel 4. Tanggapan responden.

No	Variabel	Rata-Rata	Kategori
1	<i>Workload</i>	3,62	Tinggi
2	<i>Job Satisfaction</i>	2,90	Cukup Rendah
3	<i>Intention to Stay</i>	2,80	Cukup Rendah

Workload berada pada kategori tinggi dengan keadaan merasa terbebani ketika harus bekerja tambahan (lembur) sedangkan mereka merasa tidak terlalu terbebani jika harus mengingat hal-hal yang penting dalam pekerjaannya.

Job satisfaction berada pada interval cukup rendah, karyawan merasa tidak puas dengan tidak ada kesempatan mendapatkan promosi jabatan sedangkan karyawan merasa puas dengan pekerjaan yang dilakukannya saat ini

Intention to stay berada pada interval cukup rendah, karyawan tidak memiliki niat untuk tetap di perusahaan karena tidak mendapatkan tawaran gaji yang tinggi, namun mereka ingin tetap di perusahaan karena lingkungan pekerjaan yang nyaman.

4.1 Koefisien Determinasi

- Hasil uji koefisien determinasi variabel *workload* terhadap *intention to stay* karyawan:

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.109 ^a	.012	-.016	7.988

a. Predictors: (Constant), workload

b. Dependent Variable: intention to stay

Dapat diketahui bahwa variabel *workload* berpengaruh sebesar 0,012 atau 1,2% terhadap *intention to stay* karyawan.

- Hasil uji koefisien determinasi variabel *job satisfaction* terhadap *intention to stay* karyawan:

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.407	.390	6.189

a. Predictors: (Constant), Job satisfaction

b. Dependent Variable: intention to stay

Dapat diketahui bahwa variabel *job satisfaction* berpengaruh sebesar 0,407 atau 40,7% terhadap *intention to stay* karyawan.

- Hasil uji koefisien determinasi variabel *workload* dan *job satisfaction* terhadap *intention to stay* karyawan: Jika pengaruh variabel *workload* dan *job satisfaction* digabung, maka koefisien determinasi kedua variabel bebas tersebut akan menghasilkan pengaruh sebesar 0,372 atau 37,2% terhadap *intention to stay* karyawan.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.407	.372	6.279

5 SIMPULAN

Pada PT. Soka Cipta Niaga *workload* karyawannya berada pada kategori tinggi, beban kerja tinggi dirasakan oleh karyawan terutama keharusan untuk bekerja lembur. *Job*

Satisfaction yang dirasakan oleh karyawan cukup rendah, karyawan merasa tidak puas dengan aspek jenjang karir yang terbatas/tidak adanya kesempatan untuk promosi. *Intention To Stay* yang dirasakan oleh karyawan berada pada kategori cukup rendah, karyawan tidak ingin untuk tetap di perusahaan karena tidak mendapatkan gaji yang tinggi. Secara pengaruh *wokload* terhadap *intention to stay* berpengaruh sebesar 1.2%, *job satisfaction* berpengaruh 40,7% terhadap *intention to stay*, sedangkan pengaruhnya secara simultan sebesar 37,2%.

6 SARAN

Tingginya beban kerja yang dirasakan oleh karyawan berdasarkan hasil penelitian karena aspek jam kerja terutama keharusan untuk bekerja lembur, hal ini sebaiknya menjadi perhatian PT. Soka Cipta Niaga untuk dapat mengatur Kembali perencanaan kerjanya agar dapat mengatur metode kerja yang lebih efektif, selain itu bisa juga mengubah teknis kerja dengan cara *target oriented* bukan berdasarkan jam kerja.

Job Satisfaction cukup rendah dari sisi kesempatan promosi, promosi merupakan salah satu aspek yang dapat memotivasi karyawannya untuk bisa bertahan dalam perusahaan karena harapan untuk berkarir aspek pembentuk kepuasan, PT. Soka Cipta Niaga meskipun terdapat keterbatasan jenjang karir perlu ada kesempatan untuk mengembangkan kemampuan seperti pelatihan sehingga meskipun tidak naik ke jenjang karir yang lebih tinggi karyawan tetap memiliki kesempatan untuk memiliki kemampuan yang lebih tinggi di jabatannya saat ini.

Intention to Stay karyawan PT. Soka Cipta NIaga dalam kategori cukup rendah terutama keinginan karyawan untuk bertahan karena merasa tidak dibayar dengan tinggi oleh perusahaan. Salah satu cara yang dapat digunakan oleh PT. Cipta Niaga dengan

mengubah Teknik penggajian atau insentif sehingga karyawan dapat terstimulus untuk meningkatkan kinerjanya agar mendapatkan kompensasi lebih. Berdasarkan pengaruhnya *Job Satisfaction* berpengaruh 40,7% terhadap *turn over intention* sehingga kepuasan karyawan perlu menjadi perhatian lebih perusahaan dari aspek pekerjaannya, kesempatan promosi, supervisi, gaji dan lingkungan kerja yang sehat dan nyaman. Meskipun *workload* tidak berpengaruh signifikan bukan berarti perusahaan mengabaikan rasio beban kerja karyawan tetapi tetap memperhatikan agar meningkatkan kepuasannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achyana, M., & Sidiq, S. S. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi beban kerja room attendant di grand jatra hotel pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2), 1-12.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi Mengelola Karyawan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hidayati, N. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Intention To Stay Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Mediasi.(Studi pada Perangkat Desa Di Kecamatan Tambak Kabupaten Banyumas). *Jurnal Manajemen. STIE Putra Bangsa Kebumen*.
- Iskandar, Y. C. & Rahadi, D. R. (2021). Strategi Organisasi Penanganan Turnover Melalui Pemberdayaan Karyawan. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 102-116.
- Monica, D. S., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Kompensasi terhadap Intention to Stay dengan Komitmen Organisasi sebagai

Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 101-110.

Purwati, A. A., Salim, C. A., & Hamzah, Z. (2020). Pengaruh Kompensasi, Motivasi Kerja, Dan Beban Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 370-381.

Risambessy, A. (2021). Pengaruh Ketidakamanan Kerja dan Beban Kerja terhadap Turnover Intention dengan Komitmen Organisasi sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus pada Alfa Midi di Kota Ambon. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 2(10), 66-83.

Solehah, S., & Ratnasari, S. L. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Beban Kerja, Job Insecurity Terhadap Turnover Intention Karyawan PT. Federal Internasional Finance Cab Batam. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 210-239.

Yuda, I. B. D. P., & Ardana, I. K. (2017). Pengaruh kepuasan kerja dan stres kerja terhadap turnover intention pada karyawan Hotel Holiday Inn Express. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5319-5347.

What Are The Implications of Job Satisfaction on Employee Performance?**Okta Eka Putra**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: oktaeka@unibi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisis pengaruh kompetensi dan kompensasi pegawai terhadap kepuasan kerja serta implikasinya pada kinerja pegawai divisi produksi di PT. Tectona Cipta Niaga, Kabupaten Bandung. Penelitian ini dilakukan pada seluruh pegawai divisi produksi yang berjumlah 80 pegawai, dengan menggunakan *sampling* jenuh. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif, tipe penelitian berupa *descriptive research* dan *verificative explanation research*. Berdasarkan temuan dan pembahasan penelitian, diketahui bahwa tanggapan responden terkait dengan kompetensi, kepuasan kerja, dan kinerja pegawai termasuk dalam kategori kurang baik, hanya variabel kompensasi yang termasuk dalam kategori baik. Sedangkan secara parsial, diketahui bahwa terdapat pengaruh kompetensi terhadap kepuasan kerja sebesar 44,04%, pengaruh kompensasi terhadap kepuasan kerja sebesar 15,34%, pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai sebesar 66,75%, dan secara simultan kompetensi dan kompensasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja sebesar 59,38%. Sehingga, implikasi kepuasan kerja dalam penelitian ini terbukti dapat menjadi variabel *intervening* terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci: Kompetensi, kompensasi, kepuasan kerja, kinerja pegawai.

Abstract

This research is intended to identify, examine, and analyze the effect of competence and employee compensation on job satisfaction and the implications for the performance of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga, Bandung Regency. This research was conducted on all employees of the production division, totaling 80 employees, using saturated sampling. This research uses a survey method with a quantitative approach. The types of research are descriptive research and verificative explanation research. Based on the research findings and discussion, it is known that respondents' responses related to competence, job satisfaction, and employee performance are included in the unfavorable category, while only compensation variables are included in the good category. While partially known, there is an influence of competence on job satisfaction of 44.04%, the effect of compensation on job satisfaction of 15.34%, the effect of job satisfaction on employee performance of 66.75%, and simultaneously, competence and compensation affect the satisfaction of work of 59.38%. Thus, the implications of job satisfaction in this study are proven to be intervening variables on employee performance.

Keywords: Competence, compensation, job satisfaction, employee.

1 INTRODUCTION

In Indonesia, to realize a just and prosperous society based on Pancasila and the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia is carried out through the development of a national economy based on economic democracy, according to the mandate of the Decree of the People's Consultative Assembly of the Republic of Indonesia Number XVI/MPR-RI/1998 as an integral part people's economy that has a position, role, and potential strategy to create a more balanced, developed, and just national economic structure. West Java Province is currently dominated by Small Micro Enterprises (UMK) reaching more than 4.5 million (98.84%) of the total non-agricultural businesses.

Bandung Regency is one of the areas in West Java Province and has a role as a buffer zone for the provincial capital, which dominates more than 55.00% of the economy. Apart from tourism, Bandung Regency excels with industrial processing centers, namely convection by turning cloth into clothes, spread over 15 (fifteen) sub-districts. PT. Tectona Cipta Niaga is one of the business actors in the convection, embroidery and printing industries which was pioneered in 1997 at Bandung Regency with regional distribution to all cities and regions in Indonesia. Although currently the Covid-19 Pandemic is still not over, demand for orders has not decreased. The figure of the number of orders at PT. Tectona Cipta Niaga for the 2015 – 2020 period, as follows:

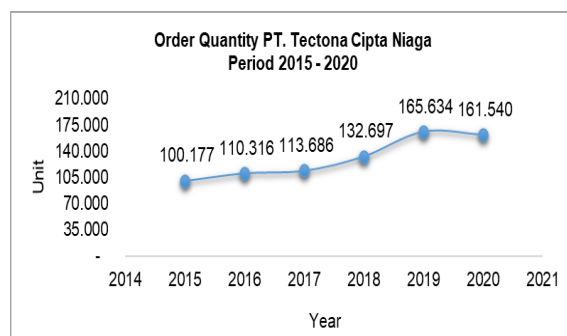


Figure 1. Order Quantity PT. Tectona Cipta Niaga Period 2015 – 2020

Based on figure 1 it is known that the number of orders has increased significantly during the 2015 – 2020 period with the highest number of orders occurring in 2019 consisting of shirts, pants, t-shirts and others. However, the increase in the number of orders did not directly improve the handling process, management found a decrease in target achievement, especially in terms of fulfilling orders within the target time, this condition is certainly related to the human resources owned by the company. The figure of the realization of the achievement of the target for order processing at PT. Tectona Cipta Niaga in the 2015 – 2020 period, as follows:

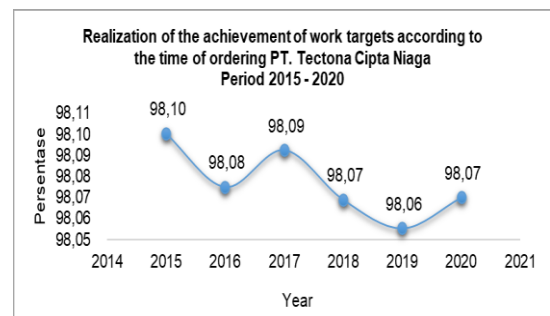


Figure 2. Realization of Target Pesenan PT. Tectona Cipta Niaga period 2015 – 2020

Based on figure 2, it is known that the realization of achieving the target for ordering work is quite good, but it is still not optimal. The company is expected to be able to provide quality employees, able to answer the challenges faced in realizing organizational goals. According to Afandi (2018: 83) performance is the result of work that can be achieved by a person or group of people in a company in accordance with their respective authorities and responsibilities in an effort to achieve organizational goals legally, does not violate the law and does not conflict with morals and ethics.

Performance appraisal must be owned by the company in an effort to evaluate work on employees (Wassem *et al.*, 2019), whereas Than, Pham, and Pham (2016) state that performance appraisal is an activity that absolutely must be carried out to determine

the achievements of each employee. Therefore, the organization must be able to place employees properly in accordance with the phrase "the right man in the right place, the right man in the right job". Every organization certainly has different performance standards, adjusted to the needs and goals to be achieved. The following is performance appraisal data at PT. Tectona Cipta Niaga in the 2015 – 2020 period, as follows.

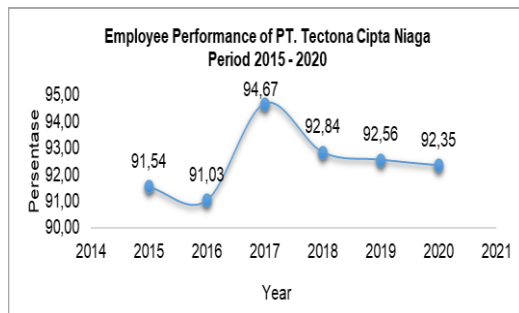


Figure 3. Employee Performance of PT. Tectona Cipta Niaga period 2015 – 2020

Performance appraisal in figure 3 is not in accordance with the expectations of companies that want employees to have consistent performance. Efforts to improve employee performance must be planned strategically by creating good and professional management. The decrease in performance is caused by there are still employees who have low work quality, work targets are not in accordance with the agreement, there are still many employees waiting for orders in carrying out work, recruitment does not always go through predetermined procedures, training is still not optimal, work tends to be monotonous, payment of salaries/wages is sometimes delayed, leaders feel less assertive towards employees who are not disciplined, it is difficult to get promotions, and communication is felt to be not very good.

Every company will always try to improve employee performance by meeting needs, giving attention, and placing employees as company assets. Such conditions can be realized one of them through the approach of job satisfaction.

According to Robbins (2017: 170) job satisfaction is a general attitude towards work as the difference between the number of rewards received by workers and the number of rewards that are believed to be received.

Employees who get job satisfaction will do a good job, and tend to choose to stay in the company. According to Mangkunegara (2017: 48) competence is something that is formed by the knowledge possessed by an employee to carry out his duties and responsibilities, skills an effort to carry out the duties and responsibilities given by the company and attitude behavior. someone in carrying out their duties and responsibilities in accordance with company regulations.

Research conducted by Than, Pham, and Pham (2016); Aini, Jaelani, and Khoirul (2020) stated that the variable job satisfaction has a significant influence on employee performance, in contrast to Ahmudi *et al.* (2018) who in their research found job satisfaction did not affect employee performance. Competence is the most difficult thing to imitate, because it is specific to each individual. Employees must have satisfaction with their jobs through the effective utilization of skills (Beloor *et al.*, 2020). Increasing the competence of employees is needed to support work ability as well as determine the level of performance.

Research conducted by Tung, Anh, and Anh (2019); Rahman, Siddiqi, and Basak (2017) found that competence has a positive and significant effect on job satisfaction, in contrast to Adam and Kamase (2019) in a study which found that competence had no significant effect on job satisfaction. In addition, to create employees who have optimal performance, one aspect that is important to consider is the compensation system. Compensation is a fair and proper award or reward directly or indirectly, financially or non-financially to employees, in return or contribution/service to achieving company goals (Marwansyah, 2016: 269).

In addition, Sari and Putra (2020) state that the application of compensation is given as remuneration or a company reward for the sacrifice of time, effort and thought or loyalty

that has been given by employees to the company. If compensation is not administered properly, then employee morale will decrease and affect work results. Research conducted by Abadi and Renwarin (2017); Wulandari, Murtini, and Rahmanto (2018); Saman (2020) research results show that compensation has a significant effect on job satisfaction, in contrast to Harahap and Khair (2019) which states that compensation has no significant effect on job satisfaction.

The purpose of this research, firstly to find out and analyze the conditions of competence, compensation, job satisfaction, and performance of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga. Second, to find out and analyze the influence of competence and compensation on job satisfaction partially and simultaneously. Third, to find out and analyze the influence of job satisfaction on the employee performance.

2 LITERATURE REVIEW

In general, management activities within the organization are directed to achieve organizational goals effectively and efficiently. There are several definitions related to management according to experts. Each expert provides a different view of the limits of management, depending on the point of view, belief and comprehensiveness. Referring to the notion of management conveyed by Firmansyah and Mahardika (2018:4); Hasibuan (2017:2); Sinambela (2018: 5), it can be concluded that management is the science and art of managing the process of planning, organizing, and controlling the work of members of the organization by using organizational resources effectively and efficiently to achieve organizational goals in accordance with the plans set together in the company.

While referring to Mangkunegara (2017:2); Desseler (2015: 3), it can be concluded that human resource management is the science and art of managing the relationship of management functions to the process of procurement, development, remuneration, integration, maintenance and

separation of labor so that it effectively and efficiently helps the realization of company goals, employees, and society fairly.

Organization is an association or union of individuals who work together to develop the same vision and mission or the same goal. An organization is said to be good if its existence contributes to society or the surrounding environment. Referring to the notion of organizational behavior put forward by Triatna (2015:2); Colquitt in Yusuf (2017:3); Wijaya (2017: 1), it can be concluded that organizational behavior is a study used to study, understand, explain, and improve the attitudes and behavior of individuals and groups within an organization, and their impact on individual, group or organizational performance.

In general, competence is the ability or skills possessed by someone in carrying out a job. Competence is also a reflection of a person's personality that can be estimated and shown in tasks and jobs. UU No. 13 of 2003 concerning Manpower states that work competence is the work ability of each individual which includes aspects of knowledge, skills and work attitudes in accordance with established standards.

Several experts expressed opinions about competence such as Amstrong in Sedarmayanti (2017: 235); Wibowo (2017:272); Mangkunegara (2017: 48) which can then be understood that competence is an individual characteristic formed by knowledge, skills, and attitude of a person in carrying out duties and responsibilities brought to a job that underlies individual performance. Dimensions are used to measure competency according to Mangkunegara (2017:48), namely knowledge, skills, and attitude.

Compensation is an important factor and is of concern to many organizations in retaining and attracting quality human resources. A good compensation system will greatly affect work morale and productivity, and needs to be supported by rational judgments that can create justice according to job demands. Several experts have expressed opinions about compensation such as

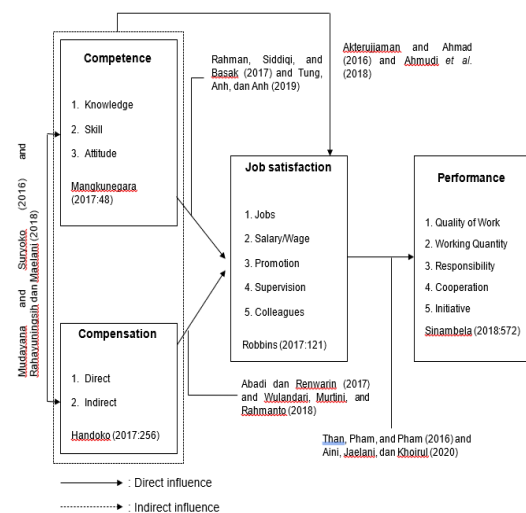
Marwansyah (2016: 269); Hasibuan (2017:119); Handoko (2017: 242) which can then be understood that compensation is all income earned, either in the form of direct or indirect, financial or non-financial income that is fair and proper for employees to receive, as a reward for services in achieving company goals and as motivation to work next time. The dimensions for measuring compensation according to Handoko (2017: 256), are direct compensation and indirect compensation.

Job satisfaction in general is an individual thing because each individual will have a different level of satisfaction according to the values that apply to each individual. Job satisfaction is a positive feeling about work resulting from an evaluation of its characteristics. Several experts have expressed opinions about job satisfaction such as Robbins (2017: 170); Busro (2020: 112) which can then be understood that job satisfaction is the feelings or attitudes of employees towards work, where these feelings or attitudes arise due to similarities or differences in the acceptance of work results that are expected by employees based on an assessment of the work situation. The dimensions used to measure job satisfaction of an employee according to Robbins (2017: 121), namely work itself, salary/wages, promotion, supervision, and co-workers.

Performance is an important factor to measure the work results of employees so that the achievement of company goals can also be measured. Performance in general is the result or success rate of a person as a whole during a certain period in carrying out tasks compared to various possibilities, such as work standards, targets or goals or criteria that have been determined in advance and have been mutually agreed upon. Several experts have expressed opinions about performance such as Mangkunegara (2017:67); Afandi (2018:83); Sinambela (2018: 481) which can then be understood that performance is the result of work in quality and quantity achieved by a person or group of people in a company in an effort to achieve organizational goals legally, does not violate the law and does not conflict

with morals and ethics, in accordance with authority and responsibility for the tasks assigned to him. The dimensions for measuring employee performance according to Sinambela (2018: 527), namely quality of work, quantity of work, responsibility, cooperation, and initiative.

Based on the literature review, previous research and the description of the framework, a research paradigm can be formulated regarding the interrelationships between competency, compensation, job satisfaction, and employee performance variables. This is done so that research has a foundation and is research conducted to find answers to the hypotheses made by researchers. The following is a picture of the paradigm used in this study.



3 RESEARCH METHODS

This study uses a descriptive method to determine the conditions of competence, compensation, job satisfaction, and performance of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga. In addition, the author also uses a verification method, which is a study conducted on a certain population or sample with the aim of testing the established hypothesis (Sugiyono, 2018: 8). The verification method in this study is used to test the truth of the theory that has been put forward and answer the problem

formulation, namely to find out how much influence employee competence and compensation has on job satisfaction and the implications for employee performance in the production division at PT. Tectona Cipta Niaga.

This research consists of independent variables, dependent variables, and intervening variables. The population in this study were all employees of the production division at PT. Tectona Cipta Niaga, 80 employees. This study uses saturated sampling techniques.

4 RESULTS AND DISCUSSION

In this study, after statistical calculations were carried out to test the validity and reliability, it was found that all the statement items submitted had met the requirements for validity and reliability or met the requirements, so the questionnaire fulfilled the eligibility elements in this study. Descriptive analysis was carried out to find out and answer the formulation of the problem related to the respondent's response to the condition of the production division at PT. Tectona Cipta Niaga on the variables studied.

Respondent answers regarding competency variables as measured by the dimensions of attitude, knowledge, and skills, according to most employees, it is interpreted to be in the unfavorable category. When compared between the sub-variables (dimensions), the attitude (dimensional) sub-variables give the best description, while the skills (skills) sub-variables give the lowest description. Respondent answers for the variable compensation as measured by the dimensions of direct compensation (direct compensation) and indirect compensation (indirect compensation), according to most employees, it is interpreted to be in the good category. When compared between the sub-variables (dimensions), the sub-variables (dimensions) of direct compensation give a slightly better picture than the sub-variables (dimensions) of indirect compensation.

Respondent answers to the variable job satisfaction as measured by the dimensions of

the work itself, salary/wages, promotions, supervision, and coworkers for production division employees at PT. According to most employees, Tectona Cipta Niaga is interpreted to be in the unfavorable category. When compared between the sub-variables (dimensions), the supervision sub-variables (dimensions) provide the best description, while the co-workers sub-variables (dimensions) provide the lowest description. Respondent answers for employee performance variables as measured by the dimensions of quality, quantity, responsibility, cooperation, and initiative for production division employees at PT. According to most employees, Tectona Cipta Niaga is interpreted to be in the unfavorable category. When compared between the sub-variables, the initiative sub-variable gives the best description while the cooperation sub-variable gives the lowest description.

To test the effect of competence and employee compensation on job satisfaction and its implications for the performance of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga will be carried out using path analysis on IBM SPSS Version 26.0 software, starting with a correlation test. The correlation test is used to measure the strength of the relationship between competency and compensation variables with reference to the Pearson correlation value.

Output of the correlation test results, it is known that the Pearson correlation value for the competency and compensation variables is 0.714 with a significance or probability of 0.000 which indicates that the value is less than 0.01. Thus, the relationship between competency and compensation variables is in the value range of 0.600 and 0.799 which is included in the strong relationship category. Simultaneous test (F test) in this study was conducted to determine the effect of competency (x₁) and compensation (x₂) variables on job satisfaction (Y). The test was carried out using the Fcount value of the significance of the results of multiple regression (multiple regression analysis). The following is the output of the simultaneous test results (F test), namely:

Table 1. Output of simultaneously test.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	467.680	2	233.840	46.861	.000 ^b
	Residual	319.365	64	4.990		
	Total	787.045	66			

a. Dependent Variable: Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Compensation, Competence

Based on the output of multiple regression analysis (multiple regression analysis) in table 1, it is known that the value of Fcount on the competency variable (x_1) and compensation (x_2) on job satisfaction (Y) is 46.861, which means $F_{count} > F_{table}$ ($46.861 > 3.14$) with a significance level of $0.000 < 0.05$. This means that simultaneously there is a significant influence of competence and compensation on job satisfaction of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga. The partial test (t test) is useful for testing the significance level of the effect of the independent variables on the dependent variable by assuming other variables are constant. Tests on the first sub structure were carried out to determine the effect of competence and compensation on job satisfaction. The following is the output of the partial test results (t test) for the first sub-structure, namely:

Table 2. Output of pasrsial test first substructure

Coefficients ^a					
Model		Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.210	2.460		.014
	Competence	.584	.114	.585	.000
	Compensation	.214	.103	.235	.043

a. Dependent Variable: Satisfaction

Based on the output of multiple regression analysis (multiple regression analysis) in table 2, a regression equation can be compiled between the independent variables and the dependent variable with the form of the regression equation as follows:

$$Y = 0,585X_1 + 0,235X_2 + 0,479$$

Referring to this equation, the following is an interpretation of the regression equation on the first sub-structure partial test (t test) resulting from this equation, namely if there is an increase of one unit in the competency variable, then job satisfaction will increase by 0.585, and if there is an increase of one unit on the compensation variable, job satisfaction will increase by 0.235 assuming there are other variables that can influence it. Based on the results of the data analysis that has been described, it can be described the pattern of relationships between variables as follows.

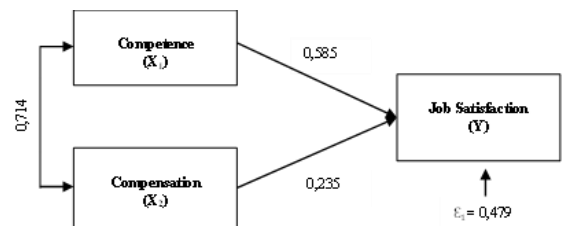


Figure 5. Path diagram of the first substructure

After doing the calculations, it is known that there is a positive and significant influence of competence and compensation on employee satisfaction in the production division at PT. Tectona Cipta Niaga of 59.38%, while the remaining 40.62% is the influence of other variables beyond competence and compensation and is not included in the study. Where, competency variables make the greatest contribution to employee satisfaction in the production division at PT. Tectona Cipta Niaga of 44.04%, followed by the compensation variable which contributed 15.34%.

Furthermore, testing on the second sub-structure was carried out to determine the effect of the Y variable, namely job satisfaction, on the Z variable, namely employee performance. The following is the output of the partial test results (t test) for the second sub-structure.

Tabel 3. Output of pasrsial test second substructure

Model	Coefficients ^a		Standardize d Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandarize d Coefficients B	Std. Error Error			
1					
(Constant)	9.578	2.037		4.702	.000
Satisfaction	.775	.068	.817	11.442	.000

a. Dependent Variable: Performance

Based on the output of multiple regression analysis (multiple regression analysis) in Table 3, a regression equation can be compiled between the independent variables and the dependent variable in the form of the regression equation as follows:

$$Z = 0,817Y + 0,428$$

The interpretation of the regression equation on the partial test (t test) of the second sub-structure resulting from this equation is the coefficient value of the variable job satisfaction of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga of 0.817. This means that for every one-unit increase in the job satisfaction variable, the employee's performance will increase by 0.817 assuming that besides the job satisfaction variable there are other factors or variables that can influence it.

Based on the results of calculating the contribution of job satisfaction to the performance of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga shows a positive and significant influence that is equal to 66.75%. The following is the relationship pattern between job satisfaction and employee performance variables, namely:

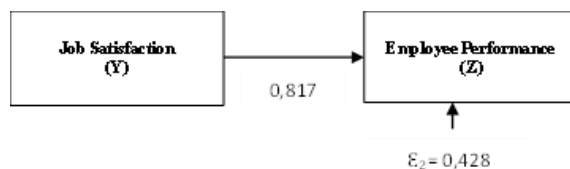


Figure 6. Path diagram of the second substructure

The coefficient of determination is used to measure how far the model's ability on the independent variables x_1 and x_2 together explains the variation of the variable Y . The value of the coefficient of determination is between zero and one, if the value of the coefficient of determination is small, it means that the ability of the independent variable to explain the variation of the dependent variable is limited. The following is the output of the test results for the coefficient of determination (R^2) in this study, namely:

Table 4. Output of coefficient test results determination (R^2)

Model	R	Model Summary ^b		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.594	.582	2.23385

a. Predictors: (Constant), Compensation, Competence

b. Dependent Variable: Satisfaction

Based on the output of multiple regression analysis in table 4, the coefficient of determination (R^2) is obtained with reference to the R Square value of 0.594 or (59.40%). This shows that the variability of the independent variables x_1 and x_2 which consist of competence and compensation can explain the Y variable, namely job satisfaction of 59.40%, while the rest is influenced by other variables not observed in the study.

The first hypothesis proposed in this study is the influence of competency variable (x_1) on job satisfaction (Y). To answer this hypothesis a partial test (t test) will be used. Based on the output in Table 2, it is known that the tcount of competence (x_1) on job satisfaction (Y) is 5.147, which means tcount > ttable (5.147 > 1.99773) with a significance level of $0.000 < 0.05$. These results mean that reject H_0 and accept H_1 , which means that there is an effect of compensation (x_2) on job satisfaction (Y) of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga.

In addition, the coefficient of the competency variable has a positive direction, meaning that the better and increased employee competency, the higher job satisfaction will be. Companies must be able to get employees who have high competence

or be able to increase the competence of employees who are currently in the company, thereby achieving job satisfaction. Based on the calculation results, it appears that the effect of competence on job satisfaction of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga is 0.4404 or 44.04%.

Competence as an ability or skill possessed by employees in carrying out a job that is not only about one's attitude, knowledge and skills, but must be equipped with a willingness to do what is known so as to produce benefits. The higher the business challenges faced by the company, the position of employees becomes more strategic, because the company's competitive advantage is very dependent on the quality of employees who will then be seen as an important asset of a company.

This explanation is strengthened and supported by the results of previous research conducted by Tung, Anh, and Anh (2019) entitled *The Factors Impact on Employee Satisfaction in Work at Vietnam*, where the results of the study state that competency is one of the variables that influence job satisfaction. . These results are in line with research conducted by Rahman, Siddiqi, and Basak (2017) entitled *Factors Influencing Job Satisfaction of the Workers: An Empirical Study on Readymade Garment (RMG) Sector in Bangladesh*, where the results of the study stated that employees with higher levels of competence ability will have an impact on increasing job satisfaction.

The second hypothesis proposed in this study is the effect of compensation variable (X_2) on job satisfaction (Y). To answer this hypothesis a partial test (t test) will be used. Based on the output in table 2, it is known that the tcount of compensation (X_2) on job satisfaction (Y) is 2.070, which means $t_{count} > t_{table}$ ($2.070 > 1.99773$) with a significance level of $0.043 < 0.05$.

These results mean that reject H_0 and accept H_1 , which means that there is an effect of compensation (X_2) on job satisfaction (Y) of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga. In addition, the coefficient of the compensation variable has a

positive direction, meaning that the better the system and fairness of compensation received by employees, it will lead to an increase in job satisfaction. Based on the calculation results, it appears that the effect of compensation on job satisfaction in the production division at PT. Tectona Cipta Niaga is 0.1534 or 15.34%.

Compensation or remuneration as something that is received as a substitute for employee services performed is one of the implementation of the human resource management function which is important because it affects the comfort of the employee. Thus, the compensation system must be able to provide justice for every employee in the company. Inadequate compensation can reduce employee performance, motivation, and job satisfaction, and can even cause qualified or potential employees to leave the company.

This explanation is strengthened and supported by the results of previous research conducted by Abadi and Renwarin (2017) with the title *Analysis on the Influence of Compensation and Leadership on Job Satisfaction and Its Effect on Job Performance*, where the results show that compensation has a direct and significant effect on job satisfaction. This is in line with the research conducted by Wulandari, Murtini, and Rahmanto (2018) entitled *Effects of Communication and Compensation on Employee Job Satisfaction at PT Muara Krakatau II, Semarang Regency*, where the results of the research state that compensation has a significant effect on job satisfaction.

The third hypothesis proposed in this study is the influence of competency (X_1) and compensation (X_2) variables on job satisfaction (Y). To answer this hypothesis a partial test (F test) will be used. Based on the output in table 1, it is known that the Fcount of competence (X_1) and compensation (X_2) on job satisfaction (Y) is 46.861, which means $F_{count} > F_{table}$ ($46.861 > 3.14$) with a significance level of $0.000 < 0.05$. These results mean that reject H_0 and accept H_1 , which means that there is an influence of competence (X_1) and compensation (X_2) on

job satisfaction (Y) of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga.

In line with the research results which state that competence and compensation have a significant influence on job satisfaction, companies that have employees with high competence and are able to provide fair compensation will be able to achieve job satisfaction which will ultimately benefit employees and the company. Every company has goals or targets to be achieved, quality human resources are needed.

This can be seen from work competencies which include abilities, skills and knowledge in doing the work assigned to him. In addition, companies must be able to retain competent employees, one way to keep employees in the company is by providing fair compensation. This explanation is reinforced and supported by the results of previous research conducted by Akterujjaman and Ahmad (2016) with the title Workers' Satisfaction toward RMG Industry in Bangladesh: A Study on Dhaka and Gazipur City, where the results stated that all research variables including competence and compensation has an influence on employee job satisfaction in RMG Industry.

Referring to the results of the simultaneous testing (F test) that has been carried out and the explanations presented, the company, in this case PT. Tectona Cipta Niaga must pay attention to the competencies possessed by employees and provide guidance to employees either in the form of training or other activities followed by an evaluation of the progress of increasing their competencies.

The fourth hypothesis proposed in this study is the effect of the compensation variable (X_2) on job satisfaction (Y). To answer this hypothesis a partial test (t test) will be used. Based on the output in table 3, it is known that the tcount value of job satisfaction (Z) on employee performance (Y) is 11.442, which means $t_{count} > t_{table}$ ($11.442 > 1.99714$) with a significance level of $0.000 < 0.05$. These results mean that reject H_0 and accept H_1 , which means that there is an effect of job satisfaction (Y) on employee performance (Z)

employees of the production division at PT. Tectona Cipta Niaga.

In addition, the coefficient of the job satisfaction variable has a positive direction, meaning that every employee must work according to expectations, work enthusiastically, always be excellent, and have creativity so that the company can ensure increased performance. Based on the calculation results, it appears that the effect of job satisfaction on the performance of production division employees at PT. Tectona Cipta Niaga is 0.6675 or 66.75%. Basically job satisfaction is the goal of employees in doing something or work, besides that job satisfaction is also important for the organization.

When viewed from the employee's point of view, job satisfaction is not only related to enjoyable work, but also related to happiness and health. Meanwhile, from the organization, job satisfaction is related to productivity, positive work behavior, controlling turnover and performance. Therefore, managing employees in a company is an important thing to do so that employees feel comfortable and satisfied with their work and are more active at work and think creatively for the progress of the company.

This explanation is strengthened and supported by the results of previous research conducted by Aini, Jaelani, and Khoirul (2020) with the title Effects of Motivation, Work Discipline, and Job Satisfaction on Employee Performance at Konveksi Maudiza Group Malang, where the results of the study state that the variable job satisfaction has a positive and significant influence on employee performance. In line with research conducted by Than, Pham, and Pham (2016) entitled Job Stress, Involvement, Satisfaction and Performance of Employees in Garment 10 Corporation in Vietnam, where the results of the study stated that job satisfaction and employee performance have a positive and significant influence.

5 CONCLUSION

Descriptively, respondents' responses related to the condition of the variables of competence, job satisfaction, and employee performance are included in the category of not good, relatively low or not in accordance with the expectations desired by the company and employees, only compensation variables are included in the good category, relatively in accordance with expectations. Verification analysis using path analysis found that partially there is an influence of competence on job satisfaction with a contribution of 44.04%, there is an effect of compensation on job satisfaction with a contribution of 15.34%, and there is an effect of job satisfaction on employee performance with a contribution of 66.75%, while the tests are carried out simultaneously (F test) also found that there was an effect of competence and compensation on job satisfaction with a contribution of 59.38%.

First, with regard to competency variables, companies must set standards in recruiting employees by paying attention to expertise specifications as the main consideration, and conducting training to improve employee capabilities that are not yet optimal, ending with an evaluation of the employee recruitment process and training or similar competency improvement programs that have been carried out so that satisfaction work can be achieved. Second, regarding the compensation variable, companies must increase communication or outreach to convey considerations for each policy taken, this is related to shared perceptions so that employees understand and understand the basis of these policies. The company must also ensure that the provision of compensation meets fair principles for every employee in order to achieve job satisfaction.

Third, related to the variable of job satisfaction, companies must carry out activities outside work that are familial in nature to embrace employees to become more solid. In addition, companies can conduct training and job rotation and create work

schemes that can be carried out together so that the completion of work becomes more effective and efficient. Companies must also ensure that every employee works according to expectations, works with enthusiasm, is always excellent, and has creativity so that the company can ensure that employee performance continues to increase.

REFERENCES

- Abadi, F., & Renwarin, J. M. (2017). Analysis on the Influence of Compensation and Leadership on Job Satisfaction and its Effect on Job Performance. *Advances in Intelligent Systems Research: Proceedings of the 2017 International Conference on Organizational Innovation (ICOI 2017)*, 131, 19–24.
- Adam, F., & Kamase, J. (2019). The effect competence and motivation to satisfaction and performance. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 132–140.
- Ahmudi, Farida, N., Susanty, A., & Purwaningsih, R. (2018). Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi, dan Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja dan Dampaknya terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT XYZ). *Seminar Nasional Industrial Engineering National Conference (IENACO) 28 – 29 Maret 2018, Surakarta*, 470–477.
- Aini, N. N., Jaelani, A. Q., & Khoirul, M. A. (2020). Pengaruh Motivasi, Disiplin Kerja, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Konveksi Maudiza Group Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(7), 32–44.
- Akterujjaman, S.M. & Ahmad, M. H. (2016). Workers Satisfaction toward RMG Industry in Bangladesh: A Study on Dhaka and Gazipur City. *Internaltional Journal of Research in Management & Business Studies*, 3(2), 22–30.

- Beloor, V. (2020). A study on job satisfaction and employee welfare in garment industries. *Indian Journal of Science and Technology*, 13(33), 3445–3456.
- Busro, M. (2020). *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia* (2 (ed.)). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Dessler, G. (201). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (14th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah, A., & Mahardika, B. (2018). *Pengantar Manajemen*. Sleman: CV Budi Utama.
- Handoko, T. H. (2017). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Harahap, D. S., & Khair, H. (2019). Pengaruh Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Melalui Motivasi Kerja. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 69–88.
- Hasibuan, M. S. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Revisi). Jakarta: Bumi Aksara.
- Mangkunegara, P. A. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. (14th ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Marwansyah. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (2nd ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Mudayana, F. I., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Kompetensi, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan melalui Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Karyawan Bagian Produksi PT. Sai Apparel Industries Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 196–205.
- Rahayuningsih., S., & Maelani., N. (2018). Pengaruh Kompetensi, Kompensasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT. Pisma Garment Demak Jawa Tengah). *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu (SENDI_U)*, 01, 726–736.
- Rahman, M. S., Siddiqi, K. O., & Basak, S. (2017). Factors Influencing Job Satisfaction of the Workers: An Empirical Study on Readymade Garment (RMG) Sector in. *European Journal of Business and Management*, 9(17), 24–33.
- Robbins, S. P. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). New Jersey: Pearson Education Limited.
- Saman, A. (2020). Effect of Compensation on Employee Satisfaction and Employee Performance. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01), 185–190.
- Sari, R. M., & Putra, O. E. (2021). Pengaruh Kompensasi dan Pengembangan Karir Terhadap Motivasi Kerja. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Ekonomi*, 18(1), 192–201.
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Sinambela, L. P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD*. (26th ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Than, V. D., Pham, C. H., & Pham, L. (2016). Job Stress, Involvement, Satisfaction and Performance of Employees in Garment 10 Corporation in Vietnam. *International Journal of Financial Research*, 7(3), 96–109.
- Triatna, C. (2015). *Perilaku Organisasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tung, H. T., Anh, N. T. Van, & Anh, P. T. T. (2019). The Factors Impact on Employee Satisfaction in Work at Vietnamese Garment Enterprises. *Open*

Journal of Business and Management,
7(2), 666–679.

- Wassem, M., Baig, S. A., Abrar, M., Hashim, M., Zia-Ur-Rehman, M., Awan, U., Amjad, F., & Nawab, Y. (2019). Impact of Capacity Building and Managerial Support on Employees' Performance: The Moderating Role of Employees' Retention. *SAGE Open Journal*, 9(3).
- Wibowo. (2017). *Manajemen Kinerja* (5th ed.). Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, C. (2017). *Perilaku Organisasi*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia.
- Wulandari, N. H., Murtini, W., & Rahmanto, A. N. (2018). Pengaruh Komunikasi Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di PT Muara Krakatau II Kabupaten Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Administrasi Perkantoran (SNPAP) 27 Oktober 2018*, 242–246.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Pengaruh Lokasi dan *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan**Yilanda Arqila Putri, Nurrahmi Hayani**

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: nurrahmi.hayani@uin-suska.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah lokasi dan *experiential marketing* mempengaruhi loyalitas konsumen pada Lesehan Soto Bunda di Tapung Hilir. Penelitian ini dilakukan di masyarakat Kecamatan Tapung Hilir. Sampel untuk penelitian ini berjumlah 100 orang dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan program SPSS 25 dan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Soto Bunda Lesehan di Tapung Hilir, baik secara parsial maupun simultan. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh lokasi dan variabel *experiential marketing*, menurut hasil *T-test*. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh lokasi dan variabel *experiential marketing* dengan menggunakan uji F. Nilai R Square sebesar 0,485 menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* dan simultan lokasi berpengaruh sebesar 48,5% terhadap loyalitas pelanggan pada Soto Bunda Lesehan, sedangkan variabel lain yang tidak diteliti berpengaruh sebesar 51,5%.

Kata Kunci: Lokasi, *Experiential Marketing*, Loyalitas Pelanggan.

Abstract

The purpose of this study was to find out whether location and experiential marketing had an effect on customer loyalty at Lesehan Soto Bunda in Tapung Hilir. This research was carried out in the community in the Tapung Hilir. The sample in this study amounted to 100 people using a purposive sampling method. The method in this study is descriptive quantitative with multiple linear regression and using the SPSS 25 program. The results of the study explain that both location and experiential marketing partially and simultaneously have a significant effect on customer loyalty at Soto Bunda Lesehan in Tapung Hilir. From the results of the T-test, the location and experiential marketing variables have an effect on customer loyalty. Using the F test, the location and experiential marketing variables affect customer loyalty. While the R Square value of 0.485 explains that simultaneous location and Experiential Marketing have a significant influence on customer loyalty at Soto Bunda Lesehan by 48.5%, while the remaining 51.5% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Location, *Experiential Marketing*, Customer Loyalty.

1 PENDAHULUAN

Makanan merupakan kebutuhan pokok yang paling mendasar karena merupakan sumber energi yang dibutuhkan manusia untuk keberlangsungan hidupnya. Oleh karena itu, manusia selalu memenuhi

kebutuhan hidupnya dengan makan. Hal ini dijadikan peluang besar oleh pengusaha dibidang kuliner untuk hadir dalam memenuhi kebutuhan manusia yang tidak ada hentinya tersebut. Seiring berjalannya waktu, banyak pengusaha makanan yang muncul dan

membuat persaingan dibidang kuliner semakin ketat.

Adanya persaingan yang begitu ketat antar industri jasa kuliner lesehan atau rumah makan membuat pemilik usaha tersebut harus dapat membuat strategi dalam mengenalkan produknya. Seperti yang terdapat pada salah satu tempat makan di Tapung Hilir, yaitu Lesehan Soto Bunda.

Lesehan Soto Bunda merupakan rumah makan yang di dirikan pada tahun 2016 oleh Yola di Tapung Hilir. Lesehan Soto Bunda sudah berkembang sejak tahun 2016 sampai saat ini. Dipimpin langsung oleh pemiliknya, dan memiliki 4 karyawan. Lesehan Soto Bunda memiliki keunggulan dari strategi yang digunakan untuk memasarkan produknya.

Karena besar kecilnya potensi pasar suatu perusahaan akan dipengaruhi oleh lokasinya, maka lokasi juga berperan dalam keberhasilan dan pencapaian suatu bisnis dalam hal pemasaran produknya. Semakin mudah lokasi yang dapat diakses dandijangkau oleh pelanggan, diharapkan akan meningkatkan jumlah pengunjung dan transaksi pelanggan sehingga dapat menghasilkan pelanggan yang semakin loyal.

Untuk parkirannya aman dan luas parkiran yang tersedia di Lesehan Soto Bunda cukup untuk beberapa sepeda motor dan mobil. Bahkan terdapat mobil truk yang ikut parkir saat sedang makan di Lesehan Soto Bunda. Di Lesehan Soto Bunda juga masih memungkinkan daerahnya untuk melakukan perluasan dikemudian hari.

Lokasi Lesehan Soto Bunda berada di jalan poros desa kota baru sehingga cukup strategis dan mudah untuk menemukannya. Tidak jauh dari rumah warga, dan banyak dilalui oleh kendaraan, sehingga dapat memberikan peluang besar terjadinya pembelian oleh konsumen tanpa terencana ketika melihat tempat makan tersebut.

Persaingan sengit antara lesehan atau rumah makan yang ada di Tapung Hilir membuat Lesehan Soto Bunda menggunakan Strategi *Experiential Marketing* dengan mengutamakan kepuasan konsumen guna menciptakan konsumen yang loyal. Seseorang akan mempercayai informasi dan

rekomendasi dari pengalaman orang lain setelah menggunakan suatu produk. Adapun *Experiential marketing* merupakan strategi dalam pemasaran untuk membangun konsumen setia dengan menyentuh emosi mereka dan membuat mereka merasa nyaman dengan produk dan layanan. Lesehan Soto Bunda menggunakan *Experiential Marketing* dengan memengaruhi emosi konsumen agar hati dan perasaan konsumen tersentuh. Strategi ini merupakan strategi yang tepat untuk digunakan karena strategi ini cukup sederhana dan efektif dari pada strategi yang lainnya karena tidak memerlukan biaya yang besar. Dengan menerapkan strategi ini, melalui pengalaman yang diberikan Lesehan Soto Bunda kepada konsumen akan membuat konsumen merasa puas.

Hal ini akan menarik bisnis berulang dari pelanggan yang puas. Salmes berpendapat bahwa jika seorang pelanggan senang terhadap produk ataupun jasa dan bermaksud mempertahankan hubungan, loyalitas pelanggan dapat terbentuk (Erica & Al Rasyid, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Bobby (2017) pada konsumen hotel Aryaduta Pekanbaru menghasilkan kesimpulan bahwa *Experiential Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Begitu juga hasil penelitian dari Irma dkk. (2019) yang menemukan bahwa variabel ini juga memebrikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok Yogyakarta.

Frekuensi pelanggan setia yang mengulangi pembelian dan kemudian merekomendasikannya kepada orang lain merupakan bentuk loyalitas dari mereka. Lesehan Soto Bunda menyajikan beberapa makanan yaitu soto medan, miso, ayam geprek, nasi goreng, mie goreng, kwietiau dan lain-lain yang dibanderol dengan harga 10 ribuan saja. Selain makanan, tersedia berbagai jenis minuman seperti teh telur, jus mangga, jus alpukat, jus jeruk, jus apel, kopi telur, ginseng panas/dingin, teh panas/dingin dan lain-lain. Berikut ini merupakan data jumlah pelanggan di Lesehan Soto Bunda pada tahun 2022.

Tabel 1. Data Jumlah Pelanggan Lesehan Soto Bunda di Tapung Hilir Tahun 2022

NO	BULAN	JUMLAH PELANGGAN
1	Januari	1271
2	Februari	870
3	Maret	930
4	April	890
5	Mei	1387
6	Juni	964
7	Juli	1112
8	Agustus	967
9	September	973
10	Oktober	992
11	November	1023
12	Desember	1220
JUMLAH		12599

Sumber: Lesehan Soto Bunda (2023)

Pada Tabel 1 di atas, diketahui bahwa jumlah konsumen tahun 2022 adalah 12599 orang dan mengalami peningkatan pada bulan Mei yaitu 1387 orang.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, oleh sebab itu penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi Dan *Experiential Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Lesehan Soto Bunda Di Tapung Hilir)”.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan filosofi manajemen di bidang pemasaran yang didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Konsep ini berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen (Assauri, 2015).

2.2 Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjiptono (2015) loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan toko yang tercermin

dalam perilaku pembelian ulang. Selain itu, ia menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan mengacu pada loyalitas pelanggan terhadap merek maupun pemasok berdasarkan karakteristik yang sangat disukai, yang menghasilkan pembelian jangka panjang..

Menurut Kotler & Armstrong (2012) indikator loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Setia dalam menggunakan suatu produk
2. Merekomendasikan produk kepada orang lain
3. Kinerja produk sesuai dengan harapan.

2.3 Lokasi

Menurut Alma (2003), Lokasi adalah tempat suatu organisasi bekerja atau tempat organisasi melakukan kegiatan untuk menciptakan tenaga kerja dan produk yang berkaitan dengan aspek keuangan. Sementara Kotler & Armstrong (2012) mendefinisikan lokasi sebagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi sasaran.

Menurut Fure dalam Salim & Nurdin (2020), indikator lokasi sebagai berikut:

1. Ketersediaan lahan parkir.
2. Mempunyai tempat yang cukup luas.
3. Lokasi dapat dilalui banyak alat transportasi
4. Lokasi yang strategis.

2.4 *Experiential Marketing*

Adriana (2008) mendefinisikan *experiential marketing* sebagai strategi pemasaran yang menggabungkan aktivitas untuk memberikan pengalaman yang berkesan bagi pelanggan. Menurut Schmitt dalam Hermawan (2010), *experiential marketing* memiliki beberapa indikator yaitu :

a. Sense

Sense ialah salah satu cara yang digunakan dengan menyentuh perasaan konsumen melalui panca indera (mata, telinga, lidah dan hidung) yang dimiliki konsumen lewat produk dan jasa yang diberikan. Apabila produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan selera

konsumen maka dapat membuat konsumen loyal.

b. *Feel*

Karena bertujuan untuk mempengaruhi perasaan dan emosi konsumen, *feel* merupakan komponen penting dari *experiential marketing*. *Feel* dapat dicapai dengan menawarkan pelayanan yang ramah dan pelayanan yang sebaik mungkin..

c. *Think*

Think adalah tipe yang mempromosikan perkembangan kognitif dan mendorong pelanggan untuk berpikir kreatif.

d. *Act*

Act digunakan sepenuhnya untuk memengaruhi perilaku, cara hidup, dan komunikasi dengan pembeli. Loyalitas antar pelanggan akan meningkat ketika suatu tindakan memiliki kekuatan untuk mengubah perilaku dan gaya hidup konsumen.

e. *Relate*

Relate ialah jenis pengalaman yang menggabungkan setiap perasaan, emosi, pemikiran, dan tindakan untuk memengaruhi pelanggan.

3 METODE PENELITIAN

Dalam penelitian metode yang digunakan ialah kuantitatif dengan regresi linier berganda yang diolah melalui program SPSS 25. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dengan karakteristik responden pernah melakukan pembelian di Soto Lesehan pada tahun 2022. peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui angket dengan menggunakan ukuran *skala likert*.

Skala Likert digunakan untuk mengukur data. *Skala Likert* menurut Sugiyono (2017) untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial. *Skala Likert* dengan lima pilihan digunakan untuk mengukur setiap item pernyataan, dan pilihannya adalah sebagai berikut:

- (1) Sangat tidak Setuju (STS),

- (2) Tidak Setuju (TS)
(3) Cukup Setuju (CS)
(4) Setuju (S)
(5) Sangat Setuju (SS)

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil uji regresi linear berganda.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1,722	,2073		,831
	Lokasi (X1)	,359	,140	,277	,012
	Experiential Marketing (X2)	,529	,123	,466	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Olahan Data SPSS 25 (2023)

Pada Tabel 2 diketahui persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 1,722 + 0,359X_1 + 0,529X_2 + e$$

Penjelasan persamaan regresi di atas adalah:

1. Nilai konstanta yaitu 1,722, artinya apabila lokasi dan *experiential marketing* memiliki nilai nol maka loyalitas pelanggan bernilai sebesar 1,722.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel lokasi adalah sebesar 0,359 maknanya Jika semua variabel lainnya tetap, peningkatan satu unit pada variabel lokasi akan menghasilkan peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 0,359.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel lokasi adalah sebesar 0,529 maknanya jika semua variabel lainnya tetap, peningkatan 1 satuan pada variabel *experiential marketing* akan menghasilkan peningkatan loyalitas sebesar 0,529.
4. *Standar error (e)* adalah variabel tidak teratur dan memiliki kemungkinan distribusi probabilitas yang membahas

semua faktor yang mempengaruhi Y namun dikecualikan dari persamaan tersebut.

4.2 Uji T

Tabel 3. Hasil uji T.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1,722	2,073		,831
	Lokasi (X1)	,359	,140	,277	,012
	Experiential Marketing (X2)	,529	,123	,466	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Olahan Data SPSS (2023)

Dengan demikian diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, nilai t_{hitung} (2,567) > t_{tabel} (1,984) dengan signifikansi senilai $0,000 < 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Pada Lesehan Soto Bunda di Tapung Hilir, lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Apabila t_{hitung} (4,311) > t_{tabel} (1,984) dan dengan signifikansi 0,000 masih kurang dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Di Lesehan Soto Bunda di Tapung Hilir, menjelaskan experiential marketing berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.3 Uji F

Seperti terlihat pada Tabel 4, terdapat F_{tabel} statistik sebesar 2.698 dan F_{hitung} sebesar 45.586 dan signifikansi 0,000^b. Hasilnya, tingkat signifikansi 0,000^b < 0,05 menunjukkan bahwa F_{hitung} (45,586) > F_{tabel} (2,698). Artinya Lokasi dan *Experiential Marketing* secara bersamaan atau simultan mempengaruhi loyalitas konsumen pada Lesehan Soto Bunda di Tapung Hilir.

Tabel 4. Hasil uji F.

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1	Regression	428,754	2	214,377	45,586 ^b
	Residual	456,156	97	4,703	
	Total	884,910	99		

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Experiential Marketing (X2), Lokasi (X1)

Sumber: Olahan Data SPSS (2023)

4.4 Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil koefisien determinasi.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,696 ^a	,485	,474	2,169

a. Predictors: (Constant), Experiential Marketing, Lokasi

Sumber: Olahan Data SPSS (2023)

Korelasi (R) yang ditunjukkan pada tabel di atas senilai 0,696. Akibatnya, disimpulkan bahwa variabel dependen dan variabel independen memiliki hubungan yang signifikan.

Sebaliknya, Adjusted R Square adalah sebesar 0,485. Angka tersebut berarti variabel lokasi dan *experiential marketing* secara keseluruhan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sebesar 48,5%, sedangkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 51,5%.

5 SIMPULAN

Dari hasil olahan data penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi dan *experiential marketing* secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Soto Lesehan ini. Secara keseluruhan variabel tersebut memberikan pengaruh sebesar 48,5% terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa angket saja, maka disarankan pada penelitian berikutnya menambah metode seperti wawancara kepada responden agar hasil yang diperoleh dapat lebih mendalam. Selain itu peneliti selanjutnya dapat mengelompokkan responden berdasarkan karakteristik gender, usia atau lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, C. T. (2008). *Brand Manajemen dan Strategi*. Yogyakarta: Elex Media Komputindo.
- Alma, B. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi 2*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.
- Dumat, F. E., Mandey, S. L., & Roring, F. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Kopi (Studi Kasus Pada Van Ommen Coffee Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Erica, D., & Al Rasyid, H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Di Jakarta. *Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 16(2), 168-176.
- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35-54.
- Hermawan, K. (2010). *Grow with Character: The Model Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hayani, N., & Alsukri, S. (2021). Dimensi E-Servqual dan Dampaknya Terhadap E-Satisfaction Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 679-686.
- Latief, A. (2018). Analisis pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen pada warung wedang jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- Melisa, A., & Sitinjak, T. J. R. (2021). Peran Harga, Lokasi, dan Suasana Toko Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan Michelle Bakery Cibubur. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen Tri Bisnis*, 3(2), 246-259.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada imam market kisaran. *Journal of science and social research*, 1(1), 7-12.
- Salim, A., & Nurdin, H. (2020). Lokasi, Kebergaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Raya Amahami (Kota Bima). *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 132-140. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.740>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam Rangka *Sustainable Development Goals* terhadap Profitabilitas

Eko Purwanto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: ekopurwanto@unibi.ac.id

Abstrak

Tujuan dari Penelitian ini adalah mengungkapkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam rangka *Sustainable Development Goals* terhadap Profitabilitas. Laporan Keuangan yang merupakan data sekunder dari Bursa Efek Indonesia dan sektor farmasi diambil sebagai objek Penelitian. Pemilihan sektor farmasi didasarkan atas fenomena limbah farmasi yang banyak ditemukan dan mencemari lingkungan. Pencemaran tersebut mengharuskan Perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial. Penelitian dilakukan dengan rentang waktu 6 tahun, dari 2016 sampai tahun 2021. Uji asumsi klasik, uji koefisien regresi linier berganda, uji determinasi, uji korelasi, dan pengujian hipotesis digunakan dalam pengujian data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dalam rangka *Sustainable Development Goals* berpengaruh terhadap profitabilitas.

Kata Kunci: CSR, SDGs, Profitabilitas.

Abstract

The purpose of this study is to reveal the effect of Corporate Social Responsibility in the context of Sustainable Development Goals on Profitability. Financial reports which are secondary data from the Indonesian Stock Exchange and the pharmaceutical sector are taken as research objects. The selection of the pharmaceutical sector is based on the phenomenon of pharmaceutical waste which is found in large numbers and pollutes the environment. The pollution requires the Company to carry out social responsibility. The research was conducted over a period of 6 years, from 2016 to 2021. Classical assumption tests, multiple linear regression coefficient tests, determination tests, correlation tests, and hypothesis testing were used in testing the data. The results of the study show that Corporate Social Responsibility in the context of Sustainable Development Goals has an effect on profitability.

Keywords: CSR, SDGs, Profitability.

1 PENDAHULUAN

Isu *Sustainable Development Goals* (SDGs) mulai dikenal sejak tahun 2015. PBB mencanangkan pembangunan berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, menjaga keberlanjutan kehidupan sosial bermasyarakat, dan menjaga kualitas lingkungan untuk kehidupan yang lebih baik di masa mendatang. Pilar pembangunan ekonomi berkelanjutan ini berlaku untuk semua Negara, tidak terkecuali Indonesia.

Indonesia merupakan bagian dari dunia melihat SDGs sebagai komponen yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Sehingga melalui Keputusan Presiden Nomor 59 Tahun 2017, Indonesia berkomitmen untuk melaksanakan SDGs sesuai dengan aturan yang berlaku umum.

Penerapan SDGs erat kaitannya dengan kegiatan CSR di Perusahaan. Perusahaan mengusahakan untuk melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat di sekitar.

Wujud tanggung jawab sosial tersebut dilaksanakan dengan penuh kesadaran dan dilakukan secara continue di setiap tahunnya. Kegiatan CSR meliputi; pemberdayaan lingkungan hidup; pemberian beasiswa, pelatihan dan hal-hal lain yang berkaitan dengan dunia pendidikan; program donor darah, vaksinasi, dan kegiatan lain yang berkaitan dengan kesehatan dan keselamatan; pemberdayaan kepada masyarakat melalui kegiatan seminar, workshop, dan lain-lain dengan tujuan meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kegiatan CSR ini semula bersifat sukarela, namun dengan adanya UU. No. 40 tahun 2007 kegiatan ini diwajibkan untuk unit usaha berbentuk Perseroan. Dengan adanya UU tersebut menjadikan Perusahaan melakukan CSR secara rutin di setiap periodenya. Kegiatan yang dilakukan tentu saja membutuhkan pendanaan yang tidak sedikit. Hal ini berbanding terbalik dengan tujuan utama Perusahaan yaitu mencapai tingkat keuntungan semaksimal mungkin.

Sektor Farmasi merupakan 1 dari sekian banyak sektor di Bursa Efek Indonesia yang menjalankan usaha dan diwajibkan untuk melakukan kegiatan CSR. Hal ini terjadi secara khusus karena perusahaan sektor Farmasi sangat bergantung pada bahan kimia yang memiliki dampak terhadap lingkungan. Perusahaan yang bergerak di sektor Farmasi didorong untuk semakin meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan. Terlebih limbah yang ada sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari industri jika tidak dikelola dengan baik akan mengakibatkan permasalahan lingkungan. Limbah sektor industri Farmasi meliputi; obat-obatan kadaluarsa, kertas atau karton pembungkus obat; debu atau lumpur hasil kontak antara obat dan air; dan masih banyak lagi yang lainnya.

Hal tersebut diperparah dengan beberapa kejadian pembuangan limbah secara sembarangan oleh pihak industri Farmasi. Diantaranya adalah kasus pencemaran parasetamol di Teluk Jakarta pada tahun 2021, pembuangan limbah infus ke kali di Pasuruan tahun 2022, dan masih banyak kasus lain yang

menyiratkan bahwa sektor tersebut memiliki keharusan untuk mengolah dan memanfaatkan limbahnya dengan baik. Sebagai wujud tanggung jawab sosialnya, Perusahaan melakukan kegiatan CSR.

Kegiatan CSR membuat citra Perusahaan meningkat dan dianggap menutupi kesalahan-kesalahan Perusahaan dalam kegiatan operasionalnya; menghasilkan limbah dan limbah tersebut dianggap dapat merusak lingkungan. Adanya peningkatan citra positif dari masyarakat kepada Perusahaan membuat Perusahaan mendapat nama baik dari masyarakat. Perusahaan yang melakukan CSR dinilai lebih unggul dan memiliki citra baik di mata masyarakat. Masyarakat memiliki pemikiran dalam alam bawah sadarnya untuk menggunakan produk-produk dari Perusahaan yang memiliki citra baik dan akan meninggalkan produk-produk dengan citra yang kurang baik. Hal ini terjadi secara alamiah dan berlangsung secara massif.

Dalam kegiatannya di Pasar Modal, *image* ini juga melekat pada masyarakat sebagai penanam modal. Masyarakat cenderung akan membeli saham-saham yang memiliki citra baik. Hal ini dimaknai sebagai sebuah hal yang positif untuk Perusahaan. Dengan adanya persepsi citra baik dapat membuat masyarakat tertarik membeli dan menginvestasikan modalnya di Perusahaan tersebut. Sehingga secara tidak langsung, pengorbanan Perusahaan mengeluarkan biaya untuk kegiatan CSR terbayar dengan adanya peningkatan jumlah pemegang saham. Dapat dikatakan juga, kegiatan CSR dianggap memiliki efek domino. Di satu sisi, Perusahaan mempertanggung jawabkan segala yang perusahaan sudah lakukan; pencemaran limbah, dan lain-lain untuk kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Di sisi lain, kegiatan CSR membawa keuntungan ketika berbicara mengenai perdagangan di pasar modal. Masyarakat cenderung menanamkan modalnya pada Perusahaan dengan citra baik. Hal ini menjadi efek tidak langsung dari adanya kegiatan CSR yaitu sebagai sarana marketing dari Perusahaan untuk menarik para investor.

Adanya anggapan bahwa investor akan lebih tertarik menanamkan modalnya pada Perusahaan dengan citra baik menjadikan keuntungan tersendiri bagi Perusahaan. Banyaknya pemodal yang berinvestasi membuat Profitabilitas Perusahaan diyakini juga akan bertambah. Hal ini sejalan dengan tujuan utama Perusahaan dalam kegiatan operasionalnya, yaitu memaksimalkan laba. Dengan adanya laba yang maksimal, Perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasionalnya dengan baik. Bukan hanya itu, profitabilitas yang tinggi dapat membuat Perusahaan berinvestasi secara lebih baik lagi. Hal ini memberikan keuntungan bagi para pemegang saham karena menjadi lebih sejahtera dengan asumsi dividen tinggi akan didapatkan. Aktivitas CSR juga dianggap memberikan keuntungan tambahan bagi Perusahaan karena biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan tersebut dapat mengeliminasi kewajiban perpajakan yang ditanggung perusahaan.

Dari uraian tersebut memberikan bukti bahwa adanya hubungan antara strategi Perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam kerangka *Sustainable Development Goals* terhadap Profitabilitas Perusahaan.

2 KAJIAN PUSTAKA

Pengungkapan CSR erat kaitannya dengan SDGs yang disepakati dan mulai diterapkan sejak tahun 2015. Indonesia yang merupakan bagian dari dunia, yang tergabung dalam PBB sepakat untuk membuat tatanan dunia menjadi lebih baik lagi dengan memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan lingkungan. Pengertian menurut versi *the World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) in Fox, world Bank*, (2002), definisi CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan, adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat setempat (Lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Sutedi (2015:67) mendefinisikan CSR secara

umum merupakan kontribusi menyeluruh dan dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dan kegiatannya.

CSR dapat diukur dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke 4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja dalam 3 kategori (ekonomi, lingkungan, dan sosial). Semakin besar indeks pengungkapan CSR pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Perhitungan indeks CSR, dapat dihitung berdasarkan deskripsi pengungkapan CSR pada laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan pada masing-masing perusahaan yang terdaftar dengan memberikan nilai ada berapa indikator yang diungkapkan dari 91 indikator pengungkapan CSR.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau CSR adalah suatu konsep bahwa suatu organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap stakeholder-nya yaitu konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Pada dasarnya perusahaan dituntut untuk mampu bertanggung jawab atas setiap aktivitas yang dilakukan terhadap para stakeholder. CSR merupakan suatu bentuk komitmen bisnis perusahaan untuk bertindak secara etis, sesuai aturan yang berlaku, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kualitas hidup pekerja dan masyarakat pada umumnya (Holme dan Watts, 2006 dalam Lanis dan Richardson, 2012).

Teori legitimasi dikemukakan pertama kali oleh Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Bustanul, dkk. (2012). Teori legitimasi dikemukakan yang memberikan gambaran tentang adanya perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, maka perusahaan akan berada pada posisi terancam dimana perbedaan tersebut dikenal sebagai *legitimacy gap*. Legitimasi gap akan muncul apabila perusahaan tidak peka terhadap dampak yang mungkin ditimbulkan dari aktivitas

perusahaan serta harapan masyarakat terhadap perusahaan dan hanya berorientasi pada menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya (Ang dan Masella, 2015). Pengungkapan CSR sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk meminimalkan legitimasi gap melalui peningkatan kesesuaian antara operasional perusahaan dan pengharapan masyarakat. Pembuktian legitimasi sejalan dengan penelitian Deegan (2012).

Sutedi (2015) dalam bukunya mengatakan *Agency Theory* menekankan pentingnya pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga profesional yang lebih mengerti menjalankan bisnis sehari-hari. Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Sutedi (2015), Agensi Teori merupakan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak yang mana satu atau lebih principal menggunakan orang lain atau agen untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Principal menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasi perusahaan, sedangkan agen sebagai pengelola berkewajiban untuk mengelola perusahaan sebagaimana dipercayakan oleh pemegang saham untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Tristiari (2014), menjelaskan bahwa teori agensi pada CSR memiliki kemampuan dalam mengurangi asimetris informasi sehingga dapat mengurangi biaya agensi.

Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba yang tinggi, serta meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya tidak hanya berbentuk tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih

luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2008 dalam Waryanti, 2009). Hal ini dikenal dengan istilah Profitabilitas. Profitabilitas adalah sejumlah uang yang dapat dihasilkan perusahaan dengan sumber daya apapun yang dimiliki perusahaan tersebut. Tujuan akhirnya untuk setiap organisasi adalah memaksimalkan profitabilitas. Akibatnya, perusahaan mendapatkan manfaat yang terkait dengan peningkatan profitabilitas (Niresh & Velnampi, 2014).

Rasio profitabilitas merupakan ukuran efektivitas manajemen secara keseluruhan, yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjual lan atau pun investasi. Semakin tinggi rasio profitabilitas merupakan gambaran kemampuan perolehan keuntungan organisasi yang lebih baik (Soemohadiwidjojo, 2015:79). Macam-macam rasio profitabilitas menurut Wahyudiono, (2014:82) diantaranya *Return on Equity* (ROE), *Return On investment* (ROI), *Earning per Share* (EPS), *Net Profit Margin* (NPM).

Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, stakeholder juga mempunyai hak terhadap perusahaan. (Waryanti, 2009). Dengan demikian hipotesis dapat dirumuskan: H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Adapun instrumen penelitian adalah laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia. Populasi yang digunakan adalah seluruh laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sektor industri farmasi periode 2016-2021, diperoleh data observasi penelitian sejumlah 10 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sektor industri farmasi.

Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel dengan menggunakan metode purposive sampling adalah sebagai berikut: perusahaan industri farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2021; perusahaan industri farmasi yang listing di BEI sebelum tanggal 1 Januari 2016; perusahaan industri farmasi yang memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan sepanjang periode 2016-2021. Metode analisis regresi *Ordinary Least Square* (OLS) digunakan dalam penelitian ini agar diketahui apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel bebas maupun kontrol terhadap variabel terikat. Menurut Ghazali (2018), pada dasarnya pengujian dengan regresi OLS bertujuan untuk memperkirakan garis regresi.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Data diolah menggunakan aplikasi *Statistical Package for Social Science SPSS* versi 24.0 for windows. Peneliti menggunakan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk

menentukan apakah distribusi data normal, sebelum melakukan pengujian hipotesis. Pengujian tersebut meliputi; Uji normalitas digunakan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut bersifat normal atau tidak (Ghozali, 2018).

Berdasarkan pengujian yang dilakukan diketahui bahwa data terdistribusi secara normal. Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,164. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,164 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi normal.

Selanjutnya diadakan uji Multikolinearitas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Model regresi yang terbebas dari multikolinearitas apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *Tolerance* $> 0,10$. Berdasarkan keterangan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas *One Sampel Kolmogorov – Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,14560301
Most Extreme Differences	Absolute	,108
	Positive	,065
	Negative	-,119
Test Statistic		,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		,164 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 2. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,317	,040		7,838	,000
	<i>Corporate Social Resonsibility</i>	,217	,096	,292	2,275	,028

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber : Data dioleh Penulis (2021)

Selanjutnya dilakukan uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Jika *variance* dan residual atau pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dideteksi dengan uji glejser dan memberikan hasil model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Autokorelasi pada penelitian ini dideteksi dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Jumlah sampel (n) adalah 60 dan jumlah variabel independen (k=2), maka didapat nilai $dL=1,4625$ dan $dU=1,6287$. Nilai $4 - 1,4625 = 2,5375$ ($4 - dL$) dan nilai $4 - 1,6287 = 2,3713$ ($4 - dU$). maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif atau autokorelasi negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi penelitian ini.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah mengenai ada atau tidaknya pengaruh antara variabel *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Profitabilitas (Y).

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Farmasi periode 2016 sampai tahun 2021. *Corporate Social Responsibility* merupakan

bagian dari kegiatan *Sustainable Development Goals* yang dicanangkan PBB dan diterapkan oleh Perusahaan di Indonesia. Diharapkan seluruh Perusahaan menerapkan hal ini.

Adapun Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu sektor penelitian hanya terbatas pada Perusahaan Farmasi dan Periode penelitian dibatasi selama 6 tahun yaitu dari tahun 2016 sampai tahun 2021. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah melakukan generalisasi hasil dengan menambah sektor yang diteliti dan tahun penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 157-174.
- Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (Studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi*, 9(23-26).
- Ardianti, Y., Akram, A., & Surasni, S. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 1628-1652.
- Bustanul, A. (2012). Perbedaan Kecenderungan Pengungkapan

- Corporate Social Responsibility Pengujian Terhadap Manajemen Laba Akrua dan Manajemen Laba Real. *E-Jurnal Ekonomi UNTIRTA*.
- Christiawan, Y. J., & Tarigan, J. (2007). Kepemilikan manajerial: kebijakan hutang, kinerja dan nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan keuangan*, 9(1), 1-8.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. *Accounting, auditing & accountability journal*, 15(3), 282-311.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(1), 75-100.
- Niresh, A., & Thirunavukkarasu, V. (2014). Firm size and profitability: A study of listed manufacturing firms in Sri Lanka. *International journal of business and management*, 9(4).
- Javeed, S. A., & Lefen, L. (2019). An analysis of corporate social responsibility and firm performance with moderating effects of CEO power and ownership structure: A case study of the manufacturing sector of Pakistan. *Sustainability*, 11(1), 248.
- Said, A. L. (2018). *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*. Deepublish.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Teori Konsep dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Soemahadiwidjojo, A. T. (2015). *Panduan Praktis Menyusun KPI*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Sundari, T., & Handayani, A. E. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Dewan Omisaris, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social responsibility Pada Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 3(1), 55-70.
- Wahyudiono, B. (2014). *Mudah Membaca Laporan Keuangan*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Waryanti. (2009). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi, Universitas Diponegoro.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Executive Compensation* terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Hafizhah Risnafirri

Fakultas Ekonomi, Universitas Teuku Umar

Email: hafizhahrisnafirri@utu.ac.id

Abstrak

Etika dan moral menjadi peranan penting bagi perusahaan untuk meningkatkan reputasi. Lebih lanjut, perlunya keterbukaan pada laporan keuangan menjadi penunjang dalam mendapatkan informasi secara komprehensif. Data menunjukkan bahwa terdapat laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2017 memerlukan stimulus praktik manajemen laba sesuai pada aturan agar mengurangi adanya kecurangan dari pihak yang tidak diinginkan. Hal ini perlu dikaji lebih lanjut sehingga mendapatkan informasi pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan *executive compensation* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Melalui kombinasi penggunaan metode *purposive sampling* dan metode *random effects* serta metode *fixed effect* menunjukkan hasil bahwa terdapat 51 perusahaan yang memenuhi kriteria data penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan: Pertama, pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba; Kedua, *executive compensation* berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba; Ketiga, variabel kontrol hanya *growth* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan *leverage* dan *profitability* masing-masing tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Kata Kunci: Pengungkapan *corporate social responsibility*, *executive compensation*, manajemen laba.

Abstract

Ethics and morality play a crucial role for companies in enhancing their reputation. Furthermore, the need for transparency in financial reporting supports obtaining comprehensive information. Data indicates that financial reports of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period of 2014-2017 required stimulus for earnings management practices to adhere to regulations, reducing the occurrence of undesired fraud. This necessitates further examination to obtain information regarding the influence of corporate social responsibility (CSR) disclosure and executive compensation on earnings management in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. By employing a combination of purposive sampling, random effects, and fixed effects methods, the results indicate that 51 companies meet the criteria for the research data. The findings of this study demonstrate the following: First, CSR disclosure has a significant negative impact on earnings management. Second, executive compensation has a significant negative impact on earnings management. Third, among the control variables, only growth has a positive and significant effect on earnings management, while leverage and profitability do not have a significant impact on earnings management, respectively.

Keywords: *Corporate social responsibility disclosure, executive compensation, earnings management.*

1 PENDAHULUAN

Di era globalisasi perekonomian terus berkembang, hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan yang berdiri saat ini baik skala kecil maupun berskala besar. Sektor industri manufaktur merupakan *the leading sector* dari sembilan sektor lapangan usaha Indonesia yang memberikan sumbangan terbesar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, hal ini dapat dilihat berdasarkan kontribusi output sektor industri manufaktur selama periode Triwulan I-III Tahun 2017 bekisar 20 persen (BPS, 2017). Sektor ini juga sangat berkontribusi dalam memberikan nilai tambah, menyediakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan devisa negara. Salah satu informasi penting yang dibutuhkan investor dalam pengambilan keputusan adalah laba. Oleh karena itu, kualitas laba yang baik sangatlah dibutuhkan para investor maupun pemegang saham. Akan tetapi investor hanya berfokus pada informasi laba yang dihasilkan oleh perusahaan tanpa memperhatikan prosedur akuntansi yang digunakan dalam menghasilkan laba dalam melakukan pertimbangan investasinya.

SAK (Standar Akuntansi Keuangan) memberikan fleksibilitas bagi manajemen untuk memilih kebijakan akuntansi yang sesuai dengan kondisi perusahaan selama tidak menyimpang dari standar. Fleksibilitas inilah yang dimanfaatkan manajemen untuk melakukan manajemen laba (*earnings management*). Manajemen selaku pihak internal yang lebih banyak mengetahui informasi perkembangan dan prospek perusahaan sehingga dapat secara leluasa merekayasa dan mengubah angka akuntansi terutama laba. Salah satu metode manajemen laba adalah melalui pengelolaan akrual. Manajemen laba akrual dilakukan dengan cara mengubah metode akuntansi atau estimasi yang digunakan pada perusahaan dalam mencatat suatu transaksi yang akan

berpengaruh pada pendapatan yang dilaporkan pada laporan keuangan (Zang, 2012).

Di Indonesia, praktik manajemen laba ditemukan pada perusahaan PT Inovisi Infracom (INVS) pada tahun 2015 (Panji, 2015). Pada kasus BEI menemukan indikasi salah saji dalam laporan keuangan INVS periode September 2014, di mana ditemukan delapan item dalam laporan keuangan INVS yang harus di revisi. INVS diminta untuk merevisi oleh BEI terkait dengan nilai aset tetap, laba bersih per saham, laporan segmen usaha, kategori instrumen keuangan, dan jumlah kewajiban dalam informasi segmen usaha, kategori instrumen keuangan, dan kewajiban dalam informasi segmen usaha.

BEI juga menyatakan bahwa salah saji juga dilakukan pada item pembayaran kas kepada karyawan dan penerimaan (pembayaran) bersih utang pihak berelasi dalam laporan arus kas yang dilakukan oleh INVS. Periode semester pertama 2014 pembayaran gaji pada karyawan Rp. 1,9 triliun. Namun, pada kuartal ketiga 2014 angka pembayaran gaji pada karyawan turun menjadi Rp. 59 miliar. Sebelumnya, manajemen INVS telah merevisi laporan keuangannya untuk periode Januari hingga September 2014.

Skandal keuangan yang banyak melibatkan korporasi besar di Amerika seperti Enron, WorldCom, Parmalat, dan Xerox telah menyebabkan hilangnya kepercayaan pengguna serta kredibilitas laporan keuangan karena tidak mencerminkan keadaan perusahaan yang sesungguhnya. Hal ini menyadarkan perusahaan-perusahaan untuk lebih memberikan perhatian yang besar terhadap kualitas laporan keuangan serta kontribusi langsung kepada masyarakat dan lingkungan, sehingga isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko, dan keunggulan kompetitif mendorong

perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial (Owen, 2005). Pengungkapan informasi sosial melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan atas operasi dan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

CSR sangat berkaitan dengan aspek etika dan moral dalam pengambilan keputusan dan perilaku perusahaan yang berkaitan dengan isu-isu kompleks seperti *environmental protection*, manajemen sumber daya manusia, kesehatan dan keselamatan kerja (Branco & Rodrigues, 2006). Keterlibat perusahaan dalam kegiatan CSR tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan *stakeholder*, namun juga memberikan pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan (Orlitzky, Schmidt, & Reynes, 2003) dan mengurangi risiko keuangan yang terjadi di perusahaan (Orlitzky & Benjamin, 2001).

Pelaporan keuangan yang transparan menunjukkan bahwa informasi yang diberikan kepada *stakeholder* perusahaan lebih relevan dengan pengambilan keputusan. Dalam hal ini, menyediakan kualitas laba yang sangat erat kaitannya dengan kegiatan CSR, terutama dalam hal memenuhi kepuasan *stakeholder* (Choi, Lee, & Park, 2013). Hal yang sama juga dikemukakan oleh Chih, Shen, & Kang (2008), Hong & Andersen (2011), dan Choi, Lee, & Park (2013) yang menemukan bahwa perusahaan yang berkomitmen untuk melakukan CSR cenderung tidak melakukan manajemen laba.

Namun pandangan berbeda dikemukakan oleh beberapa peneliti di mana CSR dapat disalahgunakan oleh manajer untuk menutupi perilaku oportunistik mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Prior, Surroca, & Tribó (2008) menguji apakah perusahaan menggunakan CSR sebagai strategi untuk menyamarkan manajemen laba, ditemukan hubungan positif antara manajemen laba dan CSR. DeMaCarty (2009) berpendapat bahwa manajer yang memiliki keterampilan dalam manajemen laba mampu memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dan kredit yang lebih besar dengan menggunakan CSR. Begitu juga dengan Gargouri, Shabou, & Francoeur (2010) juga

menemukan adanya hubungan positif antara pengungkapan informasi lingkungan dengan manajemen laba.

Selain menggunakan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai strategi perusahaan untuk mengantisipasi atas ketidakpuasan *stakeholder* akibat dari manajemen laba, *executive compensation* dianggap juga mampu mengurangi praktek manajemen laba yang buruk. Menurut Mardiyati, Devi, & Suherman (2013) pemberian kompensasi yang layak untuk para manajer dan eksekutif dapat mendorong dan memotivasi para manajer dan eksekutif perusahaan bekerja lebih produktif, efisien, dan efektif untuk mencapai tujuan.

Perencanaan kompensasi manajemen merupakan kebijakan dan prosedur untuk memberikan kompensasi kepada manajer-manajer (Blocher *et al.*, 2016). Kompensasi dapat juga diartikan sebagai semua bentuk kembalian keuangan, jasa berwujud, dan tunjangan yang diperoleh karyawan sebagai bagian dari sebuah hubungan kepegawaian.

Menurut Scott (2003), program kompensasi eksekutif berdasarkan pembayaran gaji atau hasil (*pay-off*) yang dicapai perusahaan merupakan cara yang layak untuk memotivasi para manajer dan eksekutif menghindari moral hazard dan meningkatkan nilai perusahaan. Johnson, Ryan, & Tian (2009), pemberian kompensasi manajemen atau insentif berupa saham atau *option* dapat mengurangi kemungkinan *fraud* yang dilakukan oleh manajer dan eksekutif.

Beberapa tahun terakhir ditemukan dokumen-dokumen keuangan di beberapa perusahaan yang menggunakan akrual diskresioner untuk mengelola pendapatan. Seperti di Xerox, Nortel, dan Sunbeam yang masing-masing menetapkan beberapa bentuk kelebihan akrual yang kemudian digunakan untuk mengatasi kekurangan dalam hasil operasi (US Securities and Exchange Commission, 2003). Meskipun hal ini dapat membantu memaksimalkan bonus eksekutif, setiap perusahaan di Amerika mengajukan revisi laporan keuangan kepada *Securities and Exchange Commission* (SEC). Atas kejadian mantan ketua SEC, Arthur Levitt,

menyimpulkan bahwa manajer menggunakan akrual diskresioneri sebagai salah satu dari beberapa teknik untuk melaporkan pendapatan yang mencerminkan keinginan manajemen senior daripada mencerminkan kinerja ekonomi perusahaan. Hal ini juga diperkuat oleh peneliti yang menemukan adanya hubungan kompensasi manajemen dengan akrual diskresioner seperti Shuto (2007) dan Beaudoin, Cianci, & Tsakumis (2015).

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Laba

Manajemen laba (*earnings management*) merupakan suatu tindakan manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan agar terbentuk informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*) yang sebenarnya tidak dialami oleh perusahaan (Merchant & Rockness, 1994). Belkaoui (2007:201) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu intervensi dengan maksud tertentu terhadap proses pelaporan keuangan eksternal dengan sengaja untuk memperoleh beberapa keuntungan pribadi.

2.2 Corporate Social Responsibility

Menurut Bowen (1953) CSR menjadi salah satu kewajiban sosial suatu perusahaan dalam melaksanakan kebijakan sekaligus membuat keputusan dan tindakan yang sejalan dengan lingkungan masyarakat.

2.3 Executive Compensation

Scott (2009) menyebutkan bahwa ada tiga jenis komponen kompensasi yang diterima manajer adalah: gaji, tunjangan-tunjangan dalam bentuk natura, kompensasi insentif.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilaksanakan merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Lebih lanjut populasi pada penelitian adalah perusahaan

manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2014-2017. Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah berupa laporan keuangan dan laporan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan cara memilih sampel perusahaan selama periode penelitian. Data yang didapat digunakan dalam penelitian sehingga diakumulasikan menjadi satu untuk dianalisis sesuai kebutuhan.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Variabel independen (X1) yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* menunjukkan nilai mean 0,113769. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI rata-rata sebesar 0,113769. Nilai maksimum dari variabel ini dimiliki oleh PT Indocement Tunggal Prakasa (INTP) yaitu sebesar 0,516484 pada tahun 2014. Nilai minimum sebesar 0,0109890 dimiliki oleh perusahaan PT Champion Pasific Indonesia Tbk (IGAR) pada tahun 2014.

Variabel independen (X2) yaitu *executive compensation* menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 23,77607. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah dari *executive compensation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI rata-rata sebesar 23,77607. Nilai minimum sebesar 21,01236 yaitu dimiliki oleh PT Lionmesh Prima Tbk pada tahun 2016. Nilai maksimum sebesar 27,80749 dimiliki oleh PT Astra International Tbk.

Variabel kontrol pertama adalah *leverage* (X3), Nilai minimum sebesar 0,076125 yaitu dimiliki oleh PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) pada tahun 2015. Nilai maksimum sebesar 6,340638 dimiliki oleh PT Indal Aluminium Industri Tbk (INAI) pada tahun 2016.

Variabel kontrol kedua adalah *growth*, Nilai maksimum sebesar 9,794609, dimiliki

oleh perusahaan PT Gudang Garam Tbk (GGRM) pada tahun 2015. Nilai minimum dimiliki oleh PT Lionmesh Prima Tbk pada tahun 2015 sebesar -0,298875.

Variabel kontrol ketiga adalah profitability, nilai minimum dimiliki oleh PT Indospring Tbk yaitu sebesar 0,000757 pada tahun 2015. Nilai maksimum profitability sebesar 1,676913 dimiliki oleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) pada tahun 2017.

4.2 Analisis Regresi Panel

Dari hasil pengujian statistik hipotesis pertama diperoleh bahwa nilai β_x sebesar -0,467152. β_x bernilai negatif (-), sehingga dapat dikatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Nilai signifikansi sebesar 0,0003, di mana nilai signifikansi $0,0003 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba. Dengan demikian H_0 ditolak, H_1 diterima.

Dari hasil pengujian statistik hipotesis kedua diperoleh nilai β_x sebesar -0,085650. β_x bernilai negatif (-), sehingga dapat dikatakan bahwa *executive compensation* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Nilai signifikansi sebesar 0,0217, di mana nilai signifikansi $< 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *executive compensation* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba. Dengan demikian H_0 diterima, H_1 ditolak.

Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (X_1) memiliki nilai β_{x1} sebesar -0,467152 dan nilai signifikansi $0,0003 < 0,05$. Hal ini menunjukkan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba. Dengan adanya pengaruh negatif, berarti bahwa semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* maka dapat mengakibatkan penurunan manajemen laba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori legitimasi, di mana perusahaan memiliki

kaitan yang erat dengan masyarakat sekitar agar perusahaan dapat beroperasi dengan baik. Kesadaran akan legitimasi masyarakat mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait aktivitas CSR dan mampu meminimalisir kegiatan manajemen laba. Sebaliknya, pada perusahaan yang tidak terbuka dalam pengungkapan informasi aktivitas perusahaan dapat termotivasi melakukan tindak manajemen laba baik untuk keuntungan pribadi ataupun perusahaan.

Perusahaan yang berkomitmen kuat untuk CSR akan bersedia untuk mengalokasikan biaya yang besar dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan, cenderung tidak melakukan manajemen laba yang mampu merusak komitmen perusahaan. Hal ini dikarenakan pengungkapan CSR mencerminkan transparansi dan mampu mengurangi oportunistik dari tindak manajemen laba dan hubungan masa depan perusahaan dengan lingkungan dan stakeholder. Dapat dilihat pada PT Kalbe Farma Tbk terjadi peningkatan dalam pengungkapan komponen CSR dari tahun 2014-2016, sedangkan tindakan manajemen laba perusahaan menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Chih, Shen, & Kang (2008), yang menyatakan adanya pengaruh negatif dan signifikan dari pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba dan diperkuat juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Hong & Andersen (2011), Yip, Van Staden, & Cahan (2011), Kim, Park, & Wier (2012), dan Bozzolan *et al.* (2015).

Berdasarkan hasil pengujian bahwa *executive compensation* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba. Variabel *executive compensation* (X_2) memiliki nilai β_{x2} sebesar -0,085650 dan nilai signifikansi $0,0217 < 0,05$. Hubungan negatif antara *executive compensation* dan manajemen laba bertentangan dengan hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian ini adalah semakin tinggi *executive compensation* maka semakin tinggi pula tindak manajemen laba. Di mana tindak manajemen laba

dilakukan manajemen yang oportunistik untuk memaksimalkan manfaat pribadi.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa para pemimpin perusahaan yang menerima gaji lebih tinggi cenderung kurang oportunistik karena cenderung menghindari risiko ketika melakukan manajemen laba yang dapat berdampak pada pengambilan keputusan para pemegang saham. *Executive compensation* dalam perspektif agensi memastikan keselarasan dari kepentingan eksekutif dengan kepentingan pemegang saham. Di mana kompensasi eksekutif dipandang sebagai sinyal positif yang disampaikan ke pasar mengenai kompetensi dari pemimpin perusahaan, dan memotivasi eksekutif untuk menyajikan laba akuntansi yang berkualitas. Disisi lain juga dapat dikatakan bahwa control system dari perusahaan pada saat ini telah berjalan dengan baik.

Dapat dilihat pada PT KMI Wire and Cable Tbk (KBLI), selama tahun 2015 hingga 2016 terjadi peningkatan pembayaran terhadap para eksekutif perusahaan hingga sebesar 50%, namun terlihat juga terjadi penurunan tindak manajemen laba pada perusahaan ini tiap tahunnya. Hasil ini diperkuat dengan penelitian Gao & Shrieves (2002), Sun & Hovey (2012), dan Brown & Lim (2012) yang menyatakan adanya hubungan negatif antara *executive compensation* dengan manajemen laba.

Variabel kontrol yang pertama, leverage memiliki nilai β_3 sebesar 0,044483 dan nilai signifikansi 0,1859 > 0,05. Maka leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hasil ini didukung oleh penelitian Chung & Kallapur (2003) yang tidak menemukan adanya hubungan signifikan antara leverage dengan manajemen laba.

Variabel kontrol kedua, *growth* memiliki nilai β_x sebesar 0,141619 dan nilai signifikansi 0,0060 < 0,05. Maka *growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Perusahaan dengan pertumbuhan usaha yang tinggi, kemungkinan termotivasi dalam melakukan tindak manajemen laba. Semakin tinggi

pertumbuhan perusahaan maka semakin besar kebutuhan dana untuk pembiayaan ekspansi. Tindakan manajemen laba juga bisa dilakukan untuk mempertahankan trend usaha agar tidak terlihat terjadi penurunan. Variabel kontrol ketiga, *profitability* memiliki nilai β_x sebesar -0,078477 dan nilai signifikansi 0,4520 > 0,05. Maka *profitability* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

5 SIMPULAN

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, kerangka teori, kerangka pemikiran, hipotesis, hasil, dan pembahasan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* maka akan terjadi penurunan tindak manajemen laba. Lebih lanjut, adanya *executive compensation* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *executive compensation* maka akan terjadi penurunan tindak manajemen laba. Dengan demikian, variabel kontrol, hanya *growth* yang berpengaruh positif signifikan, sedangkan *leverage* dan *profitability* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Selaras dengan kesimpulan yang sudah diuraikan, maka dapat diberikan saran yaitu: 1) Bagi investor dan calon investor agar cermat dalam menganalisis tren laba yang dilaporkan oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, dan 2) Bagi investor dan calon investor agar lebih memperhatikan kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur, tinggi atau rendah tingkat pengungkapannya akan ada dampak pada perusahaan terutama pada laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Beaudoin, C. A., Cianci, A. M., & Tsakumis, G. T. (2015). The impact of CFOs' incentives and earnings management ethics on their financial reporting decisions: The mediating role of moral disengagement. *Journal of business ethics*, 128, 505-518.
- Belkaoui, A. R. (2007). *Accounting Theory (Edisi Terjemahan)*. Fifth ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Blocher, E. J., Stout, D. E., Juras, P. E. & Cokins, G. (2016). *Cost Management: A Strategic Emphasis*. Seventh ed. New York: McGraw-Hill.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper: s.n.
- Bozzolan, S., Fabrizi, M., Mallin, C. A., & Michelon, G. (2015). Corporate social responsibility and earnings quality: International evidence. *The International Journal of Accounting*, 50(4), 361-396.
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate social responsibility and resource-based perspectives. *Journal of business Ethics*, 69, 111-132.
- Brown, K. E., & Lim, J. H. (2012). The effect of internal control deficiencies on the usefulness of earnings in executive compensation. *Advances in Accounting*, 28(1), 75-87.
- Chih, H. L., Shen, C. H., & Kang, F. C. (2008). Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: Some international evidence. *Journal of business ethics*, 79, 179-198.
- Choi, B. B., Lee, D., & Park, Y. (2013). Corporate social responsibility, corporate governance and earnings quality: Evidence from Korea. *Corporate Governance: An International Review*, 21(5), 447-467.
- Chung, H., & Kallapur, S. (2003). Client importance, nonaudit services, and abnormal accruals. *The accounting review*, 78(4), 931-955.
- DeMaCarty, P. (2009). Financial returns of corporate social responsibility, and the moral freedom and responsibility of business leaders. *Business and Society Review*, 114(3), 393-433.
- Gao, P., & Shrieves, R. E. (2002). Earnings management and executive compensation: A case of overdose of option and underdose of salary. *Unpublished, University of Tennessee, Knoxville, TN*.
- Gargouri, R. M., Shabou, R., & Francoeur, C. (2010). The relationship between corporate social performance and earnings management. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences De l'Administration*, 27(4), 320-334.
- Hong, Y., & Andersen, M. L. (2011). The relationship between corporate social responsibility and earnings management: An exploratory study. *Journal of Business Ethics*, 104, 461-471.
- Johnson, S. A., Ryan, H. E., & Tian, Y. S. (2009). Managerial incentives and corporate fraud: The sources of incentives matter. *Review of Finance*, 13(1), 115-145.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility?. *The accounting review*, 87(3), 761-796.
- Mardiyati, U., Devi, M. S., & Suherman, S. (2013). PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN, CORPORATE GOVERNANCE, DAN SHAREHOLDER PAYOUT TERHADAP KOMPENSASI EKSEKUTIF Studi Kasus Pada Perusahaan Non Financial yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(2), 167-183.
- Merchant, K. A., & Rockness, J. (1994). The ethics of managing earnings: An empirical investigation. *Journal of*

- Accounting and Public policy*, 13(1), 79-94.
- Orlitzky, M., & Benjamin, J. D. (2001). Corporate social performance and firm risk: A meta-analytic review. *Business & Society*, 40(4), 369-396.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization studies*, 24(3), 403-441.
- Panji, A. (2015). *Palsukan Laporan Keuangan, Toshiba akan Dihukum Pemerintah*. CNN Indonesai [Online]. Retrieved January 15, 2018 from: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150720101106-185-67228/palsukan-laporan-keuangan-toshiba-akan-dihukum-pemerintah>
- Prior, D., Surroca, J., & Tribó, J. A. (2008). Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corporate governance: An international review*, 16(3), 160-177.
- Scott, W. R. (2003). *Financial Accounting Theory*. Third ed. University of Waterloo: Prentice-Hall.
- Scott, W. R. (2009). *Financial Accounting Theory*. fifth ed. Ontario: Prentice Hall Canada Inc.
- Shuto, A. (2007). Executive compensation and earnings management: Empirical evidence from Japan. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 16(1), 1-26.
- Sun, L. & Hovey, M. T. (2012). The Endogeneity of Executive Compensation and Its Impact on Management Discretionary Behavior Over Financial Reporting. In *25th Australasian Finance and Banking Conference 2012*.
- US Securities and Exchange Commission. (2003). Retrieved from: <https://www.sec.gov/news/press/2003-70.htm>.
- Yip, E., Van Staden, C., & Cahan, S. (2011). Corporate social responsibility reporting and earnings management: The role of political costs. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 5(3), 17-34.
- Zang, A. Y. (2012). Evidence on the trade-off between real activities manipulation and accrual-based earnings management. *The accounting review*, 87(2), 675-703.