

# E - PROFIT

*Economics Professional in Action*

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

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**

**Vol. 6 | No. 2 | Oktober 2024**

**Bitcoin Sebagai Alat Lindung Nilai Inflasi, Tidak Sebagai “Save Haven”**

Binsar Silalahi, Ikaputera Waspada

**Company Listed on The Indonesian Stock Exchange: Factors That Influence Company Value**

Nathanael Bramantya Surya Hetharia, Magda Siahaan, Bonar Paul Siahaan

**Environmental Social Governance : Pengaruhnya Terhadap Perpajakan dan Return Saham dengan Return on Capital Employed Sebagai Pemoderasi**

Putri Gantine Lestari, Kaca Dian Meila, Elok Faiqoh Himmah

**Tax Avoidance and Company Characteristics in Non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange**

Vania Aurea Callista, Magda Siahaan, Theonino David Nauli

**Perbaikan Sistem Manajemen Mutu pada PT Propan Raya Cabang Bandung Berdasarkan Standar ISO 9001:2015**

Dwiki Narendra, Brigita Meylianti Sulungbudi

**Mengungkap Kekuatan Promosi Penjualan dan Shopping Lifestyle dalam Memicu Pembelian Impulsif pada Platform E-Commerce Lazada**

Vika Aprianti, Harianto Simarmata, Aenun Ni'mah

**Strategi Pengembangan SDM di Sektor Pariwisata: Menganalisis Potensi dan Tantangan di Daerah Berkembang**

Harianto Simarmata

**Growth Strategy Untuk Meningkatkan Competitive Advantage Pada Soft Ice Cream Melalui Program Peningkatan Product Quality dan Loyalitas Pelanggan**

Ratih Hadiani, Salma Putry Anjan, Andia Janash Mumstha, Raoda Abd Rahman, Fitria Angelia Ridwan, Triara Septi Nadilla

**Literasi Keuangan dan Finansial Teknologi dalam Inklusi Keuangan Pada UMKM**

Nurjannah Nurjannah, Nur Arisah

**Uncovering Public Perceptions of the Level of Trust in PAD and Budget Management in Central Kalimantan**

Okta Malinda, Muhammad Aji Lampang, Muhammad Abshar Noer Ramadhan, Pratama Pratama, Mar'elfan Hadi Pratama, Theresia Octaviani, Glenn Andrenossa

**Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverages Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022**

Aninditha Putri Kusumawardhani, Elan Rusnendar, Lina Noviyanti

---

**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., MM. (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 Damaiani, 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**

---

Bitcoin Sebagai Alat Lindung Nilai Inflasi, Tidak Sebagai “Save Haven” <b>Binsar Silalahi, Ikaputera Waspada</b>	110-119
Company Listed on The Indonesian Stock Exchange: Factors That Influence Company Value <b>Nathanael Bramantya Surya Hetharia, Magda Siahaan, Bonar Paul Siahaan</b>	120-130
Environmental Social Governance: Pengaruhnya Terhadap Perpajakan dan Return Saham dengan Return on Capital Employed Sebagai Pemoderasi <b>Putri Gantine Lestari, Kaca Dian Meila, Elok Faiqoh Himmah</b>	131-137
Tax Avoidance and Company Characteristics in Non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange <b>Vania Aurea Callista, Magda Siahaan, Theonino David Nauli</b>	138-150
Perbaikan Sistem Manajemen Mutu pada PT Propan Raya Cabang Bandung Berdasarkan Standar ISO 9001:2015 <b>Dwiki Narendra, Brigita Meylianti Sulungbudi</b>	151-166
Mengungkap Kekuatan Promosi Penjualan dan Shopping Lifestyle dalam Memicu Pembelian Impulsif pada Platform E-Commerce Lazada <b>Vika Aprianti, Harianto Simarmata, Aenun Ni'mah</b>	167-173
Strategi Pengembangan SDM di Sektor Pariwisata: Menganalisis Potensi dan Tantangan di Daerah Berkembang <b>Harianto Simarmata</b>	174-181
Growth Strategy Untuk Meningkatkan Competitive Advantage Pada Soft Ice Cream Melalui Program Peningkatan Product Quality dan Loyalitas Pelanggan <b>Ratih Hadiani, Salma Putry Anjan, Andia Janash Mumstha, Raoda Abd Rahman, Fitria Angelia Ridwan, Triara Septi Nadilla</b>	182-194
Literasi Keuangan dan Finansial Teknologi dalam Inklusi Keuangan Pada UMKM <b>Nurjannah Nurjannah, Nur Arisah</b>	195-208

Uncovering Public Perceptions of the Level of Trust in PAD and Budget Management in Central Kalimantan 209-219

**Okta Malinda, Muhammad Aji Lampang, Muhammad Abshar Noer Ramadhan, Pratama Pratama, Mar'elfan Hadi Pratama, Theresia Octaviani, Glenn Andrenossa**

Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverages Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022 220-232

**Aninditha Putri Kusumawardhani, Elan Rusnendar, Lina Noviyanti**

---

## Bitcoin Sebagai Alat Lindung Nilai Inflasi, Tidak Sebagai “*Save Haven*”

Binsar Silalahi, Ikaputera Waspada

Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia

Email: binsarsilalahi@upi.edu; ikaputerawaspada@upi.edu

---

Diterima:  
18 Maret 2024

Diterima Setelah Revisi:  
27 September 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkonfirmasi klaim bitcoin sebagai *save haven*. Pengujian pengaruh dari berbagai guncangan struktural terhadap harga bitcoin menggunakan Model Autoregresi Vektor (VAR). Temuan empiris pada penelitian ini, pertama harga bitcoin meningkat secara signifikan sebagai respon terhadap guncangan positif pada pasar saham, menunjukkan bahwa bitcoin tidak berfungsi sebagai lindung nilai untuk investasi di pasar saham. Kedua, harga bitcoin turun secara signifikan sebagai respon terhadap guncangan pada VIX lebih dari 7% setelah tiga bulan, menguatkan bukti empiris yang menolak properti *safe haven*. Ketiga, harga bitcoin meningkat secara signifikan setelah guncangan inflasi positif, menunjukkan bahwa bitcoin dapat menjadi lindung nilai yang berguna terhadap inflasi. Terakhir, harga bitcoin tidak terlalu merespons guncangan pada tingkat suku bunga nominal. Sehingga, temuan ini menunjukkan bahwa bitcoin tidak bertindak seperti emas dalam menanggapi berbagai guncangan yang menghantam ekonomi, sehingga menolak klaim populer bahwa bitcoin adalah *safe haven*.

**Kata Kunci:** Bitcoin, Inflasi, Emas, *Safe Haven*

### Abstract

*This study aims to determine and confirm the claim of bitcoin as a safe haven. Testing the effect of various structural shocks on bitcoin prices using the Vector Autoregression Model (VAR). The empirical findings in this study, first, bitcoin prices increase significantly in response to positive shocks in the stock market, indicating that bitcoin does not function as a hedge for investment in the stock market. Second, bitcoin prices fall significantly in response to shocks in the VIX by more than 7% after three months, strengthening empirical evidence that rejects the safe haven property. Third, bitcoin prices increase significantly after positive inflation shocks, indicating that bitcoin can be a useful hedge against inflation. Finally, bitcoin prices do not respond much to shocks in nominal interest rates. Thus, these findings indicate that bitcoin does not act like gold in responding to various shocks that hit the economy, thus rejecting the popular claim that bitcoin is a safe haven.*

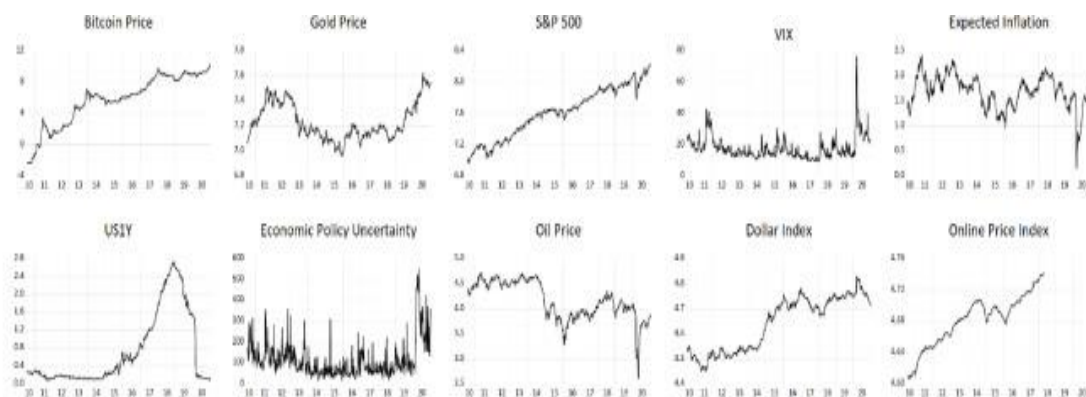
**Keywords:** Bitcoin, Inflation, Gold, *Safe Haven*

## 1 PENDAHULUAN

Sejak krisis keuangan global pada tahun 2008, berbagai jenis mata uang kripto termasuk Bitcoin, telah menyebabkan bentuk uang baru dalam bentuk digital dan struktur pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi *peer-to-peer* tanpa campur tangan perantara

keuangan (Nakamoto, 2008). Baru-baru ini, pandemi COVID-19 menimbulkan lagi pertanyaan penting mengenai sifat Bitcoin. Apakah Bitcoin dapat melindungi tekanan inflasi yang disebabkan oleh langkah-langkah stimulus pemerintah? Apakah Bitcoin bertindak sebagai *safe haven* bagi investor selama gejolak pasar atau ketidakpastian yang meningkat? Studi terbaru telah menjawab sebagian dari pertanyaan-pertanyaan ini tetapi belum mencapai konsensus (Conlon dan McGee, 2020; Mariana et al., 2021). Berbagai literatur yang sedang berkembang dan diskusi kontemporer ini berhasil memberikan bukti sistemik tentang adanya hubungan antara inflasi (atau perkiraan inflasi), ketidakpastian, dan harga Bitcoin. Terlepas dari pesatnya perkembangan studi empiris, banyak analisis telah berfokus pada sifat statistik Bitcoin untuk memahami perilaku penggingrannya atau menentukan status *safe haven*, sebagian besar dari diversifikasi portofolio (Dyhrberg, 2016; Bouri et al., 2017; Shahzad et al., 2019; Smales, 2019).

Pada dasarnya bitcoin merupakan cryptocurrency yang juga dapat diartikan sebagai mata uang digital yang dirancang menjadi media penukaran untuk mengendalikan penciptaan unit mata uang tambahan yang dapat membuat keamanan dalam bertransaksi (Sukamulja & Sikora, 2018). Tingginya tingkat volatilitas juga membuat tidak semua mata uang kripto dianggap sebagai mata uang digital layaknya bitcoin. Sebagai sistem keuangan yang terdesentralisasi, membuat bitcoin seringkali dijadikan pilihan untuk alat investasi yang memiliki resiko rendah karena tidak terganggu oleh resiko yang disebabkan oleh faktor-faktor *non* teknis (*safe haven*). Investasi *safe haven* pada dasarnya seringkali dijadikan acuan oleh para investor untuk mengamankan asetnya, sikap para investor tersebut dikarenakan *safe haven* merupakan sistem investasi yang tidak terdampak dalam berbagai resiko sehingga keamanannya terjamin. Resiko dalam investasi ini penurunan nilai aset yang disebabkan oleh faktor-faktor non teknis, seperti krisis bencana alam, krisis keuangan, pandemi, dan geopolitik (Spitznagel, 2021). Dalam berinvestasi, kontinjensi yang buruk yang merupakan resiko konsekuensi finansial dari kerugian ekomoni dalam portofolio.



Gambar 1. Evolusi Harga Bitcoin dan Variabel Lain

Gambar 1 menunjukkan data yang digunakan untuk menganalisis evolusi harga bitcoin dan variabel keuangan lainnya berdasarkan rangkaian waktu pengamatan mingguan, rentang waktu 21 Juli 2010 sampai 31 Desember 2020. Selain itu, pada beberapa penelitian berdasarkan pada teori permintaan uang, terdapat hubungan antara harga Bitcoin dan inflasi (Ciaian et al., 2016), namun sejauh pengetahuan peneliti, hubungan ini belum teruji secara empiris. Analisis respons harga Bitcoin terhadap guncangan ketidakpastian dan inflasi dalam kerangka kerja *Vector Autoregression* (VAR) yang menggunakan data frekuensi tinggi memberikan metrik yang lebih berkualitas untuk mengukur sifat Bitcoin dari perspektif ekonomi makro. Mempertimbangkan sifat emas yang terkenal sebagai aset lindung nilai dan lindung nilai inflasi, serta kemiripannya dengan Bitcoin diperlukan membandingkan respon harga bitcoin dengan harga emas terhadap guncangan yang sama, yang memudahkan interpretasi fakta yang ditemukan.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Aset *Safe Haven*

Aset *safe haven* merupakan sebuah aset yang memiliki korelasi negatif atau tidak berkorelasi dengan aset lain ketika terjadi sebuah tekanan ekstrim pada pasar (Baur dan Lucey, 2010). Aset ini sering pilih investor guna meminimalkan resiko kerugian selama periode krisis seperti saat terjadinya pandemi (Akhtaruzzaman dan Sensoy, 2021). Ketika memiliki korelasi yang bernilai negatif dan positif saat diversifier, aset tersebut dapat berperan sebagai sebuah sarana lindung (Kliber et al., 2019).

### 2.2 VIX dan EPU

VIX adalah ukuran perkiraan pasar terhadap volatilitas jangka pendek, seperti yang tersirat dalam harga opsi indeks saham S&P 500, yang menjadi ukuran standar ketidakpastian di pasar keuangan. Indeks EPU menggambarkan ketidakpastian "siapa yang akan membuat keputusan kebijakan ekonomi, tindakan kebijakan ekonomi apa yang akan diambil dan kapan akan diberlakukan, dampak ekonomi dari tindakan kebijakan di masa lalu, saat ini, dan di masa depan, dan ketidakpastian yang disebabkan oleh kelambanan kebijakan." Indeks ini telah digunakan secara luas dalam penelitian-penelitian terbaru sebagai alternatif dari VIX - indikator ketidakpastian yang paling populer berdasarkan data pasar keuangan. Dalam menyusun indeks ini, Baker dkk. (2016) menggunakan pendekatan naratif dan memanfaatkan liputan berita mengenai ketidakpastian kebijakan ekonomi. Mereka menghitung artikel yang muncul di setiap surat kabar yang berisi istilah-istilah yang berhubungan dengan ketidakpastian ekonomi dan kebijakan. Setiap artikel harus mengandung istilah-istilah yang terkait dengan tiga kategori ketidakpastian, ekonomi, dan kebijakan untuk memenuhi kriteria inklusi.

## 3 METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, berdasarkan bentuk data penelitian maka model yang digunakan adalah model *time series* dengan metode pendekatan *Vector Autoregression* (VAR). Dalam metode *Vector Autoregressive* (VAR), apabila terdapat sejumlah variabel yang mengandung unit root dan tidak berkointegrasi satu dengan yang lain, maka variabel yang mengandung unit root harus dideferensikan dan variabel hasil stasioner hasil differensi dapat digunakan dalam model VAR. Sedangkan dalam keadaan semua variabel mengandung unit root namun berkointegrasi, maka dapat digunakan model *Vector Error Correction Model* (VECM) (Rosadi, 2012). Adapun penggunaan *Vector Autoregressive* (VAR) pada penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan linier antar beberapa variabel waktu secara simultan. Dalam model ini, setiap variabel tidak hanya dipengaruhi oleh nilai sebelumnya dari dirinya sendiri, tetapi juga oleh nilai-nilai sebelumnya dari semua variabel lainnya dalam sistem. Pada model VAR, penggunaan pendekatan lag (kelambatan) untuk menjelaskan perubahan pada setiap variabel berdasarkan variabel-variabel lainnya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika kompleks dan interaksi antara berbagai variabel ekonomi atau finansial. Selain itu, model VAR memiliki kemampuannya untuk menangkap hubungan kausalitas antara variabel-variabel secara lebih jelas tanpa perlu menentukan variabel independen atau dependen secara eksplisit. Penggunaan VAR pada penelitian ini dilengkapi dengan uji kausalitas Granger dan analisis *impulse response function* (IRF) untuk memahami respon dari variabel terhadap kejutan-kejutan tertentu dalam sistem.

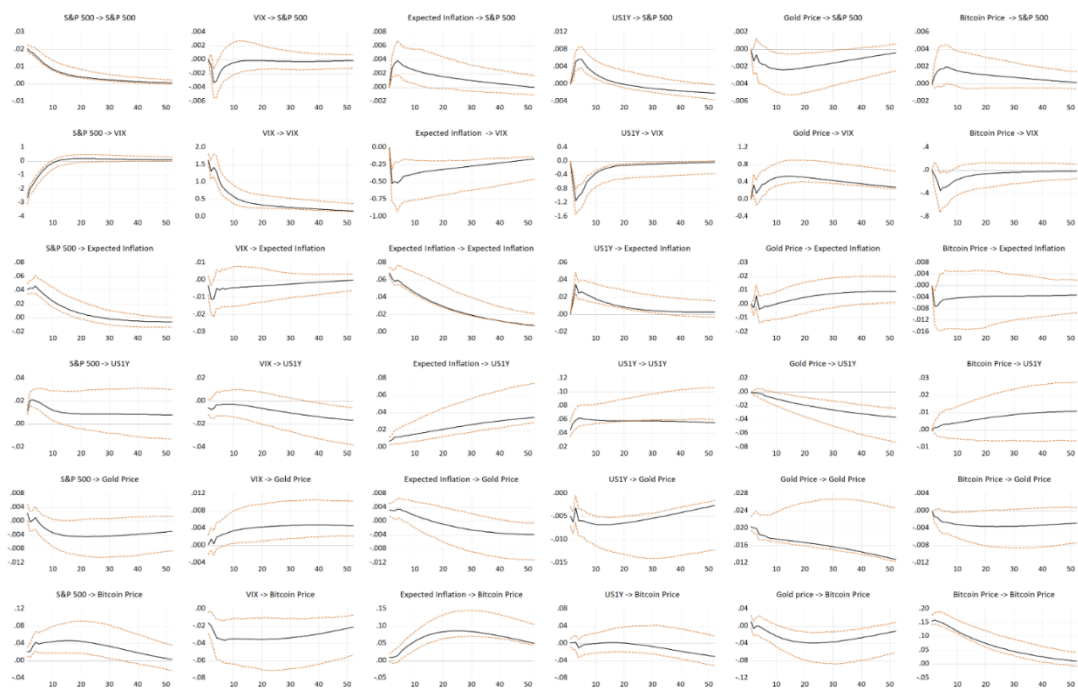
#### 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mengestimasi model VAR pada frekuensi mingguan untuk memahami efek jangka pendek dari ketidakpastian dan guncangan inflasi terhadap harga Bitcoin. Peneliti menggunakan indeks S&P 500 untuk mengetahui kondisi pasar keuangan secara keseluruhan dan menguji ketangguhan temuan peneliti dengan menggunakan indeks pasar saham dunia. Tabel 1 memberikan ringkasan statistik tentang keuntungan gabungan mingguan (log) pada harga bitcoin dan variabel lainnya, dan untuk menilai perkiraan inflasi, suku bunga obligasi satu tahun, dan Indeks Ketidakpastian Kebijakan Ekonomi berada pada level yang sama. Merujuk pada prediksi teori permintaan uang pada bitcoin atau formulasi harga emas (Barro, 1979; Ciaian et al., 2016), peneliti menggunakan perkiraan inflasi yang diukur dari selisih antara nominal *yield treasury* dalam lima tahun, *yield TIPS (Treasury Inflation-Protected Securities)* dalam lima tahun dan *online price index (OPI)* untuk mengukur tekanan inflasi dengan frekuensi yang tinggi (Cavallo & Rigobon, 2016).

Tabel 1. Ringkasan Statistik

	Harga Bitcoin (%)	Harga Emas (%)	S&P 500 (%)	VIX	$\pi e$ (%)	US1Y	EPU	WTI	Dollar Indeks	OPI
<b>Mean</b>	2.337	0.087	0.232	17.719	1.689	0.724	116.602	-0.085	0.031	0.033
<b>Median</b>	0.797	0.154	0.449	15.590	1.710	0.260	90.420	0.067	0.001	0.027
<b>Max</b>	112.601	8.230	10.717	76.450	2.410	2.740	559.210	46.233	5.006	0.585
<b>Min</b>	-70.852	-12.398	-13.379	9.150	0.160	0.090	18.040	-48.09	-2.150	-0.595
<b>Dev</b>	16.161	2.182	2.144	7.296	0.323	0.806	86.071	5.981	0.719	0.123
<b>Observ</b>	539	539	539	539	539	539	539	539	539	400

Harga bitcoin selama periode sampel ditandai dengan tren kenaikan yang kuat serta volatilitas yang berlebihan. Bitcoin tidak menunjukkan korelasi tanpa syarat yang kuat dengan aset keuangan lainnya. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa bitcoin dapat digunakan sebagai lindung nilai terhadap investasi di aset keuangan lainnya seperti saham dan obligasi (Dyhrberg, 2016; Bouri et al., 2017). Pengujian pengaruh dari berbagai guncangan struktural terhadap harga bitcoin dengan model dasar VAR mencakup enam variabel dan tren linier dan kuadratik, yaitu log indeks pasar saham AS, indeks VIX, perkiraan inflasi dalam jangka waktu lima tahun ke depan, suku bunga obligasi AS dalam satu tahun, log harga emas, dan log harga bitcoin. Hasil uji akar unit ADF menunjukkan bahwa harga bitcoin dan emas serta suku bunga obligasi satu tahun US *Treasury* tidak stationer, sedangkan variabel lainnya stationer. Mengingat pangsa pasar bitcoin yang kecil di pasar keuangan, sehingga sangat dimungkinkan untuk menempatkan harga bitcoin sebagai variabel yang paling tidak eksogen dalam sistem VAR. Asumsi identifikasi pada variabel lainnya sebagian besar sesuai dengan literatur yang luas tentang model VAR moneter.



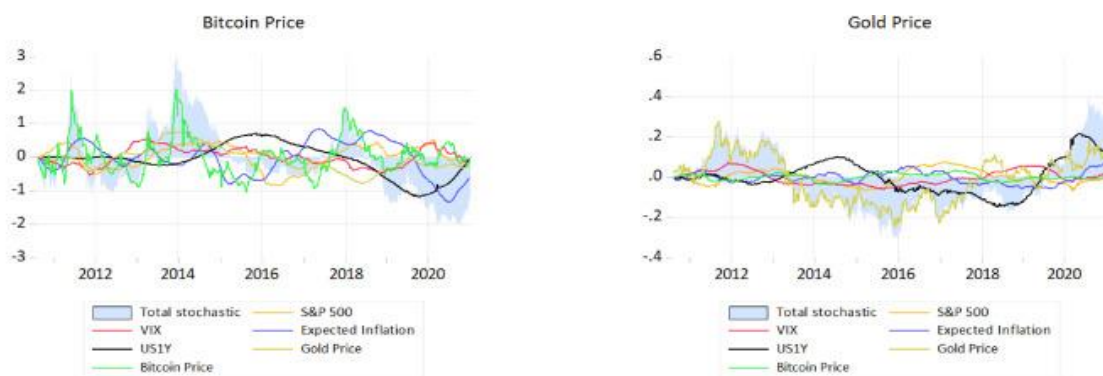
Gambar 2. Respon Harga Bitcoin Dan Emas: Model Dasar

Pada gambar 2 menunjukkan temuan empiris utama dalam penelitian ini. Pertama, harga bitcoin meningkat secara signifikan sebagai respon terhadap guncangan positif pada pasar saham, menunjukkan bahwa bitcoin tidak berfungsi sebagai lindung nilai untuk investasi di pasar saham, berbeda dengan hasil yang diperoleh menggunakan model GARCH (Dyhrberg, 2016). Kedua, harga bitcoin turun secara signifikan sebagai respon terhadap guncangan pada VIX. Kenaikan satu standar deviasi pada VIX diikuti dengan penurunan harga Bitcoin lebih dari 7% setelah tiga bulan, menguatkan bukti empiris yang menolak properti *safe haven* dengan menggunakan berbagai metodologi statistik (Bouri et al., 2017; Shahzade et al., 2019; Smales, 2019; Conlon & McGee, 2020). Ketiga, harga bitcoin meningkat secara signifikan setelah guncangan inflasi positif, menunjukkan bahwa bitcoin dapat menjadi lindung nilai yang berguna terhadap inflasi. Terakhir, harga bitcoin tidak terlalu merespons guncangan pada tingkat suku bunga nominal. Hasil estimasi harga emas yang sangat kontras dengan harga Bitcoin. Harga emas turun sebagai respons terhadap indeks S&P 500, mengimplikasikan bahwa emas memenuhi syarat sebagai lindung nilai untuk saham. Selain itu, harga emas meningkat secara signifikan terhadap guncangan pada VIX, yang mengindikasikan bahwa emas memenuhi syarat sebagai aset *safe haven*. Harga emas tidak terlalu merespons guncangan inflasi, tetapi menurun secara signifikan setelah guncangan suku bunga, yang juga berbeda dengan bitcoin. Temuan ini menunjukkan bahwa bitcoin tidak bertindak seperti emas dalam menanggapi berbagai guncangan yang menghantam ekonomi, sehingga menolak klaim populer bahwa bitcoin adalah *safe haven*.



Gambar 3. Dekomposisi Variasi Kesalahan pada Perkiraan Harga Bitcoin dan Emas

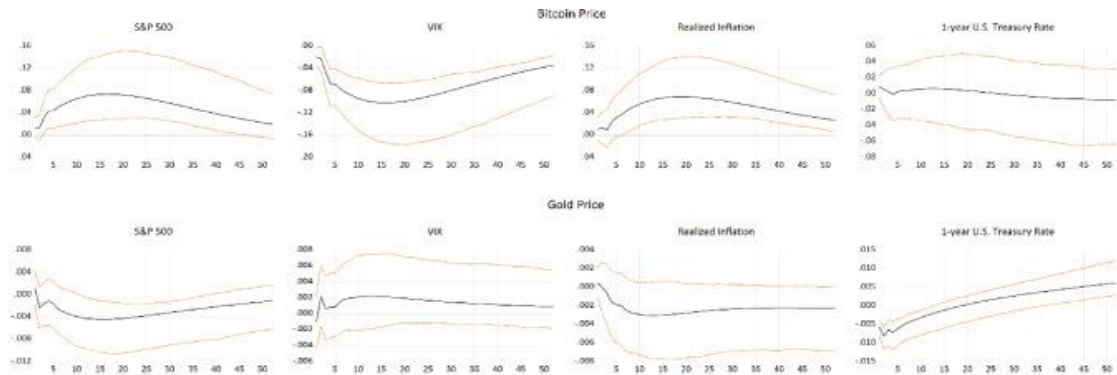
Dekomposisi pada varian kesalahan prediksi harga bitcoin dan emas, yang ditunjukkan pada gambar 3, memberikan wawasan lebih lanjut tentang sifat dinamika harga bitcoin dan menyoroti perbedaannya dengan dinamika harga emas. Guncangan pada perkiraan inflasi menjelaskan sebagian besar fluktuasi harga bitcoin, sedangkan guncangan tersebut hanya menjelaskan sebagian kecil fluktuasi harga emas.



Gambar 4. Sejarah Dekomposisi Harga Bitcoin dan Emas

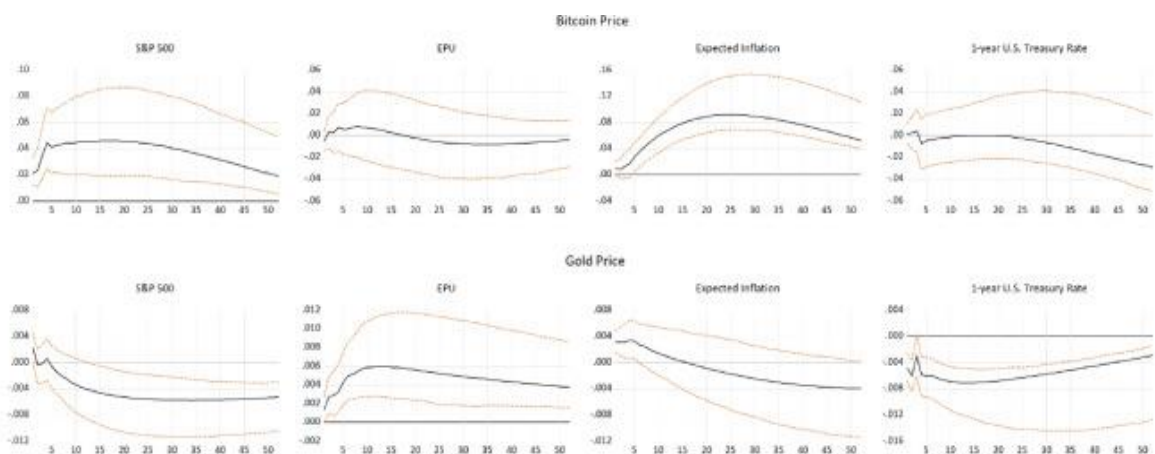
Dekomposisi historis dari harga bitcoin dan emas yang disajikan pada gambar 4, menunjukkan fluktuasi harga bitcoin dan emas yang disebabkan oleh guncangan selama periode sampel. Penulis menemukan pola yang menarik dalam dinamika harga bitcoin. Meskipun kenaikan harga bitcoin secara dominan dijelaskan oleh guncangan pada harga bitcoin itu sendiri, penurunannya relatif dapat dijelaskan dengan baik oleh guncangan lain, kecuali pada awal periode sampel, terutama oleh VIX dan perkiraan inflasi. Hal ini sangat kontras dengan dinamika harga emas, yang tidak menunjukkan banyak asimetri antara pasar *bullish* dan *bearish* dan secara dominan. Asimetri dalam dinamika harga bitcoin temuan peneliti konsisten dengan Makarov dan Schoar (2019), bahwa komponen idiosinkratik dari volume perdagangan bitcoin dapat menjelaskan *spread arbitrase*. Peneliti mengganti indeks VIX dengan indeks EPU AS, yang dikembangkan oleh Baker et al. (2016),

mengingat semakin banyaknya perhatian yang diberikan pada kekuatan prediksi EPU terhadap harga bitcoin (Demir et al., 2018). Meskipun ketidakpastian mengenai pasar keuangan diikuti dengan penurunan harga Bitcoin, gambar 6 menunjukkan bahwa ketidakpastian mengenai kebijakan pemerintah di masa depan tidaklah berdampak negatif. Temuan ini menggambarkan klaim bahwa meningkatnya popularitas dan harga bitcoin yang meningkat dengan cepat sebagian besar didorong oleh independensinya dari otoritas pemerintah.



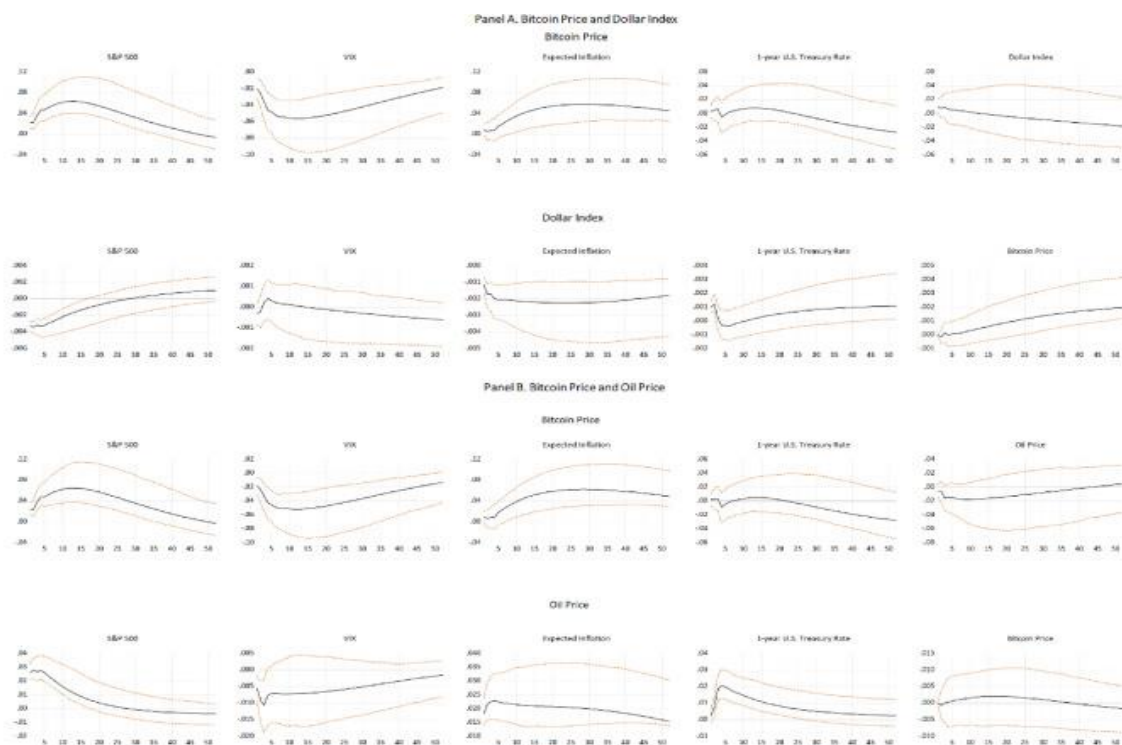
Gambar 5. Respon Harga Bitcoin dan Emas Menggunakan Indeks OPI

Untuk mengetahui ketidakpastian kebijakan keuangan vs kebijakan ekonomi, peneliti mengganti indeks VIX dengan indeks EPU AS, yang dikembangkan oleh Baker et al. (2016), mengingat semakin banyaknya perhatian yang diberikan pada kekuatan prediksi EPU terhadap harga Bitcoin (Demir et al., 2018). Meskipun ketidakpastian mengenai pasar keuangan diikuti dengan penurunan harga Bitcoin, pada gambar 6 menunjukkan bahwa ketidakpastian mengenai kebijakan pemerintah di masa depan tidaklah berdampak negatif. Temuan ini menggambarkan klaim bahwa meningkatnya popularitas dan harga Bitcoin yang meningkat dengan cepat sebagian besar didorong oleh independensinya dari otoritas pemerintah.



Gambar 6. Respon Harga Bitcoin dan Emas Menggunakan Indeks EPU

Peneliti menemukan bahwa respons harga bitcoin terhadap berbagai guncangan struktural sangat berbeda dengan emas. Untuk meningkatkan pemahaman mengenai dinamika harga bitcoin, peneliti membandingkan sifat empiris bitcoin dengan aset-aset keuangan terkenal lainnya dengan tujuan menemukan aset alternatif selain emas.



Gambar 7. Respon Harga Bitcoin: Model dengan Indeks Dolar dan Harga Minyak

Mengikuti banyak literatur yang beredar mengenai hubungan antara bitcoin dan mata uang tradisional (Yermack, 2015; Baur dan Lucey, 2018; Urquhart dan Zhang, 2019), peneliti mengganti harga emas dengan indeks dolar AS, yang mengukur nilai dolar terhadap sekelompok mata uang asing. Pada gambar 7 menjelaskan bahwa respon indeks dolar sangat berbeda dengan respons harga bitcoin. Sejalan dengan Gronwald (2021) yang mengemukakan bahwa bitcoin berperilaku mirip dengan komoditas seperti minyak mentah dan emas, karena bitcoin memiliki karakteristik yang sama dengan komoditas sumber daya yang tidak dapat diperbaharui. Peneliti juga membandingkan respons bitcoin terhadap harga minyak mentah dalam model VAR. Konsisten dengan Gronwald (2021), harga minyak merespons S&P 500 dan perkiraan inflasi secara positif dan merespons VIX secara negatif. Temuan ini, secara umum berbeda dengan temuan Liu dan Tsyvinski (2018) yang menggunakan analisis faktor untuk menentukan bahwa mata uang digital tidak memengaruhi faktor pasar saham umum atau keuntungan dari komoditas dan mata uang. Selanjutnya, serangkaian uji sensitivitas dari penelitian peneliti, termasuk penggunaan skema identifikasi alternatif, frekuensi data harian, variabel alternatif dalam model VAR, aset acuan yang berbeda, tidak termasuk periode pandemi COVID-19, dan mempertimbangkan jeda struktural di pasar bitcoin. Hasil estimasi ketahanan untuk memperkuat kesimpulan peneliti bahwa bitcoin tidak memiliki performa seperti emas dan oleh karena itu tidak dapat berperan sebagai *safe haven*.

## 5 SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, kesimpulan peneliti adalah bahwa bitcoin tidak memiliki performa seperti emas dan oleh karena itu tidak dapat berperan sebagai *safe haven*. Terlepas dari banyaknya regularitas empiris menarik yang ditemukan dalam penelitian ini, hasil penelitian ini harus mempertimbangkan beberapa hal. Pertama, kendati temuan utama termasuk serangkaian uji sensitivitas, memberikan temuan baru pada dinamika harga bitcoin, terutama lingkungan yang berubah dengan cepat terkait pasar mata uang kripto diperlukan kehati-

hatian dalam menginterpretasikan temuan peneliti. Terlebih lagi, peneliti telah mengabaikan dampak perubahan regulasi terhadap harga Bitcoin atau meningkatnya jumlah mata uang kripto baru yang tersedia. Kedua, dibandingkan dengan analisis sebelumnya mengenai aset *safe haven* lain seperti emas, periode sampel dalam analisis peneliti terbatas pada tahap awal perkembangan pasar mata uang kripto. Oleh karena itu, karakteristik pasar yang dianggap penting, seperti volume perdagangan atau likuiditas, dapat berubah sewaktu-waktu di masa depan, yang akan menantang temuan peneliti. Arah yang bermanfaat untuk penelitian di masa depan harus menyediakan kerangka kerja teoritis dan empiris yang sepenuhnya koheren mencakup fitur mata uang dan aset mata uang kripto itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhtaruzzaman, B. S., & Sensoy, A. (2021). Financial contagion during COVID–19 Crisis. *Finance Research Letters*, Volume 38, 2021.
- Baker, S. R., Bloom, N., & Davis, S. J. (2016). Measuring Economic Policy Uncertainty. *Quarterly Journal of Economics*, vol 131(4), pages 1593-1636.
- Barro, R. J. (1979). On the Determination of the Public Debt. *Journal of Political Economy*, 87(5):940-971. doi: 10.1086/260807
- Baur, D., & Hong, K. (2018). Bitcoin: Medium of Exchange or Speculative Assets. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*.
- Baur, D., & Lucey, B. (2010). Is Gold a Hedge or a Safe Haven? An Analysis of Stocks, Bonds and Gold. *The Financial Review*, 45, (2), 217-229.
- Bouri, E., Peter, M., Georges, A., David, R., & Lars, I. H. (2017). On the hedge and safe haven properties of Bitcoin: Is it really more than a diversifier?. *Finance Research Letters*, 20 (2017): 192-198.
- Cavallo, A., & Rigobon, R. (2016). The Billion Prices Project: Using Online Prices for Measurement and Research. *Journal of Economic Perspectives*, vol 30(2), pages 151-178.
- Ciaian, P., Rajcaniova, M., & Kancs, d'Artis. (2016). The economics of BitCoin price formation. *Applied Economics*, 48(19), 1799–1815. <https://doi.org/10.1080/00036846.2015.1109038>
- Conlon, T., & McGee R. (2020). Safe haven or risky hazard? Bitcoin during the Covid-19 bear market. *Financ Research Letters*, 2020 Jul;35:101607. doi: 10.1016/j.frl.2020.101607.
- Demir, E., Gozgor, G., Lau, C. K. M., & Vigne, S. A. (2018). Does economic policy uncertainty predict the bitcoin returns? An empirical investigation. *Finance Research Letters*, 26, 145–149.
- Dyhrberg, A. H. (2016). Bitcoin, gold and the dollar — A GARCH volatility analysis. *Finance Research Letters*, 16, 85–92.
- Gronwald, M. (2021). How explosive are cryptocurrency prices?. *Finance Research Letters*, Volume 38, 2021.
- Kliber, A., Marszałek, P., Musiałkowska, I., Andrzejczak S., & Katarzyna. (2019). Bitcoin: Safe haven, hedge or diversifier? Perception of bitcoin in the context of a country's economic situation—A stochastic volatility approach. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*. 10.1016/j.physa.2019.04.145
- Makarov, I., & Schoar, A. (2019). Price Discovery in Cryptocurrency Markets. *AEA Papers and Proceedings*, 109: 97–99. DOI: 10.1257/pandp.20191020
- Mariana, D. C., Ekaputra, I. A., & Husodo, Z. A. (2021). Are Bitcoin and Ethereum safe-havens for stocks during the COVID-19 pandemic?. *Finance Research Letters*, 38. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101798>
- Nakamoto, S. (2008). Nakamoto, Satoshi, Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System (August 21, 2008). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3440802> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3440802>

- Rosadi, D. (2012). *Analisis Ekonometrika dan Runtun Waktu Terapan dengan Eviews*. Yogyakarta: Andi.
- Shahzad, K., Bajwa, S. U., Siddiqi, A., Ahmid, F., & Sultani, A. (2016). Integrating knowledge management (KM) strategies and processes to enhance organizational creativity and performance: An empirical investigation. *Journal of Modelling in Management*, 11(1), pp. 154–179. doi: 10.1108/JM2-07-2014-0061.
- Smales, L. (2019). Bitcoin as a safe haven: Is it even worth considering?. *Finance Research Letters*, 30, 385-393.
- Spitznagel, M. (2021). *Safe Haven: Investing for Financial Storms*. Manhattan: Wiley.
- Sukamulja, S., & Sikora, C.O. (2018). The New Era of Financial Innovation: The Determinants Of Bitcoin's Price. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 33, 46-64.
- Uquhart, A., & Zhang, H. (2019). Is Bitcoin a hedge or safe haven for currencies? An intraday analysis. *International Review of Financial Analysis*.
- Yermock, D. (2015). *Is Bitcoin a Real Currency? An Economic Appraisal*. Handbook of Digital Currency, Academic Press.

---

## Company Listed on The Indonesian Stock Exchange: Factors That Influence Company Value

Nathanael Bramantya Surya Hetharia<sup>1)</sup>, \*Magda Siahaan<sup>1)</sup>, Bonar Paul Siahaan<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti

<sup>2)</sup> Bisnis Inovasi, Monash University

Email: nathanaelhetharia16@gmail.com; mgd.ddm.z@gmail.com\*; bonar982315@gmail.com

---

Diterima:  
25 Juli 2024

Diterima Setelah Revisi:  
16 Oktober 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

---

### Abstract

This research aims to identify the relationship between company size, leverage, managerial ownership, size of the board of directors, cash holding, return on assets, and company age, which influence the value of companies in the manufacturing industry listed on the Indonesian Stock Exchange. The sample for this research uses a purposive sampling method, which uses manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2017 to 2019. This research data was analyzed using a multiple linear regression model. So, this research shows that leverage and return on assets influence company value. Meanwhile, company size, managerial ownership, board size, cash holding, and company age do not influence company value.

**Keywords:** Company Value, Company Size, Leverage, Managerial Ownership, Size of the Board of Directors, Cash Holding, Return on Assets, Company Age.

## 1 INTRODUCTION

Companies generally have the goal of maximizing profit or profits. When a company makes large profits, it can increase its value. If the value of the company increases, the market price of the company will also increase. Financial managers can implement several strategies and decisions to meet company goals. Company value is investors' assessment or perception of the company's success, usually explained by share prices. A relatively high share price will increase company value so that investors will have increased confidence, not only in the company's current performance but also in the industry's plans for the future. Optimizing company value is meaningful for the industry because optimizing industry value means optimizing the industry's primary goal. Increasing company value is very important for companies because if company value increases, it means they can maximize a company's vision (Iswajuni et al., 2018).

Company value reflects an industry's performance at a particular time. In that case, it will be easier for investors to believe in investing their funds in the company by hoping that when a company's performance is in good condition, the share value will also increase and can provide returns in line with investors' expectations (Iswajuni et al., 2018). Company value is crucial for an industry because it explains the welfare of the company's owner. The manager, who is the owner's representative, is responsible for managing the company so that the company's value increases. So that managers work optimally, some companies provide opportunities or options for managers to own company shares (which is called insider ownership or managerial ownership). Managerial ownership has two sides: the good side and the bad side. The good side is that if managers own company shares, they perform well because the manager has ownership responsibility. On the other

hand, managerial ownership can cause managers to determine policies that can increase company value and welfare.

The difference between this research and previous research is in independent variables and sample differences. The previous research period of Iswajuni et al. (2018) was from 2010 to 2013, while this study used the research period from 2017-2019. Furthermore, previous research by Iswajuni et al. (2018) has several independent variables, including company size, return on assets, managerial ownership, and enterprise risk management. In this study, the independent variables from previous research belonging to Iswajuni et al. (2018) are company size, return on assets, and managerial ownership. They are coupled with independent variables from research by Darko et al., (2018), namely cash holdings, leverage, company age, and size of the board of directors. These variables are used because they are factors that consistently influence investors' views of a company so that they can determine the value of the company in question.

## **2 LITERATURE REVIEW**

### **2.1 Agency Theory**

The principle of agency theory is the relationship between two parties, including the principal and agent. The principal is the owner of a company or can be called an investor, whereas the agent is the management tasked with running the company (Jensen & Meckling, 1976). Agency theory can cause managerial disturbances because of differences in interests and opinions between the principal and the agent. That relates to the behavior of each party, which is caused by personal interests. This conflict of interest, an agency problem, can lead to differences in information between management and investors.

### **2.2 The Value of The Company**

Many factors, besides its financial and non-financial performance, can be used to assess the company's value from the perspective of investors. Compliance with the company's regulations is inseparable from that (Siahaan et al., 2023b, 2024). Company value can be explained by the share value that investors or potential buyers are willing to pay (Prasetyorini, 2013). As those who run the company, managers must act by the directions of the owners or shareholders so that their welfare increases. The increase in market price share can show that the welfare of owners or shareholders has increased. Several goals must be achieved in establishing a company, including achieving optimal profits, improving the welfare of shareholders, and optimizing company value, which can be reflected in the industry's share price. An industry's long-term goal is to increase its value. Industrial value is the price that buyers are willing to pay if company shares are sold (Mahardhika & Roosmawarni, 2016). The value of a company can be reflected in its share price. A high share price shows that the company's value is also high and will definitely increase the prosperity or welfare of shareholders. The value of a company can be measured in various ways, one of which is the company's share price because the company's share price shows investors' total evaluation of each equity owned.

### **2.3 Company Size and Company Value**

Company size is an illustration that can be seen through the number of assets or total net sales. If the number of assets or sales is large, the size of a company will continue to be extensive (Iswajuni et al., 2018). The company's size is divided into 3 types, namely large, medium, and small industries. Determining industry size is based on total company assets. So, the size of a company is the size or number of assets owned by the company (Gianchiara et al., 2024; Iswajuni et al., 2018). Company size can also be used as a marker that provides clues about the characteristics or conditions of an industry. Several benchmarks can be used to determine the company's size, starting from the number

of employees it has, the number of assets it owns, the total shares outstanding, and the achievement of sales figures achieved by the company in a specific time. Company scale is a description used to show the size of a company based on the company's total assets (Hermuningsih, 2012).

Ha1: Company size influences company value.

#### **2.4 Leverage and Company Value**

Leverage is a ratio used to measure how extensive a company's capabilities are when generating profits and how much liabilities can be covered with its assets (Winarta et al., 2024; Yumiasih & Isbanah, 2017). Leverage is an industrial funding policy that comes from external parties. Some in the industry argue that utilizing debt is more secure than issuing new shares. The amount of the company's value always depends on the policies taken by the industry. One decision that is very risky for a company's value is leverage (Euis & Taswan, 2002). The leverage ratio determines whether a company can meet its financial obligations. Leverage is used to calculate the amount of funds the company owner provides in proportion to the funds obtained from the company's creditors (Yumiasih & Isbanah, 2017).

Ha2: Leverage influences company value.

#### **2.5 Managerial Ownership and Company Value**

Managerial ownership describes the percentage of shares owned by company management, such as commissioners, directors, or other parties who participate directly in making company policies (Indahningrum & Handayani, 2009). If managers have shares in the company, they will have the same interests as the company owner. If the interests of managers and owners are aligned, they can minimize agency disputes. If agency problems can be minimized, managers can be motivated to improve financial reporting performance (Napitupulu, 2012). Besides that, Managers who double as shareholders will try to make maximum efforts in the hope that the company's performance and value will increase so that shareholder wealth will also increase (Putra & Wirawati, 2013).

Ha3: Managerial ownership influences company value.

#### **2.6 Board of Director Size and Company Value**

The board of directors' size is a company management mechanism that is very important when determining company value. The board of directors makes policies and strategies from existing resources in short and long periods. The board of directors has a significant influence on a company. By separating duties from the board of commissioners, the board of directors has the authority to manage all energy sources within the company (Sukandar & Rahardja, 2014). Identification of the number of board of directors can influence management because it can effectively manage agency problems that are detrimental and affect company value. However, Lipton and Lorsch (1993) identified that larger boards are ineffective in their performance, and according to them, it can even result in complex communication relationships. However, there are differences between researchers in previous studies, so the facts needed are still debated. This research aims to provide more comprehensive evidence to identify the effect of board size on company value (Sukandar & Rahardja, 2014).

Ha4: The size of the board of directors influences company value.

#### **2.7 Cash Holding and Company Value**

Cash holdings are the most liquid assets, describing the efforts made by the company to maintain the cash available within the company so that it does not occur more or less when carrying out industrial activities called cash optimization or cash optimization (Christina & Ekawati, 2014). Managers are parties who efficiently use cash holdings to meet their interests. That reflects a conflict

of interest between management's duties and main objectives, namely increasing the welfare of owners or shareholders and management's interest in improving their welfare (Christina & Ekawati, 2014). If a company has cash holdings, it does not need to liquidate or sell its assets to make capital investments that generate profits for the company. Cash holdings can prevent a company from experiencing difficulties due to inherent financial obligations. According to this statement, the company's cash holdings are needed in an optimal amount (Saddour, 2006). According to Azmat (2014), setting cash holdings at the maximum point needs to be tried because the industry uses cash as an element of working capital to help with industrial operational activities. Holding huge cash balances (excess cash holdings) and holding minimal cash balances (cash shortfall) have risks for the industry and shareholders.

Ha5: Cash holding influences company value.

## **2.8 Return on Assets and Company Value**

Profitability is a company's efforts to gain profits in the future and can be used as a benchmark for the success of a company's operations. A company can continue to grow if a company's profitability is high (Jonathan & Siahaan, 2023; Rakhmawati et al., 2024; Sianturi et al., 2024). The increase in profitability has a positive effect on the industry's financial performance when it reaches targets to optimize company value, which will be responded to positively by investors so that demand for shares increases and can increase share prices. High profitability also shows good industry prospects, so investors will respond positively; these signals can increase company value. That is understandable because the company managed to record an increase in profits, which indicates that the company is performing well, generating positive sentiment from investors and increasing the company's share price. Increasing stock prices in the market will undoubtedly increase company value (Husna & Satria, 2019). Profitability ratios can be reflected by return on assets (ROA). ROA is the ratio of net profit to total company assets. ROA is a way to measure a company's ability to generate profits that can guarantee company value (Husna & Satria, 2019; Siahaan et al., 2023a).

Ha6: Return on assets influences company value.

## **2.9 Company Age and Company Value**

Company age is the time from the company's inception, being listed on the Indonesian stock exchange, until the company operates indefinitely. The longer an industry has been established, the more the company's learning process and mature experience will make it more competent in its operational activities (Yumiasih & Isbanah, 2017). Therefore, companies established for a long time will usually have better profitability than newly established industries (Gunawan & Juniarti, 2014). Theoretically, companies that have been established for a long time will be trusted by investors more than newly established industries because companies that have been established for a long time are assumed to be able to generate greater profits than newly established companies. The impact is that newly established companies will need help obtaining funds in the capital market, which will require them to rely on their capital (Zen & HermanA, 2007). The company age factor is reflected in this study because recognizing the company's age will determine how long the industry can survive any obstacles or challenges faced in its performance process. As the company's age increases, it will also provide greater disclosure of its value.

Ha7: Company age influences company value.

# **3 RESEARCH METHODS**

## **3.1 Sample Selection and Data Collection**

This research was carried out using data collection methods to test the influence of independent variables, such as company size, leverage, managerial ownership, size of the board of directors, cash

holding, return on assets, and company age, on company value. The population 129 companies and unit of analysis in this research are companies listed on the Indonesian Stock Exchange. The sample is a manufacturing company listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI) for the period 2017 to 2019 with 96 data. The sample selection method used is purposive sampling, namely selecting samples using certain criteria. The criteria set as the basis for sample selection are: (1) Manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2017 to 2019, (2) Companies that report their financial statements ending on December 31 each year, (3) Companies whose financial reports use the Rupiah currency, (4) Companies that have consistent managerial ownership from 2017 to 2019, and (5) Companies that earn consistent profits from 2017 to 2019.

### 3.2 Operational Definition and Variable Measurement

Generally, a company's goals include achieving optimal profits, improving shareholders' welfare, and optimizing company value, which can be reflected in industry share prices. Apart from that, a company's long-term goal is to increase industrial value. Company value can be explained by the share value that investors or potential buyers are willing to pay (Prasetyorini, 2013). As those who run the company, managers must act by the directions of the owners or shareholders so that their welfare increases. Increasing the welfare of owners or shareholders can be seen from the increase in market price share. The value of a company can be measured in various ways, one of which is the company's share price because the company's share price shows investors' total evaluation of each equity owned. Company value is given the symbol Q. In this research, company value is measured using Tobin's Q ratio. (Sugiyono, 2010).

$$\text{TOBINSQ} = \frac{(\sum \text{Outstanding Share} \times \text{Closing Price}) + \text{Total Liabilities}}{\text{Total Asset}}$$

Company size is an illustration that can be seen through the number of assets or total net sales. If the number of assets or sales is large, the size of a company will continue to be extensive (Iswajuni et al., 2018). Company size can be seen from the division of companies into several categories, including large industries, medium companies, and small companies. Company scale is usually a benchmark used to describe how big or small a company is based on the company's total assets (Hermuningsih, 2012). So, the size of a company is the size or number of assets owned by the company (Iswajuni et al., 2018). UKP symbolizes company size in this study. Company size is measured by the proxy  $\text{Company Size} = \text{Ln}(\text{Assets})$  (Iswajuni et al., 2018). According to Yumiasih and Isbanah (2017), leverage is a ratio used to measure how extensive a company's capabilities are when generating profits and how much liabilities can be covered with its assets. Leverage is an industrial funding policy that originates from external parties. Some in the industry argue that debt is more secure than issuing new shares. The leverage ratio shows the company's capability to cover its financial obligations. Leverage is also used to calculate the amount of funds the company owner provides in proportion to the funds obtained from the company's creditors (Yumiasih & Isbanah, 2017). LEV symbolizes leverage. Leverage is measured by the following proxy (Darko et al., 2018).

$$\text{Lev} = \frac{\text{Total debts}}{\text{Total assetst}}$$

Managerial ownership describes the percentage of shares owned by company management, such as commissioners, directors, or other parties who participate directly in making company policies (Indahningrum & Handayani, 2009). Besides that, the managers who also double as shareholders will try to make maximum efforts in the hope that the company's performance and value

will be good so that shareholder wealth will also increase (Putra & Wirawati, 2013). KM symbolizes managerial ownership. Managerial ownership is measured using the following proxy (Iswajuni et al., 2018).

$$KM = \frac{\sum \text{Shares owned by Management}}{\sum \text{Shares Outstanding}} \times 100\%$$

The size of the board of directors is one of the company management mechanisms that is very important in describing the company's value because it determines decisions and strategies from the resources owned by the company for both long and short periods. The board of directors has a significant influence on a company because by dividing tasks among the board of commissioners, the board of directors has the authority to manage all energy sources within the company (Sukandar & Rahardja, 2014). The board size is given the symbol UD. Board size is measured by the proxy  $UD = \ln(\text{Number of Directors})$  (Darko et al., 2018). According to Christina and Ekawati (2014), cash holdings are the most liquid assets. They are efforts made by the company to maintain the cash available within the company so that there is no excess or shortage in carrying out activities called cash optimization or cash optimization. Cash holdings can prevent a company from experiencing difficulties due to inherent financial obligations. According to this statement, the company's cash holdings are needed in an optimal amount (Saddour, 2006). According to Azmat (2014), setting cash holdings at the maximum point needs to be tried because the industry uses cash as an element of working capital to help with industrial operational activities. Holding huge cash balances (excess cash holdings) and holding minimal cash balances (cash shortfall) have risks for the industry and shareholders. CH symbolizes cash holdings. Cash holdings are measured by the proxy  $CH = \ln(\text{Cash})$  (Darko et al., 2018).

Profitability is a company's efforts to gain profits in the future and can be used as a reference for the company's operational success. High profitability can enable a company to continue to grow. Profitability can be measured by Return on assets, commonly called Return on investment, which is the ratio of net profit to the company's total assets. ROA is a way to measure a company's ability to generate profits that can guarantee company value (Husna & Satria, 2019). In other words, return on assets can also be seen from management's effectiveness in generating profits with the assets owned (Gitman & Zutter, 2015). ROA symbolizes Return on assets. Return on assets can be measured by the proxy  $ROA = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Assets}}$  (Iswajuni et al., 2018). Company age (age) is the age since the company was founded, registered on the Indonesian stock exchange, and has been able to carry out its activities consistently operational activities to maintain the company's continuity or existence (Agustia & Suryani, 2018). The longer a company has existed, the more impact it will have on its higher learning process and more mature experience, making a company more competent in its operational activities (Yumiasih & Isbanah, 2017). Theoretically, companies that have been established for a long time will be trusted by investors more than newly established companies. The longer the company's life, the greater the disclosure of the company's value. Therefore, industries that have been around longer will generally have better profitability than newly established companies (Gunawan & Juniarti, 2014). UP symbolizes company age. Company age can be measured by the proxy  $UP = \ln(\text{the number of years the company has been established})$  (Darko et al., 2018).

### 3.3 Data Analysis Method

The research uses various types of statistical testing tools with multiple regression methods to test whether the independent variable influences the dependent variable, namely company value. The statistical test tools used are descriptive statistical analysis, data quality testing, classical assumption testing, and hypothesis testing. The multiple regression equation in research can be written as follows:

$$\text{TOBINSQ} = \alpha + \beta_1\text{UKP} + \beta_2\text{LEV} + \beta_3\text{KM} + \beta_4\text{UD} + \beta_5\text{CH} + \beta_6\text{ROA} + \beta_7\text{UP} + \varepsilon$$

#### 4 RESULTS AND DISCUSSION

The data used in this research was 96 data from 32 companies that met the sample criteria of the sample selection procedure. The Residual Data Normality Test Results Before the Outlier Asymp Test. Sig. (2-tailed): 0.005, where after carrying out an outlier test using z-score values -3 and +3, where data with z-score values above 3 or below -3, then the data used was 94 with an unstandardized residual of 0.054. Furthermore, the results of the multicollinearity test for all variables did not occur in multicollinearity, and there was no autocorrelation with the Sig value. 0.247618. Meanwhile, the results of the heteroscedasticity test show that the Return on assets variable experiences heteroscedasticity with a value of sig. 0.001397. Table 1 shows descriptive statistics that describe the mean and standard deviation values. The test results for the correlation coefficient R 0.841 and the coefficient of determination with an adjusted R square value of 0.683 show that variations in the independent variables can explain variations in the dependent variable, namely company value of 68.3%, and the remaining 31.7% is explained by other existing factors, outside the research model.

Table 1. Descriptive Statistical

Variable	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOBINSQ	94	0,359695	4,995413	1,530246	1,012687
Company size	94	22,369361	33,494533	28,158081	1,999982
Leverage	94	0,09038	1,887083	0,363829	0,214584
Managerial ownership	94	0,015717	89,444444	12,695514	18,507355
Board of directors	94	0,693147	2,564949	1,538138	0,417482
Cash holding	94	12,894541	26,423659	20,561581	2,538868
Return on assets	94	0,00013	0,257499	0,066869	0,054898
Company age	94	2,639057	4,127134	3,631364	0,344048

Table 2. F-test

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	67,385539	7	9,626506	29,578562	0,000
Residual	27,989173	86	0,325455		
Total	95,374712	93			

Table 3. t-test

Variable	B	Sig.
(Constant)	-0,116	0,913
Company size	0,027	0,616
Leverage	1,524	0,000
Managerial ownership	-0,003	0,431
Board of directors	0,014	0,941
Cash holding	-0,002	0,953
Return on assets	14,151	0,000
Company age	-0,151	0,430

F-test results with Sig. The 0,000 independent variables used in the research have a joint influence on the dependent variable, and the research regression model is suitable for use, as seen in Table 2. Next, the research results can be seen in Table 3. The first alternative hypothesis (Ha1) shows that it is not accepted. That means that company size does not influence company value. The size of a company, whether large or small, will not affect its value of the company, because not all investors will consider the size of the company when they buy shares; investors ignore the issue of company scale, which is an issue that can influence investors' decisions when investing. A large industrial scale does not mean that the total assets can make a profit or not. Investors tend to pay more attention to other ratios, such as total assets turnover, because this ratio describes how much the company uses assets to generate sales (Sarawati & Majidah, 2012). If the company value continues to increase, then the company size value calculated using the natural log of total assets will not change (Turan, 2015).

The research results of the second alternative hypothesis (Ha2) are accepted. This means that leverage has a positive effect on company value. Leverage is an industrial funding policy that originates from external parties. Some in the industry argue that debt is more secure than issuing new shares. The amount of the company's value always depends on the policies taken by the industry. One decision is perilous for industrial value, namely leverage (Euis & Taswan, 2002). Leverage affects company value because additional funds from debt loans can help the company's operational activities, strengthen the company's capital position, and increase the number of company assets in various forms, such as property, production equipment, and investment (Agustia & Suryani, 2018). The research results of the third alternative hypothesis (Ha3) show that it is not accepted. That means that managerial ownership does not affect company value. It does not affect company value because if you look at the average percentage of managerial ownership in manufacturing companies, it is relatively low, so the effect is less significant. That is because managerial ownership in manufacturing companies in Indonesia still needs to be higher. The low number of shares owned by management means that management does not feel like they own the industry because not all profits can be used by management, which motivates management to optimize its usefulness to the detriment of shareholders. Also, with low share ownership by management, management performance tends to be low, so that does not affect company value. Thus, management ownership has not become a mechanism for increasing company value (Dewi & Sanica, 2017).

The research results of the fourth alternative hypothesis (Ha4) show that it is not accepted. This means that the size of the board of directors does not affect company value. The size of the board of directors does not affect company value because investors also need to look at the capacity to determine the number of the board of directors. Deciding on the number of board of directors will not necessarily increase the usefulness of a business entity, especially if too many board of directors will waste the finances of a particular company. The quantity of directors does not always have an advantage; meetings held by directors do not necessarily result in good communication and cooperation; it could even happen that one of the directors is less responsible because they feel they have much help; this could also indicate that the directors get other income besides their fixed salary, which can increase company costs, and decision-making can take a long time (M. C. Jensen, 1986).

The fifth alternative hypothesis (Ha5) research results show that it is not accepted. That means that cash holding does not affect company value. Cash holdings do not affect the company's value because the smaller or larger the cash holdings balance held by the industry, it will not result in an increase in the industry's value. That proves that investors must consider the industry's cash holdings when investing. Because investors believe that the company's cash holdings are very vulnerable to misuse by industrial managers. Regarding agency theory, the industry (agent) represented by management knows more about what is happening to the industry and its prospects than outside parties (investors and creditors). Cash ownership in the industry also causes many investment opportunities to disappear. That causes companies not to share positive signals with shareholders and creates information asymmetry. The research results of the sixth alternative hypothesis (Ha6) show

that it is accepted. That means that return on assets has a positive influence on company value. Return on assets affects company value because a good level of company profitability makes the industry's financial picture look good, making investors see a better view of the industry. Information about high levels of profitability is a signal for investors and can be used as consideration in making investment decisions. Optimistic assumptions from investors will increase demand for shares, which will follow an increase in company value. (Murhadi, 2008; Sujoko & Soebiantoro, 2007).

The research results of the seventh alternative hypothesis (Ha7) show that it is not accepted. That means that company age does not affect company value. Company age does not affect company value in line with research conducted by Mahardhika and Roosmawarni (2016), which illustrates that a company that has been operating for a long time does not guarantee that it will have better profits than a newly established company that is because the company's production results are which has been established for a long time will decline, which occurs due to the emergence of new competitors and emerging trends caused by new competitors who have just been established. Usually, these companies are superior in terms of innovation in their products.

## 5 CONCLUSIONS

This research concludes that leverage and return on assets have a positive influence on company value. Meanwhile, company size, managerial ownership, size of the board of directors, cash holdings, and company age have no influence on company value. There are several limitations that arise in this research. This research only uses 7 variables, namely company size, leverage, managerial ownership, size of the board of directors, cash holdings, return on assets, and company age, with an Adjusted R<sup>2</sup> of 0.683. The author used only three years, namely 2017-2019, and there is 1 variable that has a heteroscedasticity problem, namely the return on assets variable. Furthermore, the author would like to convey some suggestions, including adding other variables that influence company value, such as institutional ownership and dividend policy. Then, it is hoped that the research period can be increased in future research. Finally, researchers hope to increase the amount of data used for research, such as researching non-financial companies on the Indonesian Stock Exchange, to produce customarily distributed data and minimize heteroscedasticity problems in research.

## REFERENCES

- Agustia, Y. P., & Suryani, E. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 10(1). <http://ejournal.upi.edu/index.php/aset>
- Azmat, Q. -u. -. (2014). Firm Value And Optimal Cash Level. *International Journal of Emerging Markets*, 488–504. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-11-2011-0104>
- Christina, Y. T., & Ekawati, E. (2014). Excess Cash Holdings Dan Kepemilikan Institusional Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*.
- Darko, D. A., Bonsu, B. A., Famiyeh, S., Kwarteng, A., & Goka, Y. (2018). Governance structures, cash holdings and firm value on the Ghana Stock Exchange. *Corporate Governance*, 18(4), 671–685. <https://doi.org/10.1108/CG-07-2017-0148>
- Dewi, K. R. C., & Sanica, I. G. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 2(1).
- Euis, & Taswan. (2002). Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*.

- Gianchiara, C., Pradipta, A., & Siahaan, M. (2024). Corporate Governance's Role in Shaping Transfer Pricing Practices. *CASHFLOW*, 3(4), 486–495.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principals of Managerial Finance* (Fourteenth). England: Pearson.
- Gunawan, L., & Juniarti. (2014). Pengaruh Family Control, Firm Risk, Size, dan Age Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi. *Business Accounting Review*, 2(1). <http://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article>
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2). <https://journal.uui.ac.id/JSB/article/view/3304>
- Husna, A., & Satria, I. (2019). Effects of Return on Asset, Debt to Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, and Dividend Payout Ratio on Firm Value. *International Journal of Economics and Financial*, 9(5).
- Indahningrum, R. P., & Handayani, R. (2009). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan institusional, dividen, pertumbuhan perusahaan, free cash flow dan profitabilitas terhadap kebijakan hutang perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 189–207.
- Iswajuni, I., Manasikana, A., & Soetedjo, S. (2018). The effect of enterprise risk management (ERM) on firm value in manufacturing companies listed on Indonesian Stock Exchange year 2010-2013. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(2), 224–235. [www.emeraldinsight.com/2443-4175.htm](http://www.emeraldinsight.com/2443-4175.htm)
- Jensen, C., & Meckling, H. (1976). *Theory of The Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost and Ownership Structure*. 3, 305–360.
- Jensen, M. C. (1986). Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *The American Economic Review*, 76(2), 323–329.
- Jonathan, J., & Siahaan, M. (2023). Pengaruh Faktor Internal terhadap Nilai Perusahaan. *Media Bisnis*, 15(2), 309–318. <https://doi.org/10.34208/mb.v15i2.2283>
- Lipton, M., & Lorsch, J. W. (1993). *The lead director*, *Directors and Boards- American Edition*. 17, 28–28.
- Mahardhika, B. W., & Roosmawarni, A. (2016). Analisis Karakteristik Perusahaan yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010- 2014. *Jurnal Balance*, 8(2). <http://103.114.35.30/index.php/balance/article/view/746>
- Murhadi, W. R. (2008). Hubungan capital expenditure, risiko sistematis, struktur modal, Tingkat Kemampulabaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 11–23.
- Napitupulu, R. H. E. (2012). Napitupulu, Rintar H.E.. 2012. faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 14(2a), 61–78. <https://www.tsm.ac.id/JBA>
- Prasetyorini, B. . (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Putra, I. K. D. A., & Wirawati, N. G. P. (2013). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Hubungan Antara Kinerja dengan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Rakhmawati, A., Siahaan, M., & Siahaan, B. P. (2024). Factors Affecting Earning Management in Manufacturing Companies on Indonesian Stock Exchange. *Current Advanced Research on Sharia Finance and Economic Worldwide (Cashflow)*, 3(4), 475–485. <https://ojs.transpublika.com/index.php/CASHFLOW/article/view/1291>
- Saddour, K. (2006). The Determinants and the Value of Cash Holdings: Evidence from French firms. *Cahier de Recherche*. *Caier de Recherche*.
- Sarawati, A., & Majidah. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Underpriced. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(1), 129–140.

- Siahaan, M., Nauli, T. D., & Siahaan, B. P. (2024). Can Internal Mechanisms Control Detect Corruption Through Fraudulent Behaviour? *AFRE Accounting and Financial Review*, 7(1), 1–8. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/afr/article/view/11893>
- Siahaan, M., Suharman, H., Fitrijanti, T., & Umar, H. (2023a). When internal organizational factors improve detecting corruption in state-owned companies. *Journal of Financial Crime*, 31(2), 376–407. <https://doi.org/10.1108/JFC-11-2022-0292>
- Siahaan, M., Suharman, H., Fitrijanti, T., & Umar, H. (2023b). Will the integrated GRC implementation be effective against corruption? *Journal of Financial Crime*, 30(1), 24–34. <https://doi.org/10.1108/jfc-12-2021-0275>
- Sianturi, A. M., Siahaan, M., Pradipta, A., & History, A. (2024). Journal of International Accounting, Taxation and Information Systems Capital Structure Analysis: Key Financial Indicators in Manufacturing. *Journal of International Accounting, Taxation and Information Systems*, 2024(4), 233–242. <https://jiatis.com/index.php/journal>
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sujoko, & Soebiantoro, U. (2007). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Leverage Faktor Intern Dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empirik pada perusahaan manufaktur dan non manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 41–48. <http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php>
- Sukandar, P. P., & Rahardja. (2014). Pengaruh Ukuran Dewan Direksi dan Dewan Komisaris serta Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(3).
- Turan, A. M. D. O. (2015). The Relationship Between The Principle Of Corporate Governance And Firm Value: An Application Of Ise- Listed Companies. *Journal Indian Of Fundamental And Applied Life Science*, 2231–6345.
- Winarta, N. H., Siahaan, M., & Nauli, T. D. (2024). Non-Financial Companies: Earnings Management and The Factors That Influenced. *Journal of Management, Accounting, General Finance and International Economic Issues(Marginal)*, 3(3), 819–832. <https://ojs.transpublika.com/index.php/MARGINAL/article/view/1290/1118>
- Yumiasih, L., & Isbanah, Y. (2017). Pengaruh Kompensasi, Ukuran Perusahaan, Usia Perusahaan, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan sektor Pertanian yang terdaftar di BEI periode 2012-2015. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3).
- Zen, S. D., & HermanA, M. (2007). Pengaruh Harga Saham, Umur Perusahaan, dan Rasio Profitabilitas Perusahaan Terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan oleh Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi Universitas Andalas*, 2(2), 57–71.

---

## Environmental Social Governance: Pengaruhnya Terhadap Perpajakan dan Return Saham dengan Return on Capital Employed Sebagai Pemoderasi

Putri Gantine Lestari, Kaca Dian Meila, Elok Faiqoh Himmah

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

Email: putrigantine@unibi.ac.id

---

Diterima:  
26 Juli 2024

Diterima Setelah Revisi:  
17 Oktober 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

---

### Abstrak

Saat ini dunia sedang dihadapkan dengan krisis multidimensi yang dikenal sebagai “*Perfect Storm*”. Krisis yang dihadapi bukan saja Covid-19 yang telah menimbulkan dampak yang signifikan di berbagai sektor melainkan krisis sosial, lingkungan dan ekonomi. Isu perubahan iklim akibat efek dari penggunaan karbon yang diduga berasal dari kegiatan perusahaan menjadi salah satu penyumbang polusi di berbagai negara. Oleh sebab itu saat ini perusahaan perlu menyelaraskan kegiatan perusahaan dengan konsep yang berhubungan dengan lingkungan, sosial dan tata kelola. *Environmental, Social, Governance (ESG)* adalah sebuah standar perusahaan dimana setiap aktivitas operasional perusahaan harus sesuai dengan indikator pencapaian ESG. Perusahaan pertambangan merupakan perusahaan yang kegiatan operasionalnya berkaitan langsung dengan alam, maka perusahaan pertambangan diharapkan memiliki ESG yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh ESG terhadap Perpajakan dan *Return Saham* dan apakah *Return on Capital Employed* sebagai salah satu indikator *Economic Performance* dapat memoderasi pengaruh ESG terhadap perpajakan dan *Return Saham*. Unit Analisis dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2019-2022. Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa (1) ESG berpengaruh negative terhadap perpajakan yang diprosikan dengan ETR. (2) *Return On Capital Employed* dapat memoderasi pengaruh ESG Terhadap Perpajakan. (3) ESG berpengaruh positif terhadap *Return Saham*. (4) *Return On Capital Employed* dapat memoderasi pengaruh ESG terhadap *Return Saham*.

**Kata Kunci:** *ESG, Return Saham, Tax Avoidance, Return on Capital Employed*

### Abstract

Currently the world was facing a multidimensional crisis known as "Perfect Storm". The crisis being faced is not only Covid-19 which has had a significant impact on various sectors except the social, environmental and economic crises. The issue of climate change due to the effects of carbon use which is thought to originate from company activities is one of the contributors to pollution in various countries. Therefore, currently companies need to align company activities with concepts related to the environment, social and governance. *Environmental, Social, Governance (ESG)* is a company standard where every company activity must comply with ESG achievement indicators. Mining companies are companies whose operational activities are directly related to nature, so mining companies are expected to have good ESG. This research aims to examine the influence of ESG on Taxation and Stock Returns and whether *Return on Capital Employed* as an indicator of *Economic Performance* can moderate the influence of ESG on taxation and Stock Returns. The unit of analysis in this research is mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2019-2022 period. The data collection method in this research is using a

*purposive sampling method. Based on the research results, it was found that (1) ESG has a negative effect on taxation as proxied by ETR. (2) Return On Capital Employed can moderate the influence of ESG on Taxation. (3) ESG has a positive effect on stock returns. (4) Return On Capital Employed can moderate the influence of ESG on Stock Returns.*

**Keywords:** ESG, Stock Return, Tax Avoidance, Return On Capital Employed

## 1 PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia saat pandemi Covid-19 mendapatkan dampak yang cukup besar di berbagai sektor. Selain masalah Covid-19 dunia sedang mengalami krisis multidimensi yang dikenal dengan “*Perfect Storm*” yakni covid 19, konflik ukraina yang berkepanjangan, perubahan iklim, *commodity price* yang melonjak, dan *cost of living* dampak dari inflasi. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartanto (2022) menyebutkan bahwa masih banyak tantangan- tantangan ekonomi global yang harus dihadapi. Isu perubahan iklim yang disebabkan karena gas emisi rumah kaca juga menjadi tantangan bagi perusahaan untuk menghadapi resiko dari isu tersebut.

Perusahaan saat ini dituntut untuk tidak selalu mementingkan keuntungan saja, namun juga dituntut untuk melihat dampak dari aktivitas operasional yang dijalankan. Gas Rumah Kaca misalnya, berdasarkan Rencana Usaha Penyediaan Tenaga Listrik (RUPTL) milik PLN, GRK di Indonesia diperkirakan terus meningkat sampai tahun 2030. Hal ini beriringan dengan tingkat penggunaan bahan bakar minyak dan penggunaan batu bara yang meningkat. Emisi GRK Nasional tercatat sebesar 259,1 juta ton CO<sub>2</sub> pada 2021. Jumlahnya diproyeksi meningkat 29,13% menjadi 334,6 juta ton CO<sub>2</sub> pada 2030. Berdasarkan fenomena tersebut perusahaan saat ini perlu melakukan keberlanjutan (*sustainable*) untuk mengatasi dampak negatif dari aktivitas operasional perusahaan.

*Environment, Social, Governance* (ESG) adalah sebuah standar perusahaan dimana perusahaan diharuskan untuk mengintegrasikan kegiatan dengan konsep lingkungan, sosial dan tata kelola. Investor dan perusahaan harus menyadari pentingnya melakukan investasi dan melaksanakan kegiatan bisnis yang mengadopsi ESG karena hal tersebut dapat melindungi bisnis dari risiko yang timbul di masa depan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan akan selalu berusaha untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Apabila perusahaan telah menerapkan ESG dengan baik maka hal tersebut menjadi legitimasi positif bagi perusahaan dan akan mempengaruhi tingkat pengembalian saham. Dari sektor pertambangan, perusahaan dengan tingkat ESG yang tinggi menghasilkan total pengembalian saham sebesar 34% di tahun 2018-2021. Selain itu Tore.M La, et al (2020) mengungkapkan bahwa jika suatu perusahaan memiliki ESG yang baik dan didukung dengan kinerja keuangan yang baik maka tingkat pengembalian saham akan lebih tinggi.

Perusahaan yang menerapkan ESG, tentunya akan menimbulkan biaya. Dari sudut pandang perpajakan, biaya yang dikeluarkan untuk menerapkan ESG menjadi *deductible expense* ketika menghitung pajak penghasilan badan. Hal ini dapat menjadi celah perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak. Menurut Maas, Naomi (2022) perilaku penghindaran pajak boleh dilakukan, namun hal ini bertentangan dengan tujuan pemerintah untuk menghimpun pendapatan pajak. Selain itu perilaku *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan akan mendapatkan legitimasi negatif yang akan mengurangi citra baik perusahaan. Yoon, Bohyun et al (2021) menerangkan bahwa perilaku *tax avoidance* merupakan perilaku yang tidak bertanggungjawab dan hal ini tidak selaras dengan tujuan perusahaan yang menerapkan ESG, menurutnya perusahaan yang bertanggungjawab akan mempertimbangkan ekonomi, lingkungan, sosial dan efek eksternal lainnya dari keputusan perusahaan sehingga perusahaan yang menerapkan ESG cenderung tidak akan melakukan penghindaran pajak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (A) Bagaimana pengaruh ESG terhadap Perpajakan? (B) Apakah *Return Capital on Employed* dapat memoderasi Pengaruh ESG Terhadap perpajakan? (C) Bagaimana pengaruh ESG terhadap *Return*

Saham? (D) Apakah *Return Capital on Employed* memoderasi pengaruh ESG terhadap Return Saham,

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Environmental, Social, Government

Menurut Fithratul Qodary, Hilwa dan Sihar Tambun (2021), Environmental Social Governance adalah sebuah standar perusahaan dalam praktik investasi dimana mengintegrasikan dan mengimplementasikan kebijakan perusahaannya sehingga searah dengan konsep lingkungan, sosial dan tata kelola. Menurutnya, hal yang akan menjadi penilaian dalam kriteria environmental adalah terkait dengan konsumsi energi, limbah, polusi, konservasi sumber daya alam, dan perlakuan terhadap flora dan fauna. Kriteria *social* (sosial) membahas hubungan perusahaan dengan pihak eksternal seperti masyarakat, pemasok, kelompok masyarakat, pembeli, dan badan hukum lain yang memiliki hubungan dengan perusahaan. Sedangkan kriteria *governance* (tata kelola) membahas mengenai alur pengelolaan yang baik dan berkelanjutan pada internal perusahaan. Informasi mengenai ESG harus diungkapkan didalam laporan tahunan perusahaan, laporan keberlanjutan dan kemudian dilanjutkan dengan pelaporan terintegrasi.

Saat ini, investor lebih tertarik dengan perusahaan yang mengeluarkan Saham ESG, yakni saham yang emitennya menerapkan prinsip ESG dalam praktek bisnisnya perusahaan dengan saham ESG dinilai memiliki daya tahan lebih kuat terhadap perubahan dan situasi yang terus berkembang dan diyakini memiliki Value yang lebih baik. Menurut Tore.M La, at all (2020) pada prinsipnya perusahaan dengan return saham yang tinggi seharusnya sejalan dengan pengelolaan faktor-faktor ESG yang baik pula oleh sebab itu ESG dianggap sebagai salah satu indicator dari kesehatan keuangan bagi perusahaan. Menurut Aziz Farhan dan Anis Chairiri (2023) besar kecilnya pengungkapan ESG akan dipandang oleh para investor sebagai sinyal dari informasi yang mungkin bisa mempengaruhi Return Saham, namun ESG Signal tidak selalu memberikan dampak positif terhadap harga saham. Hal ini disebabkan pengungkapan ESG tidak saja memperlihatkan kekuatan perusahaan namun kelemahannya juga, seperti perusahaan bisa saja tidak mengikuti aturan lingkungan yang ada di negaranya sehingga hal ini akan berdampak kepada legitimasi masyarakat yang akhirnya mempengaruhi Return Saham. Dalam penelitian ini ESG akan diproses dengan jumlah ESG Disclosure.

### 2.2 Penghindaran Pajak

Darussalam (2013) Menyatakan bahwa penghindaran pajak yaitu upaya Wajib pajak untuk meminimalkan beban pajak perusahaan dengan memanfaatkan *grey area* yang ada pada undang-undang perpajakan. Hal ini bersifat legal dan boleh dilakukan selama tidak dilakukan secara agresif. Hanlon dan Heitzman (2010) mendefinisikan penghindaran pajak sebagai pengurang jumlah pajak eksplisit, dimana penghindaran pajak ini merupakan bagian dari perencanaan pajak.

Ketika perusahaan menyusun besarnya PPH Badan, maka perusahaan harus melakukan proses rekonsiliasi untuk menghitung besarnya Penghasilan kena Pajak. Rekonsiliasi ini dilakukan karena adanya perbedaan peraturan antara PSAK dengan Peraturan perpajakan. Menurut Agoes, Sukrisno dan estralita trisnawati (2013), rekonsiliasi fiscal adalah proses penyesuaian atas laba akuntansi yang berbeda dengan ketentuan fiscal untuk menghasilkan penghasilan neto atau laba yang sesuai dengan ketentuan perpajakan. Berdasarkan Undang-Undang PPH tahun 2008 menyatakan bahwa terdapat biaya biaya yang dapat mengurangi penghasilan bruto (*deductible expense*), salah satunya adalah biaya yang berkenaan dengan kegiatan pertanggungjawaban perusahaan, sehingga biaya lingkungan ini akan mempengaruhi perpajakan. Salah satu komponen ESG adalah Lingkungan dan Sosial, maka dari itu biaya yang timbul dari implementasi ESG dapat diakui sebagai *deductible expense* secara perpajakan dan hal ini dapat mempengaruhi jumlah pajak yang dibayar. Hasil penelitian dari Zhang,at all (2021) bahwa terdapat hubungan positif antara ESG Rating dengan Tax Avoidance di

perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek China. Sementara penelitian Yoon, Bohyun et all (2021) mengatakan bahwa ESG Performance berpengaruh Negatif terhadap *Tax Avoidance* hal ini menggambarkan bahwa perusahaan yang mempunyai ESG *Performance* yang baik tidak akan memanipulasi Pajak Penghasilan Perusahaan.

### 2.3 Return Saham

Menurut Stiadi et all (2023) mengatakan bahwa return saham merupakan tingkat pengembalian investasi yang diberikan kepada investor oleh karena itu Return saham menjadi hal yang penting dalam penilaian para investor yang ingin berinvestasi pada perusahaan. Saat ini nilai perusahaan bukan hanya dilihat dari tingkat profit yang diperoleh setiap tahunnya, melainkan juga hal yang menyangkut kepentingan yang lebih luas seperti ESG. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk peduli terhadap lingkungan, sosial disekitar perusahaan. Selain itu, Perusahaan juga harus mempunyai tata kelola yang baik agar mendapatkan kepercayaan dari para investornya. Dengan menerapkan ESG perusahaan akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, dimana nantinya hal ini akan menguntungkan investor. Menurut Tore.M La, at all (2020) di Negara Eropa, undang- undang mengenai lingkungan menjadi hal krusial di pasar uang. Menurutnya investasi yang berkelanjutan dan bertanggungjawab adalah pendekatan yang menggabungkan analisis fundamental dengan evaluasi factor lingkungan, sosial dan tata kelola (ESG). Pada dasarnya return saham yang tinggi harus sejalan dengan pengelolaan ESG nya. Perusahaan dianggap mampu meningkatkan posisi dengan menghindari keputusan keputusan yang tidak tepat yang berkaitan dengan ESG karena saat ini ESG dianggap sebagai Proksi kesehatan keuangan perusahaan (Tore. M La, at all, 2020) sehingga apabila ESG *Dislosure* perusahaan meningkat, maka hal ini akan berdampak kepada tingkat pengembalian saham.

### 2.4 Return On Capital Employed (ROCE)

Menurut aliffiani dan Khairunissa (2019) Return On Capital Employed adalah rasio yang menunjukkan efisiensi dan profitabilitas dari investasi modal perusahaan. Return On Capital Employed merupakan salah satu indicator *Financial Performance* suatu perusahaan. ROCE digunakan untuk menganalisis efisiensi bisnis. meskipun pada dasarnya fungsinya sama seperti ROA namun ROCE mampu menganalisa secara detail karena menggunakan Laba sebelum bunga dan pajak. Karena ROCE merupakan salah satu indicator *Financial Performance*, maka ketika semakin tinggi ROCE maka hal ini akan meningkatkan Kinerja perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kenaikan tingkat pengembalian saham.

## 3 METODE PENELITIAN

Pendekatan pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif adalah Teknik yang digunakan untuk pengujian, pengukurann hipotesis berdasarkan perhitungan matematika dan statistik (8). Data dikumpulkan dari laporan keuangan dan laporan keberlanjutan Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Dari informasi tersebut selanjutnya akan dianalisis menggunakan prosedur statistik dan pengajuan hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2019 - 2022 dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling* dan alat statistic yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS.

## 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Pengaruh ESG Terhadap Perpajakan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa variable X dalam hal ini ESG memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan t hitung sebesar 7,109 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa ESG berpengaruh positif signifikan terhadap ETR, artinya jika tingkat ESG *Disclosure* semakin tinggi maka tingkat ETR semakin tinggi. ETR yang tinggi menunjukkan Tax Avoidance yang rendah, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini ESG berpengaruh Negatif terhadap Tax Avoidance yang diprosikan dengan ETR. Hal ini sejalan dengan penelitian Yoon, Bohyun et al (2021) mengatakan bahwa ESG Performance berpengaruh Negatif terhadap *Tax Avoidance* hal ini menggambarkan bahwa perusahaan yang mempunyai ESG Performance yang baik tidak akan memanipulasi Pajak Penghasilan Perusahaan.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi MRA Pengaruh ESG Terhadap Perpajakan dengan Variabel ROCE Sebagai Moderasi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,241	,031		7,839	,000	
	X	,559	,079	,583	7,109	,000	,308
	XM	,131	,056	,422	2,344	,021	,308

#### 4.2 Moderasi Return On Capital Employed terhadap pengaruh ESG Terhadap Perpajakan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa variable moderasi yakni ROCE memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$  dan memiliki t hitung sebesar 2,344 yang artinya *Return on Capital Employed* dapat memoderasi Pengaruh ESG Terhadap Perpajakan. ROCE yang semakin tinggi menandakan semakin efisien perusahaan dalam memanfaatkan modalnya untuk menghasilkan keuntungan. Semakin besar keuntungan maka pajak yang dibayar semakin besar, karena adanya peraturan undang undang perpajakan no 28 tahun 2008 pasal 6 yang memperbolehkan biaya lingkungan masuk kedalam *deductible expense*, maka kegiatan ESG dapat dilakukan dimana hal ini nantinya akan berdampak kepada pajak yang harus dibayarkan.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi MRA Pengaruh ESG Terhadap Retun Saham dengan Variabel ROCE Sebagai Moderasi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,285	,037		7,751	,000	
	X	,440	,085	,605	5,191	,000	,308
	XM	,568	,077	,596	7,357	,000	,308

#### 4.3 Pengaruh ESG Terhadap Return Saham

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa variable ESG memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan t hitung sebesar 5,191 dan bertanda positif, artinya ketika ESG disclosure meningkat maka Return Saham mengalami peningkatan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Tore.M La, at all (2020) yang menyatakan bahwa ESG berpengaruh positif terhadap Return Saham. Menurut Pada dasarnya return saham yang tinggi harus sejalan dengan pengelolaan ESG nya. Menurut Tore.M La, at all (2020) Perusahaan dianggap mampu meningkatkan posisi dengan menghindari keputusan keputusan yang tidak tepat yang berkaitan dengan ESG karena saat ini ESG dianggap sebagai Proksi kesehatan keuangan perusahaan (Tore.M La, at all, 2020) sehingga apabila ESG Disclosure perusahaan meningkat, maka hal ini akan berdampak kepada tingkat pengembalian saham.

#### 4.4 Moderasi Return On Capital Employed Pengaruh ESG Terhadap Perpajakan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variable moderasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,00 dan mempunyai t hitung sebesar 7,357. Hal ini menandakan bahwa ROCE dapat memoderasi Pengaruh ESG Terhadap Return saham. Menurut aliffiani dan Khairunissa (2019) *Return On Capital Employed* adalah rasio yang menunjukkan efisiensi dan profitabilitas dari investasi modal perusahaan. *Return On Capital Employed* merupakan salah satu indikator *Financial Performance* suatu perusahaan. Perusahaan dengan ESG yang tinggi, dan didukung dengan ROCE yang tinggi akan mempengaruhi tingkat pengembalian saham, Karena ROCE merupakan salah satu indikator *Financial Performance*. ketika semakin tinggi ROCE maka hal ini akan meningkatkan Kinerja perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kenaikan tingkat pengembalian saham.

## 5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ESG berpengaruh negative terhadap penghindaran pajak, yang artinya semakin tinggi tingkat ESG maka penghindaran pajak semakin rendah. Variable moderasi yakni ROCE dapat memoderasi pengaruh ESG terhadap Perpajakan. Hasil selanjutnya adalah variable ESG berpengaruh positif terhadap tingkat pengembalian saham, artinya ketika ESG mengalami peningkatan maka Tingkat pengembalian saham akan semakin meningkat begitupun sebaliknya. Variable moderasi yakni ROCE ternyata dapat memoderasi pengaruh ESG terhadap Return Saham.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Rizaty, Monavia. Emisi Gas Rumah Kaca Indonesia Diproyeksi Terus Naik Hingga 2030 [internet]. Dataindonesia.id. [cited 2 April 2023]. Available from: <https://dataindonesia.id/ragam/detail/emisi-gas-rumah-kaca-indonesia-diproyeksi-terus-naik-hingga-2030>.
- Aziz Farhan dan Anis Chairiri. 2023. "The Effect of Environmental, Social, And Governance (Esg) Disclosure and Environmental Performance on Stock Return". *Diponegoro Journal of Accounting*. Volume 12, Nomor 3, Tahun 2023, Halaman 1-11. ISSN (Online): 2337-3806.
- Fithratul Qodary, Hilwa dan Sihar Tambun. 2021. "Pengaruh *Environmental, Social, Governance (Esg)* Dan *Retention Ratio* Terhadap *Return Saham* Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel *Moderating*". *Jurnal Riset Ekonomi Vol.1 No.2 September 2021*.
- Ghozali, Imam. *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama; 2016.
- Maas N. Moderating the relationship between ESG performance and tax avoidance National culture, industry sensitivity, and board effectiveness as moderating variables. *MAN-MTECH*. 2022 July 16.

- Paul Bendall. Perusahaan Pertambangan Dengan Peringkat ESG Yang Lebih Tinggi Akan Mengungguli Pasar[internet].PWCIndonesia.[cited 5 April 2023].Available from <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2021/indonesian/perusahaan-pertambangan-dengan-peringkat-esg-yang-lebih-tinggi-akan-mengungguli-pasar.html>
- Safriani MN, Utomo DC. Pengaruh Environmental, Social, Governance (Esg) Disclosure Terhadap Kinerja Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*. 9:1–11. Available from: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>.
- Siaran Pers HM.4.6/403/SET.M.EKON.3/07/2022. Sokong Pembangunan Berkelanjutan, Implementasi Langkah-Langkah ESG Sekaligus Lindungi Bisnis dari Risiko Tak Terduga di Masa Depan [internet]. KEMENKOPerekonomian. [cited 1 April 2023]. Available from: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4394/sokong-pembangunan-berkelanjutan-implementasi-langkah-langkah-esg-sekaligus-lindungi-bisnis-dari-risiko-tak-terduga-di-masa-depan>.
- Stiadi et all. 2023. “Moderasi ESG Risk Pada Keputusan Investasi Terhadap Return Saham”. *jurnal Bisnis dan Pembangunan, Edisi Januari-April 2023 Vol 12, No. 1, ISSN 2541-1403, E-ISSN 2541-187X*.
- Torre M La, Mango F, Cafaro A, Leo S. Does the ESG index affect stock return? Evidence from the Eurostoxx50. *Sustainability (Switzerland)*. 2020 Aug 1;12(16).
- Yoon BH, Lee JH, Cho JH. The effect of esg performance on tax avoidance—evidence from korea. *Sustainability (Switzerland)*. 2021 Jun 2;13(12).
- Zhang, et all. 2021. “ESG Rating and Corporate tax Avoidance”. *Scientific Journals of Economic and Management Reseach*. Vol 3 Issue 12 2021. ISSN: 2688-9323.

---

## Tax Avoidance and Company Characteristics in Non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange

Vania Aurea Callista<sup>1)</sup>, Magda Siahaan<sup>1)\*</sup>, Theonino David Nauli<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti

<sup>2)</sup> Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka

Email: callistavaniaaurea@gmail.com; mgd.ddm.z@gmail.com; theoninodavid489@gmail.com

---

Diterima:  
5 Agustus 2024

Diterima Setelah Revisi:  
7 Oktober 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

---

### Abstract

This research aims to obtain empirical evidence regarding the effect of profitability, leverage, firm size, capital intensity, institutional ownership, board of directors' size, audit committee, and sales growth on tax avoidance. The population of this research is non-financial companies that are consistently listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2018 to 2021. The number of research samples collected using the purposive sampling method is 450 data. This research uses the multiple regression method to determine the effect of independent variables on dependent variables. The results of this research stated that the variables of profitability, leverage, firm size, and audit committee affect tax avoidance, while the variables of capital intensity, institutional ownership, board of directors' size, and sales growth do not affect tax avoidance.

**Keywords:** Tax Avoidance, Profitability, Leverage, Institutional Ownership, Audit Committee, Sales Growth

## 1 INTRODUCTION

National development is a series of efforts that covers aspects of social life, nation, and country to realize national goals such as those mandated in the Constitution Foundation of the Republic of Indonesia in 1945. Implementation development naturally needs ample support from domestic revenues or outside countries and private or public funds. One source of funding is the tax sector (Jingga & Lina, 2017). Taxes are defined as contributions to the country owed by a private person or entity force, which does not get rewards (contra-performance) directly and is used for state needs for as many people as possible prosperity people. The government authorized collecting taxes from taxpayers, exemplary individuals, or bodies. However, government efforts to maximize the country's reception from sector tax meet many obstacles because there are differences in interests between the government and companies (Gianchiara et al., 2024; Iwenty & Surjandari, 2022; Sianturi et al., 2024). The government considers tax a source of income for the country, so the company sued to fulfill obligation taxation as an embodiment of his devotion to the country. The role must be to join in sharing to achieve development goals. In other words, the company considers taxes as a button that will reduce the price of the generated rated by the company. That causes the company to look for ways to legally reduce payment of tax goods through tax avoidance or illegally through embezzlement tax (tax evasion) (Fauzan et al., 2021). The practice of tax avoidance is a common thing in Indonesia. The findings of the Tax Justice Network prove this matter in 2020, which mentions that tax avoidance was done by several companies in Indonesia, resulting in the country experiencing a loss of US\$4.78 billion or equivalent Rp. 67.6 trillion. The wrong company that once

committed tax evasion, as reported in article Detik Finance, is PT Adaro Energi, Tbk, which transferred pricing through its subsidiary in Singapore, Coal Trade Services International, from 2009 to 2017. Report Global Witness found that PT Adaro had arranged for that appearance, so they paid US\$125 million in taxes lower than it should be in Indonesia. Global Witness also mentioned that through children's business, PT Adaro had moved large amounts of money through tax havens, causing the government of Indonesia to lose almost US\$14 million every year.

The study is a development from a study by Putra et al. (2020), which uses five variables: profitability, leverage, company size, capital intensity, and institutional ownership. There is an addition of independent variables, namely the board of directors and audit committee, which are taken from the study by Fauzan et al. (2021) and sales growth taken from research by Iwenty and Surjandari (2022). In addition, the samples used in the study, i.e., company non-financial registered in Exchange Effect Indonesia (IDX) with period research for three years from the year 2019 until 2021, different studies previously used sample company property, real estate, and construction buildings listed on the Stock Exchange Indonesia (IDX) during the year 2013 until 2017. Based on the background behind the research, which has been explained before, this research will discuss the problem: What are the influential factors in tax avoidance, including profitability, leverage, company size, capital intensity, institutional ownership, board size, audit committee, and sales growth? As for the background description and problem formulation above, this research aims to obtain empirical proof regarding the influence of profitability, leverage, company size, capital intensity, institutional ownership, the size of the board of directors, audit committee, and sales growth on tax avoidance.

## **2 LITERATURE REVIEW**

### **2.1 Agency Theory**

Jensen and Meckling (1976) suggest that agency theory is a draft that describes that connection agency arises when one or more persons (principal) employ another (agent) to give something service in the principal's name. Then, the principal bestows authority over deciding on an agent. With another, the principal's party gives authority to another party, the agent, to do all activities on behalf of the principal in case of a decision. Theory agency appears in room scope tax avoidance if a conflict of interest arises between the tax authorities (government) and the tax (company). The government (principal) can collect taxes based on regulation legislation (Siahaan et al., 2024). The maximum income obtained must be taxed (agent), but management also has an interest. Alone and believing that the company must produce profit, which is the maximum, they endeavor to arrange a hefty tax that the company must pay. Differences in interests between both cause no optimal reception in the country from sector tax Because action taxpayers are opportunistically inclined to pay as little tax as possible. The difference here is that it causes conflict between tax authorities, who are collectors of taxes, and companies, who are payers of taxes (Darsani & Sukartha, 2021). Furthermore, these differences in interests can also lead to company non-compliance as a must-tax, which then encourages companies to make an effort to subtract tax with tax avoidance strategies (tax avoidance).

### **2.2 Tax Avoidance**

Tax avoidance is depicted as wrong. One effort to tax evasion is by using a strategy in field taxation, which is provisioning taxation without violating the applicable law (Honggo & Marlinah, 2019; Siahaan et al., 2023b). Puspita & Febrianti (2017) put forward that tax avoidance is something transaction that aims to minimize the amount of tax payable by utilizing weakness (loophole) in the provisions of taxation so that these efforts are viewed as legally valid by experts because of no violation regulation taxation. Many companies that utilize effort subtraction payment tax through practice tax avoidance indicated that implementation tax avoidance is no accident. Tax avoidance is considered a complex and unique problem because, on the one hand, it is not a violation of tax

provisions. However, the government does not want it as it may cause optimal state revenues from the tax sector (Anggraeni & Febrianti, 2019).

### **2.3 Profitability and Tax Avoidance**

Profitability is an indicator that can serve as an illustration of the performance of a finance company in earning profits through management asset companies. The greater profitability of a company can cause the company to do mature tax planning activities to produce tax, which is optimal when utilizing weaknesses in applicable taxation regulations. Generally, companies that produce high profits tend to want to pay taxes at the minimum possible (Putriningsih et al., 2018). In other words, companies that tend to generate high profits tax practice avoidance, because tax is considered a burden That can reduce company profits. This statement aligns with research by Kusumah et al. (2021) and Putra et al. (2020), who state that profitability positively influences tax avoidance. Several study previous, like the study done by Oktaviana and Kholis (2021) and Anggraeni and Febrianti (2019), as well as Iwenty and Surjandari (2022) show results which state that profitability hurts tax avoidance. On the other hand, the research results on No align with the study done by Urrahmah and Mukti (2021) Which found that profitability does not affect tax avoidance. The results of this research were powered by a study done by Ryandono et al. (2020), Salhi et al. (2020), and Sari et al. (2021), as well as Omesi & Appah (2021).

Ha1: Profitability affects tax avoidance

### **2.4 Leverage and Tax Avoidance**

Leverage is a ratio that shows how much big companies use debt to meet operational needs and investments. Leverage also reflects ample use of debt to increase the company's profit (Putriningsih et al., 2018; Siahaan et al., 2023a; Winarta et al., 2024). However, existing leverage still requires the company to pay costs from the cost interest. Based on provision taxation, the loan interest is classified as a deductible expense (deductible expense) from income hit tax, which decreases the company's taxable profit. Decreased profit hits tax the indicated amount, and the company's debt will also be reduced (Rahmadani et al., 2020). That does not directly lead to action tax avoidance, because companies tend to utilize debt optimally to minimize the amount of tax owed (Darsani & Sukartha, 2021). Therefore, cost interest acts as a tax shield (tax shield) in conditions like this (Wijaya & Febrianti, 2017). That is in line with several previous studies by Anggraeni and Febrianti (2019), Kusumah et al. (2021) as well as Wijayanti and Merkusiwati (2017), which find a positive influence between leverage and tax avoidance. Different results are shown by research conducted by Dharma and Ardiana (2016); Sormin (2020), and Putra et al. (2020), which state that leverages influential hostility against tax avoidance. Ryandono et al. (2020) research shows that leverage influences tax avoidance. The results of this study were strengthened with research conducted by Putri and Suryarini (2017), and Omesi and Appah (2021).

Ha2: Leverage affects tax avoidance

### **2.5 Company Size and Tax Avoidance**

Company size is a factor indicator that describes the company's size, which can be determined from total sales, total assets, others, Etc (Effendi & Siahaan, 2023; Rakhmawati et al., 2024). The bigger the company's size, the more stable the conditions are for carrying out operational activities so that the company's profit increases and transactions increase even more complexly. Ability companies generate high and stable profits. Finally, it gives rise to trend companies to utilize weaknesses in regulation taxation to avoid heavy burden taxes (Nathania et al., 2021). Research

conducted by Dharma and Ardiana (2016) shows that the size of a company is influential and positive to tax avoidance. The results of the study were strengthened by several previous results, such as research by Ryandono et al. (2020), Sari et al. (2021), and Wulandari & Purnomo, (2021). In other words, research conducted by Kusumah et al. (2021) shows that the company's size influences hostility against tax avoidance. Research result this is confirmed by the results of research done by Putra et al. (2020), Anggraeni and Febrianti (2019), and Omesi and Appah (2021). Research conducted by Nathania et al. (2021); Novita and Herliansyah (2019); Salhi et al., (2020); Sormin (2020) and Wijayanti and Merkusiwati (2017) show that company size does not influence tax avoidance.

Ha3: Company size affects tax avoidance

## **2.6 Capital Intensity and Tax Avoidance**

Capital intensity as an indicator that describes the size of the investment company in the form of assets still to support activities in its operations. Almost all fixed assets will experience depreciation or shrinkage during the benefits period, which can trigger emergency cost depreciation in the report finance company. Like interest costs, depreciation charges are also included, which can be deducted from income hit tax. Ultimately, it can reduce the amount of tax that must paid by the company (Kalbuana et al., 2020). Urrahmah and Mukti (2021) and Dharma and Noviari (2017) found that capital intensity is influential and positive for tax avoidance. On the contrary, studies by Putra et al. (2020), Omesi and Appah (2021), and Ryandono et al. (2020) show that capital intensity does not affect tax avoidance.

Ha4: Capital Intensity affects tax avoidance

## **2.7 Institutional Ownership and Tax Avoidance**

That can trigger the emergence of cost depreciation in a report finance company. As with costs, interest and depreciation charges are also included, which can be deducted from income and hit tax on. Ultimately, it can reduce the tax the company must pay (Kalbuana et al., 2020). Urrahmah and Mukti (2021) and Dharma and Noviari (2017) found that capital intensity positively influences tax avoidance. On the contrary, studies done by Putra et al. (2020), Omesi and Appah (2021), and Ryandono et al. (2020) show that there is an effect of capital intensity on tax avoidance. The higher the institutional ownership in a company, the more Aggressive tax avoidance can be reduced (Darsani & Sukartha, 2021). This statement is certainly in line with research by Fauzan et al. (2019); Putra et al. (2020), and Novita and Herliansyah (2019), who state that ownership institutional influence is negative to taxes avoidance. On the other hand, Anggraeni and Febrianti (2019), and Iwanty and Surjandari (2022) show different results. The results show that ownership does not influence tax avoidance.

Ha5: Institutional ownership affects tax avoidance

## **2.8 Board of Directors' Size and Tax Avoidance**

The board directors serve to manage management companies so that the level of effectiveness and company efficiency becomes better. The board of directors' size is essential because it can influence various decision strategies. Because of that, the composition of board directors must be determined by appearance to ensure that there are enough members to operate various and functional board directors. Based on the theory of agency, there is a conflict of interest between companies and the government because the company wants to improve its profit. In contrast, the government considers an increase in income as a tax object that must be collected. By that, the existence of board

directors can reduce collision interest. Hoseini et al. (2019) state that tax rate avoidance will increase if the board of directors' size increases. That happens when board directors' interests drive them to make decisions and reduce tax payments through procedures, accountancy, And utilization gap law (Anggraeni & Kurnianto, 2020). A study by Fauzan et al. (2021) and Salhi et al. (2020) syndicates that the size of the board of directors hurts tax avoidance. However, the study of Omesi and Appah (2021) and Novita and Herliansyah (2019) showed different results, which state that the size of the board of directors does not influence tax avoidance.

Ha6: The size of the Board of Directors affects tax avoidance

## **2.9 Audit Committee and Tax Avoidance**

In general, audit committee is formed to safeguard public trust in the mechanism of accountancy, auditing, and system control and help the board commissioner undergo function supervision. The existing audit committee is expected to be capable of supervising various actions related to reporting finance, especially Those related to taxes. Independence at the audit committee is expected to maintain a management company, so it is still professional without any collision of interests and influence or pressure from the company management. There are no regulations or laws are applicable. Thus, expectations arise that an audit committee can reduce the party's tendencies to avoid management company action. This statement aligns with research by Novita and Herliansyah (2019) and Oktaviana and Kholis (2021), which found a negative influence between audit committee and tax avoidance. Different results were found in several previous studies, such as research by Fauzan et al. (2021), and Maulana et al., (2024) which show that the audit committee does not influence tax avoidance.

Ha7: Audit committee affects tax avoidance

## **2.10 Sales Growth and Tax Avoidance**

Sales growth is strategic for the company, because the existence of assets must support sales done by the company, increased sales must support by an existing increase in the number of assets owned by the company. How much a Good company can optimize resources can be seen from mark sales company year previously. Sales growth can be an excellent illustration of a company's sales growth rate and can be used to estimate the profit it will obtain. Increased sales growth gives rise to company trends that generate significant profits, so companies will also tend to take tax avoidance actions (Fauzan et al., 2019). Wulandari and Purnomo (2021) find that sales growth is influential in reducing taxes. A study by Iwenty and Surjandari (2022) shows that sales growth does not affect tax avoidance.

Ha8: Sales growth affects tax avoidance

## **3 RESEARCH METHODS**

Mardjono et al. (2020) used manufacturing companies listed on the IDX as their research objects, whereas, in this research, the research objects used were non-financial companies listed on the IDX. The method used in this research was a purposive sampling method, and the data used amounted to 278 data. The data in this study are secondary and were analyzed using SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 25, which consists of descriptive statistics, normality tests, outlier tests and classical assumption tests. The operational definitions and proxies for each variable are as follows:

### 3.1 Taxes Avoidance

Tax avoidance is defined as effort avoidance tax carried out legally by tax payers because it is not against the applicable taxation law. Pohan (2014) Measurement of tax avoidance in study This is done using the formula Effective Tax Rate (ETR), namely burden taxes on the income statement, which are divided by profit before tax (Nathania et al., 2021). ETR is measured using a scale ratio. According to Putra et al. (2020), the formula used to count Effective Tax Rate (ETR) is  $\text{Income tax expenses/earnings before tax}$ .

### 3.2 Profitability

A company's profitability describes the ability to produce profit during a period with a certain level of sales, assets, And capital share (Putriningsih et al., 2018). Profitability is measured using a scale ratio. The typical profitability ratio used is Return on Assets (ROA). ROA functions to measure the level of effectiveness of the company in utilizing source Power, which it has (Puspita & Febrianti, 2017). According to Putra et al. (2020) the formula used to calculate Return on Assets (ROA) is  $\text{Net Income After Tax/Total assets}$ .

### 3.3 Leverage

Leverage is a ratio that can measure where companies use debt to meet operational needs and company investment (Putriningsih et al., 2018). Leverage can be measured using ratio scale measurements, namely Debt to Assets Ratio (DAR). DAR is a ratio that measures how large the amount of assets financed by the company's creditors. According to Putra et al. (2020), the formula used for calculating Debt Assets Ratio (DAR) is  $\text{Total liabilities/Total Assets}$ .

### 3.4 Size Company

Size is interpreted as an interpretation divided by the number of assets, sales amount, the average amount of assets, and average sales. The size of a company can be measured using the number of assets owned by the company because the amount of assets considered tend to be more stable compared to the number of sales and capitalization value (Putra et al., 2020). According to Putra et al. (2020), the size of companies can be measured using the measurement of natural logarithm total assets, which scale ratio with the formula as follows:  $\text{Size} = \text{Ln}(\text{Total Asset})$ .

### 3.5 Capital Intensity

Capital intensity reflects how much capital a company needs or produces income. When a company makes investments, it must always consider every opportunity to compete in the market. Indicators used to view opportunity on the period front can be seen from capital intensity. Capital intensity is an indicator that describes a comparison or the ratio between the number of fixed assets owned by the company and the amount of its assets (Puspita & Febrianti, 2017). The ratio scale is used to measure capital intensity. According to Putra et al. (2020), the formula used to calculate capital intensity is as follows:  $\text{Total Fixed Assets/Total Assets}$ .

### 3.6 Ownership Institutional

Ownership institutional is ownership shares are owned by holders of shaped institutions, such as governments, insurance companies, overseas investors, or banks, except ownership shares by an individual (Anggraeni & Febrianti, 2019). Institutional ownership is measured by using a ratio scale. The measurement used to count ownership institutional in a company is the ratio percentage between

the number of shares owned by institutions and several company shares outstanding. According to Putra et al. (2020), the formula used for count ownership institutional is as follows: Number of Institutional Share Ownership/Number of Shares Outstanding.

### 3.7 Board of Directors' Size

Board directors are defined as a body of law that gives authority and responsibility to the management company for interests aligned with the company's mean and objective. Besides that, board directors are also authorized to represent a company, both inside and outside court, by the provision legislation that applies (Sutarmin & Andesto, 2022). Size of board directors in the study uses a scale ratio. According to Fauzan et al. (2021), the formula used for count size board directors is as follows:  $BSD = \Sigma \text{ Member of Board Directors}$ .

### 3.8 Audit Committee

Audit committee is a committee formed by the board commissioner, something a company Which own understands adequate preparation report finance and principles supervision internal. The audit committee can be measured using ratio scale measurements. The measurement used to measure committees auditing is calculating the number of audit committees in a company (Honggo & Marlinah, 2019). According to Fauzan et al. (2021), the formula used to calculate committees' auditing is as follows:  $CA = \Sigma \text{ Member of audit committee}$ .

### 3.9 Sales Growth

Sales growth is an indicator that reflects development level sales from year after year, so if it develops, it can increase and decrease. Sales growth measurement can be measured using calculations from sales at the end of the period in the year concerned minus sales at the end of the previous period, shared with the sale end period year (Honggo & Marlinah, 2019). The scale used to measure sales growth is a ratio scale. According to Iwenty and Surjandari (2022), the formula used to measure sales growth is as follows:  $(\text{Sales}_{it} - \text{Sales}_{it-1})/\text{Sales}_{it-1}$ .

## 4 RESULTS AND DISCUSSION

The following table 1 shows the results of the processing test descriptive statistics consisting of average (mean), standard deviation, minimum, and maximum values for all research variables.

Variable	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ETR	450	0.0001	0.9495	0.243943	0.1624384
ROA	450	0.0001	0.4163	0.071481	0.0631645
DAR	450	0.0630	0.8582	0.403252	0.1894056
SIZE	450	25.6590	33.5372	29.051269	1.6327458
CAPINT	450	0.0036	0.9359	0.329203	0.2260912
OI	450	0.1106	0.9971	0.688301	0.1901693

BSD	450	2	11	4.87	2,002
CA	450	2	7	3.07	0.373
SG	450	-0.7708	1.5576	0.075724	0.2705730

Source: Results processing data IBM SPSS Statistics version 25

Table 1 shows that 450 data were used in this research. The dependent variable tax avoidance, which is proxied by ETR, has a mark minimum as big as 0.0001 contained in the company Wheel Vivatex Tbk. in 2021 and a mark maximum of 0.9495, which is at the Bumi Citra Permai Tbk company in 2021. The mean and standard deviation variables are each as big as 0.243943 and 0.1624384. Variable profitability, which is proxied by ROA and has a value of a minimum of 0.0001, exists at the Bumi Citra Permai Tbk company in 2021 and as high as 0.4163, which exists at Multi Bintang Indonesia Tbk company in 2019. Mean and standard deviation variables are as big as 0.071481 and 0.0631645. Variable leverage, which is proxied by DAR, has a value minimum of 0.0630, exists in the company Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk. in 2021, and a maximum value of 0.8582 found in the company Adhi Karya (Persero) Tbk. in the year 2021. Mark mean and standard deviation variables are as significant as 0.403252 And 0.1894056.

The variable size company proxied by SIZE has a mark minimum as big as 25.6590, which was found in the Mitra Energi company Persada Tbk. in 2021, and a value maximum as big as 33.5372, which was found in the company Astra International Tbk. in 2021. The mean and standard deviation of this variable are 29.051269 and 1.6327458, respectively. The variable capital intensity Proxied by CAPINT has a value as low as 0.0036, which is on company Wheel Vivatex Tbk. in the year 2021, and as high as 0.9359, which is on company Batavia Prosperindo Trans Tbk. in the year 2021. The mean and standard deviation variables are as low as 0.329203 and 0.2260912. The institutional ownership variable, which is proxied by OI., has a value of a minimum of 0.1106 and exists in the Kapuas Prima Coal Tbk company. In 2021, the maximum value was as significant as 0.9971, found in the company Dawn Sun Wisesa Tbk. in 2021. Mark mean and standard deviation variables are as significant as 0.688301 And 0.1901693. Size variables: The board of directors, which is proxied by BSD, has a minimum mark of 2 and a maximum mark of 11. Mean value and standard deviation variable: These are each as big as 4.87 and 2,002. Variable audit committee, proxied to CA has a minimum mark as big as two and a maximum mark as big as 7, which was on company Telkom Indonesia Tbk. in 2020. Mean and standard deviation variables, each as big as 3.07 and 0.373. The Bayu Buana Tbk company has variable sales growth, approximated by SG.'s mark minimum of -0.7708. In 2020, the company Pura delta Sustainable Tbk had a maximum value of 1.5576. In 2019, this variable's mean value and standard deviation were 0.075724 and 0.2705730, respectively.

The t-statistical test is carried out with the objective of how much far influences one variable independently in a way that the individual explains the variation of the dependent variable. t-test results can see in Table 2 following:

Model	B	Sig.	Conclusion
Constant	0.798	0,000	
ROA	-0.507	0,000	Ha 1 accepted
DAR	0.160	0,000	Ha 2 accepted

---

SIZE	-0.028	0,000	Ha 3 accepted
CAPINT	0.057	0.076	Ha 4 No accepted
OI	-0.010	0.802	Ha 5 No accepted
BSD	0.001	0.821	Ha 6 No accepted
CA	0.067	0.001	Ha 7 accepted
SG	-0.004	0.888	Ha 8 No accepted

---

Source: Results processing data IBM SPSS Statistics version 25

Variable profitability (ROA) has a significance value of 0.000, smaller than alpha 0.05, which means Ha 1 accepted. Results show that profitability influences tax avoidance. A b coefficient value as immense as -0.507 shows that profitability negatively influences ETR; the higher the profitability level, the lower the ETR. A low ETR value indicates a high level of tax avoidance, which the company does, so it can be concluded that profitability affects increased tax avoidance. The high profits generated by the company also cause the amount of tax due paid by the company to increase, so the company tends to practice tax avoidance. The company considers tax a burden That can reduce profit generated, so the company does careful tax planning to pay the minimum tax possible (Kusumah et al., 2021). Variable leverage (DAR) has a significance value of 0.000, smaller than alpha 0.05, meaning Ha 2 is accepted. The results show that leverage influences tax avoidance. Mark coefficient B, as big as 0.160, indicates that the leverage ratio positively influences ETR. It means the higher the ratio leverage, so mark ETR as the taller. That height mark ETR indicated that the company was low in tax avoidance, so it can be concluded that leverage is influential for lower *tax* avoidance. Ratio leverage reflects ample use of debt to finance the company. A company that owns debt will try to show good performance to creditors by demonstrating how to generate better profits than companies that do not have debt. Although debt can increase a company, large amounts of debt are accompanied by significant risks. The company management will also be careful in acting and avoiding risks that may occur by not carrying out tax avoidance (I. M. S. Dharma & Ardiana, 2016).

Variable size company (SIZE) has a significance value of 0.000, which is smaller than alpha, which is 0.05, which means Ha 3 is accepted. Results indicate that the size of the company influences tax avoidance. The coefficient B value is - 0.028, which shows that the company's size is influential to ETR; it means the more prominent company is a big size company, so the mark ETR is Getting lower. A low ETR value indicates a high level of tax avoidance, which the company does, so it can be concluded that its size influences increasing tax avoidance. Large companies have stable conditions to carry out activities and operations to generate profit. The ability to generate these high profits finally gives rise to tendencies in the company. To utilize weaknesses in regulation taxation, avoid burden tax, which is tall (Nathania et al., 2021). Variable capital intensity (CAPINT) 's own mark significance of 0.076 is greater than alpha 0.05, which means Ha 4 No accepted. The results show that capital intensity does not influence tax avoidance. According to Ryandono et al. (2020) a ratio of high capital intensity does not completely indicate that a company does action tax avoidance because it may still use assets to support its operations. Variable ownership institutional (OI) own mark significance as considerable as 0.802, more significant than the alpha 0.05, which means Ha 5 is not accepted. These results show that institutional ownership does not influence tax avoidance. According to Anggraeni and Febrianti (2019), institutional shareholders tend to avoid the risks that enable them to fail to find indications of tax avoidance, which can destroy a good company. Thus,

this means stakeholders share the operating function and control over the management company with reasonable action so tax avoidance can be prevented.

Board size directors (BSD) have a significance value of 0.821, more significant than the alpha 0.05, meaning Ha 6 is not accepted. These results show that the size of the board of directors does not influence tax avoidance. Size board directors influence the decision of a company to take action on tax avoidance because of the impact it will have when the company carries out tax avoidance, such as sanctions from an authority, a decline in the price of company shares, and company image. Its good becomes an essential consideration of the company's policy on taxation. Variable audit committee (CA) has a significance value of 0.001, smaller than alpha 0.05, which means Ha 7 accepted. The results show that the audit committee influences tax avoidance. The b-coefficient value as significant as 0.067 shows that audit committee impact ETR; it means that the audit committee increases the ETR value. Mark ETR indicates a low level of tax avoidance, which the company does, so it can be concluded that the audit committee influences lower tax avoidance. Existence audit committee is expected to supervise party management so that careful, responsible answers are provided. It is also essential to be open when compiling report finance to prevent action tax avoidance (Oktaviana & Kholis, 2021). Variable sales growth (SG) has a significance value of 0.888 more, which is significant from alpha 0.05, which means Ha 8 No is accepted. The results show that sales growth is not its influence on tax avoidance. According to Iwenty and Surjandari (2022), a company with high sales will result in profit, so the company pays the obligation to join in increases, and the company does not need to carry out tax avoidance actions that can damage the reputation of the company.

## 5 CONCLUSIONS

Based on the results of statistics and analysis of 150 companies That registered in a way consistent with Exchange Effect Indonesia (IDX) during the year 2018-2021, it was concluded that profitability, leverage, company size, and audit committee are influential to tax avoidance, while capital intensity, institutional ownership, board size directors, and sales growth no influential to taxes avoidance. There are several limitations contained in this research, such as data not being distributed normally, autocorrelation problems, and heteroscedasticity problems with profitability variables, company size, and sales growth. The study's coefficient of determination value (adjusted R2) is only as significant as 14%, which means many other independent variables in the model regression study influence tax avoidance.

Based on the study's limitations, which have been outlined, the researcher gives several recommendations that can benefit the researcher. Furthermore, the study can further transform data to ensure that it is distributed in a standard, autocorrelation, or heteroscedastic way. The study can also add variables independent of other potential influences on tax avoidance, like commissioner independence, fiscal loss compensation, executive character, audit quality, and the age of the company.

## REFERENCES

- Anggraeni, D. P. W., & Kurnianto, S. (2020). The Effect of Board Size and Female Directors on Tax Avoidance. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(8), 1127–1141.
- Anggraeni, R., & Febrianti, M. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tax Avoidance pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1a–2), 185–192. <https://doi.org/10.34208/jba.v21i1a-2.755>.
- Darsani, P. A., & Sukartha, I. M. (2021). The Effect of Institutional Ownership, Profitability,

- Leverage and Capital Intensity Ratio on Tax Avoidance. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(1), 13–22.
- Dharma, I. M. S., & Ardiana, P. A. (2016). The Effect of Leverage, Asset Intensity Fixed, Company Size, and Political Connections to Tax Avoidance. *E-Journal Accountancy Udayana University*, 15(2), 584–613.
- Dharma, N. B. S., & Noviari, N. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Capital Intensity terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(1), 529–56.
- Effendi, S. E., & Siahaan, M. (2023). Pengaruh Ownership dan Faktor lainnya terhadap Nilai Perusahaan. *Media Bisnis*, 15(1), 89–102. <https://doi.org/10.34208/mb.v15i1.2061>
- Fauzan, D. A., Wardan, & Nurharjanti, N. N. (2019). The Effect of Audit Committee, Leverage, Return on Assets, Company Size, and Sales Growth on Tax Avoidance. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(3), 171–185. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v4i3.9338>.
- Fauzan, P., Arsanti, M. D., & Fatchan, I. N. (2021). The Effect of Financial Distress, Good Corporate Governance, and Institutional Ownership on Tax Avoidance (Empirical Study of Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2019 Period). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 6(2), 154–165.
- Gianchiara, C., Pradipta, A., & Siahaan, M. (2024). Corporate Governance's Role in Shaping Transfer Pricing Practices. *CASHFLOW*, 3(4), 486–495.
- Honggo, K., & Marlinah, A. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit, Sales Growth, dan Leverage terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1a-1), 9–26. <https://doi.org/10.34208/jba.v21i1a-1.705>.
- Hoseini, Mohammadreza, Gerayli, M. S., & Valiyan, H. (2019). Demographic Characteristics of the Board of Directors' Structure and Tax Avoidance: Evidence from Tehran Stock Exchange. *International Journal of Social Economics*, 46(2), 199–212. <https://doi.org/10.1108/IJSE-11-2017-0507>.
- Iwenty, K. I., & Surjandari, D. A. (2022). The Effect of Sales Growth, Responsibility, and Institutional Ownership on Tax Avoidance with Profitability as Moderating Variables. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 4(1), 423–36. <https://doi.org/10.32996/jefas>
- Jensen Michael C. and William H. Meckling. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Jingga, V., & Lina. (2017). Factors Influencing Tax Avoidance Activity: An Empirical Study from Indonesia Stock Exchange. *Journal of Accounting and Finance*, 1(1), 17– 25. <https://doi.org/10.32890/ipjaf.2017.1.1.3>.
- Kalbuana, Nawang, Solihin, Saptono, & Yanti, D. R. (2020). The Influence of Capital Intensity, Firm Size, and Leverage on Tax Avoidance on Companies Registered in Jakarta Islamic Index (JII) Period 2015-2019. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(3), 272–78. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i03.1330>.
- Kusumah, R. W., Rusmawan, C. H., B, A. E., & Purba, M. I. (2021). Tax Avoidance Influenced by Company Profitability, Leverage and Company Size. *Review of International Geographical Education*, 11(3), 1356–1164. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.3.127>.
- Mardjono, Susilowati, E., Chen, Y.-S., & He, L.-J. (2020). Earning Management and The Effect Characteristics of Audit Committee, Independent Commissioners: Evidence from Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 21(2).
- Maulana, A. R., Siahaan, M., & Nauli, T. D. (2024). Internal Factors Within an Auditor Influence the Quality of the Audit. *Journal of International Accounting, Taxation and Information*

- Systems*, 1(3), 159–167. <https://jtiatis.com/index.php/journal/article/view/62>
- Nathania, C., Wijaya, S., Hutagalung, G., & Simorangkir, E. N. (2021). The Influence of Company Size and Leverage on Tax Avoidance with Profitability as Intervening Variable at Mining Company Listed in Indonesia Stock Exchange Period 2016-2018.” *International Journal of Business, Economics and Law* 24 (2): 132–40. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(2), 132–40.
- Novita, E. S., & Herliansyah, Y. (2019). The Effect of Corporate Governance Mechanism, Liquidity and Company Size on Tax Avoidance. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 03(10), 366–73. <https://doi.org/10.36348/sjef.2019.v03i09.001>.
- Oktaviana, D., & Kholis, N. (2021). Corporate Governance dan Profitabilitas terhadap Penghindaran Pajak. Bagaimana Pengaruhnya? *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 23(2), 217–228. <https://doi.org/10.34208/jba.v23i2.931>.
- Omesi, I., & Appah, E. (2021). Corporate Governance and Tax Avoidance of Listed Consumer and Industrial Goods Companies in Nigeria. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 12(2), 17–31. <https://doi.org/10.9790/5933-%0A1202041731>
- Pohan, C. A. (2014). *Manajemen Perpajakan: Strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis* (Revisi). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Puspita, D., & Febrianti, M. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1), 38–46. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i1.63>.
- Putra, W. E., Yuliusman, Y., & Wisra, R. F. (2020). The Relations among Firm Characteristic, Capital Intensity, Institutional Ownership, and Tax Avoidance: Some Evidence from Indonesia. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(2), 315–322. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8142>.
- Putri, T. R. F., & Suryarini, T. (2017). Factors Affecting Tax Avoidance on Manufacturing Companies Listed on IDX Articles History. *Accounting Analysis Journal*, 6(3), 407–19. <https://doi.org/10.15294/aaaj.v6i3.18198>.
- Putriningasih, D., Suyono, E., & Herwiyanti, E. (2018). Profitabilitas, Leverage, Komposisi Dewan Komisaris, Komite Audit, dan Kompensasi Rugi Fiskal terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan Perbankan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 20(2), 77–92. <https://doi.org/10.34208/jba.v20i2.412>.
- Rahmadani, Young, I., & Abubakar, E. (2020). Influence Size Company, Profitability, leverage, And Management Profit to Avoidance Tax Moderated by Political Connection. *Journal of Accounting and Finance Research*, 8(2), 375–392.
- Rakhmawati, A., Siahaan, M., & Siahaan, B. P. (2024). Factors Affecting Earning Management in Manufacturing Companies on Indonesian Stock Exchange. *Current Advanced Research on Sharia Finance and Economic Worldwide (Cashflow)*, 3(4), 475–485. <https://ojs.transpublika.com/index.php/CASHFLOW/article/view/1291>
- Ryandono, M. N., Hadi, R., Ernayani, P., & Atmojo, D. S. N. I. (2020). Factors Influencing Tax Avoidance in Indonesia. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(1), 366–372. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8147>.
- Salhi, B., Jabr, J. al, & Jarboui, A. (2020). A Comparison of Corporate Governance and Tax Avoidance of UK and Japanese Firms. *Comparative Economic Research*, 23(3), 111–132. <https://doi.org/10.18778/1508-2008.23.23>
- Sari, D., Wardani, R. K., & Lestari, D. F. (2021). The Effect of Leverage, Profitability and Company Size on Tax Avoidance (An Empirical Study on Mining Sector Companies Listed on Indonesia Stock Exchange Period 2013-2019). *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(4), 860–868. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i4.574>.
- Siahaan, M., Nauli, T. D., & Siahaan, B. P. (2024). Can Internal Mechanisms Control Detect

- Corruption Through Fraudulent Behaviour ? *AFRE Accounting and Financial Review*, 7(1), 1–8. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/afri/article/view/11893>
- Siahaan, M., Suharman, H., Fitrijanti, T., & Umar, H. (2023a). When internal organizational factors improve detecting corruption in state-owned companies. *Journal of Financial Crime*, 31(2), 376–407. <https://doi.org/10.1108/JFC-11-2022-0292>
- Siahaan, M., Suharman, H., Fitrijanti, T., & Umar, H. (2023b). Will the integrated GRC implementation be effective against corruption? *Journal of Financial Crime*, 30(1), 24–34. <https://doi.org/10.1108/jfc-12-2021-0275>
- Sianturi, A. M., Siahaan, M., Pradipta, A., & History, A. (2024). Journal of International Accounting, Taxation and Information Systems Capital Structure Analysis: Key Financial Indicators in Manufacturing. *Journal of International Accounting, Taxation and Information Systems*, 2024(4), 233–242. <https://jiatis.com/index.php/journal>
- Sormin, F. (2020). The Influence of Size, Leverage and Corporate Social Responsibility on Tax Avoidance. *International Journal of Academic Research in Accounting*, 10(2), 31–35. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v9-i2/7270>.
- Sutarmin, & Andesto, R. (2022). The Effect of the Proportion of the Independent Board of Commissioners and the Structure of the Board of Directors and Audit Committee on Tax Avoidance and Their Impact on Company Value. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 4(1), 588–94. <https://doi.org/10.32996/jefas>.
- Urrahmah, S., & Mukti, A. H. (2021). The Effect of Liquidity, Capital Intensity, And Inventory Intensity on Tax Avoidance. *International Journal of Research*, 9(12), 1–16. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i12.2021>.
- Wijaya, S. E., & Febrianti, M. (2017). The Effect of Size, Leverage, Profitability, Inventory Intensity and Corporate Governance on Tax Management. *Journal Business And Accountancy*, 19(1a), 274–80. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i1a-4.296>.
- Wijayanti, Y. C., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2017). The Effect of Proportions Independent Commissioner, Ownership Institutional, Leverage, and Company Size on Tax Avoidance. *Udayana University Accounting E-Journal*, 20(1), 699–728. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/29796>.
- Winarta, N. H., Siahaan, M., & Nauli, T. D. (2024). Non-Financial Companies: Earnings Management and The Factors That Influenced. *Journal of Management, Accounting, General Finance and International Economic Issues(Marginal)*, 3(3), 819–832. <https://ojs.transpublika.com/index.php/MARGINAL/article/view/1290/1118>
- Wulandari, T. R., & Purnomo, L. J. (2021). Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Kepemilikan Manajerial dan Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 21(1), 102–115. <https://doi.org/10.20961/jab.v21i1.626.%0A>

---

## Perbaikan Sistem Manajemen Mutu pada PT Propan Raya Cabang Bandung Berdasarkan Standar ISO 9001:2015

Dwiki Narendra, Brigita Meylianti Sulungbudi

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan  
Email: dwikinarendra@gmail.com; brigita@unpar.ac.id.

---

Diterima:  
10 Agustus 2024

Diterima Setelah Revisi:  
17 Agustus 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

---

### Abstrak

Manajemen mutu merupakan salah satu pendekatan manajemen yang penting bagi organisasi agar bisa mencapai tujuannya dengan lebih baik, karena manajemen mutu tidak hanya terfokus pada mutu produk atas barang dan jasa, tapi juga metode dalam mencapainya yang menerapkan perbaikan berkelanjutan. PT Propan Raya yakni perusahaan yang bergerak di industri cat sejak tahun 1978, dengan potensi pasar yang tinggi, perusahaan kini memiliki 48 cabang di Indonesia serta mempunyai sertifikat ISO 9001:2015. Untuk menunjang manajemen mutu cabangnya, tahun 2021 diambil langkah strategis penerapan sistem manajemen mutu dan audit mutu tahunan. Penelitian diadakan untuk menggambarkan penerapan sistem manajemen mutu di salah satu bagian cabang dan memberikan saran perbaikan sistemnya berdasarkan standar ISO 9001:2015. Jenis penelitian yakni kualitatif dengan tujuan deskriptif dan evaluatif. Strategi penelitian yakni triangulasi dengan teknik wawancara dan studi dokumen. Data yang didapat ini dianalisis dengan model PDCA dan analisis akar penyebab. Hasil penelitian satu menunjukkan klausul empat dan klausul lima menjadi klausul dengan nilai tertinggi 92% dan klausul sepuluh dengan nilai terendah 70%. Hasil penelitian kedua yakni didapat faktor utama penyebab temuan audit mutu kategori tidak sesuai dan solusi perbaikan sistem di perusahaan.

**Kata Kunci:** Manajemen Mutu, Perbaikan Berkelanjutan, ISO 9001:2015 Sistem Manajemen Mutu, Pendekatan PDCA, dan Analisis Akar Penyebab.

### Abstract

*Quality management is one of the important management approaches for organizations to achieve their goals better, because quality management is not only focused on product quality for goods and services, but also methods in achieving it that implement continuous improvement. PT Propan Raya is a company engaged in the paint industry since 1978, with high market potential, the company now has 48 branches in Indonesia and has an ISO 9001:2015 certificate. To support the quality management of its branches, in 2021 strategic steps were taken to implement a quality management system and annual quality audits. The study was conducted to describe the implementation of a quality management system in one of the branch offices and provide suggestions for improving the system based on the ISO 9001:2015 standard. The type of research is qualitative with descriptive and evaluative objectives. The research strategy is triangulation with interview techniques and document studies. The data obtained were analyzed using the PDCA model and root cause analysis. The results of the first study showed that clauses four and five were the clauses with the highest value of 92% and clause ten with the lowest value of 70%. The results of the second study were to obtain the main factors causing the quality audit findings in the non-compliant category and solutions for system improvement in the company.*

**Keywords:** Quality Management, Continuous Improvement, ISO 9001:2015 Standard-Quality Management Systems, PDCA Approach, and Root Cause Analysis.

## 1 PENDAHULUAN

Manajemen mutu merupakan salah satu pendekatan manajemen yang penting bagi organisasi agar bisa mencapai tujuannya dengan lebih baik, karena manajemen mutu tidak hanya terfokus pada mutu produk atas barang dan jasa, tapi juga metode dalam mencapainya. Manajemen mutu bertujuan untuk memastikan seluruh proses kerja selalu relevan, tanpa adanya manajemen mutu maka proses kerja jadi kurang terkendali, seperti pekerjaan yang berjalan seadanya atau ikut kebiasaan yang sudah lama berjalan tanpa ada upaya peningkatan sehingga cenderung jadi tidak produktif serta adanya risiko kegagalan di proses internal yang tidak dipertimbangkan (Heizer, Render, & Munson, 2020).

Salah satu metode dan teknik manajemen mutu yang mendorong peningkatan mutu adalah standar ISO 9001 yang menjadi panduan dari sistem manajemen mutu. secara umum, pada organisasi yang berkembang memiliki sistem manajemennya sendiri dalam rangka mengatur internalnya lewat struktur dan proses agar bertindak secara sistematis, operasionalnya lancar, serta mencapai hasil yang terbaik (FitSM, 2016), tetapi agar mempunyai praktik penerapan sistem manajemen mutu yang tepat, organisasi perlu berpedoman kepada standar ISO 9001:2015 sebagai revisi terbaru yang lebih relevan terhadap persyaratan pelanggan dan regulasi yang berlaku di pasar.

Salah satu perusahaan yang kini berfokus untuk meningkatkan mutu adalah PT Propan Raya, yakni perusahaan manufaktur dan distributor bahan bangunan cat sejak tahun 1978, PT Propan Raya punya 48 cabang di Indonesia karena ada potensi di bisnis cat, dikutip pada situs berita medcom.id, bahwa ada perkembangan industri dalam bidang properti dan konstruksi Indonesia, maka Asosiasi Produsen Cat Indonesia (APCI) memprediksi kebutuhan cat juga naik, di data 2019, Indonesia punya sekitar 150 produsen cat dan kapasitas penyediaannya mencapai 1.500.000 metrik ton per tahun, lalu kebutuhan cat nasional di tahun 2019 juga mencapai 1.100.000 metrik ton (Bramantoro, 2019).

Untuk masuk pasar global, sertifikasi standar ISO 9001:2015 sudah dimiliki PT Propan Raya sejak tahun 2000 dengan ruang lingkup *design and manufacturing* pada kantor pusat dan pabriknya. Dengan adanya penambahan cabang baru di Indonesia dan untuk menunjang pengelolaan cabang, maka PT Propan Raya di tahun 2021 berfokus membuat program penerapan sistem manajemen mutu dengan ruang lingkup saluran distribusinya di kantor cabang dengan tujuan meningkatkan mutu dari sisi jasa dan layanannya. Untuk menilai kepatuhan dalam program ini maka dibentuk juga audit mutu tahunan ke semua kantor cabang, tapi setelah berjalan ada temuan ketidaksesuaian antara kinerja dan ketentuan yang telah diatur sebagai sistem manajemen mutu. berikut pada tabel 1 rekapitulasi temuan audit di PT Propan Raya pada semua cabang di regional Jawa Barat berfokus kategori *nonconformity*, di mana departemen *sales and marketing retail* menempati jumlah temuan kategori *nonconformity* tertinggi dibandingkan dari departemen lainnya dengan jumlah total temuan adalah 16 dari 34 temuan dengan nilai persentase 47%, dan detail jumlah tertinggi ada di kantor cabang Bandung dibandingkan cabang lain dengan jumlah total temuan adalah 5 dari 16 temuan dengan nilai persentase 31%.

Tabel 1. Temuan Audit ISO Kategori *Nonconformity* di Propan Cabang Bandung

Temuan Audit ISO: <i>Nonconformity</i> Per Departemen Tahun 2021 - 2023					
Departemen Auditee	2021	2022	2023	Total	Nilai Persentase
Sales & Marketing Retail	0	5	11	16	47%
General Affairs	2	4	2	8	24%
Human Resources	1	2	2	5	15%
Logistics	1	1	1	3	9%
Finance & AR	0	1	1	2	6%
Jumlah Total Temuan Audit ISO: <i>Nonconformity</i>	4	13	17	34	100%

Temuan Audit ISO: <i>Nonconformity</i> pada <i>Sales and Marketing Retail</i> Tahun 2021 - 2023					
Lokasi Audit	2021	2022	2023	Total	Nilai Persentase
Kantor Cabang Bandung	0	0	5	5	31%
Kantor Cabang Cirebon	0	2	2	4	25%
Kantor Cabang Tasikmalaya	0	0	3	3	19%
Kantor Cabang Sukabumi	0	3	0	3	19%
Kantor Cabang Karawang	0	0	1	1	6%
Jumlah Total Temuan Audit ISO: <i>Nonconformity</i>	0	5	11	16	100%

Sumber: Data Perusahaan

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian, penelitian ini ada untuk mengatasi masalah di mana selama ini perusahaan tidak pernah untuk mengadakan tinjauan khusus kepada kondisi atau posisinya saat ini dari penerapan program sistem manajemen mutu dibandingkan praktik penerapan yang terbaik, lalu meskipun program ini sudah dilakukan pengenalan, pelatihan, dan dijalankan pada semua kantor cabang dari perusahaan masih adanya ditemukan temuan audit internal mutu kategori *nonconformity* yang menandakan bahwa adanya ketidaksesuaian antara kinerja aktual serta ketentuan yang sudah diatur.

Tujuan akhir penelitian ini adalah untuk memberikan saran perbaikan pada sistem manajemen mutu di departemen *sales and marketing retail* PT Propan Raya kantor cabang Bandung dengan cara memberikan gambaran dan nilai kondisi dari penerapan sistem manajemen mutunya pada salah satu bagian pada kantor cabang dan menganalisis semua temuan audit internal mutu ISO 9001:2015 yang telah teridentifikasi di dalamnya pada sisi faktor penyebab terjadinya temuan audit dan untuk mencari solusi terhadap temuan tersebut sehingga tidak terjadi temuan audit yang berulang.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Manajemen Mutu

Ilmu manajemen terdiri dari aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan sumber daya tersedia dalam pencapaian tujuan yang ditetapkan. Jika mutu menjadi titik akhir atau tujuan yang ingin dicapai, maka manajemen mutu adalah metode yang ditujukan untuk mencapainya (Neybour, 2022). Manajemen mutu adalah aktivitas perencanaan, pengendalian, serta pemantauan semua proses terkait yang perlu dilaksanakan agar bisa mencapai standar mutu yang telah ditetapkan.

Manajemen mutu mempunyai empat komponen yang terdiri dari perencanaan mutu, jaminan mutu, kendali mutu, dan perbaikan berkelanjutan (Neybour, 2022). Fungsi dari adanya manajemen mutu adalah agar bisa memastikan suatu organisasi, produk, serta layanan selalu dalam keadaan yang baik dan konsisten (Tricker, 2020). Mutu tidak hanya berlaku ke produk barang, jasa, dan layanan tetapi juga manusia, proses, serta lingkungannya yang terlibat di dalamnya (Goetsch & Davis, 2016).

### 2.2 Standar ISO 9001:2015

Suatu standar dari sistem manajemen mutu internasional yang paling dikenal dan diterapkan berbagai organisasi yakni ISO 9001 sebab standar ini paling terkenal dari kumpulan standar sistem manajemen mutu seri ISO 9000 dan hanya standar ini saja yang dapat disertifikasikan ke organisasi, keunggulan standar ini karena adanya sifat menyesuaikan dengan kapasitas atau sumber daya suatu organisasi / perusahaan, sehingga mampu menyusun programnya sendiri. Mengadopsi standar ISO 9001 adalah keputusan strategis agar membantu meningkatkan kinerja organisasi / perusahaan secara keseluruhan terutama meningkatkan kredibilitas dengan menunjukkan ke pelanggan bahwa produk dan jasanya memenuhi ekspektasi serta persyaratan lain yang telah diatur olehnya. Sesuai perubahan terbaru atas revisi standar ISO 9001:2015, standar yang diakui secara internasional ini memakai

pendekatan yang memadukan pemikiran berbasis risiko dan siklus PDCA terdiri dari *plan, do, check, act* (ISO, 2015).

Perubahan mendasar revisi ISO 9001:2015 ialah beberapa prinsip manajemen mutu, pada versi terdahulu ISO 9001:2008 total ada delapan prinsip manajemen mutu, sedangkan revisi ISO 9001:2015, prinsip empat dan lima ISO 9001:2008 ini digabung menjadi satu prinsip, sehingga jadi tujuh prinsip ISO 9001:2015 yakni *customer focus, leadership, engagement of people, process approach, improvement, evidence-based decision making, dan relationship management* (Tricker, 2020). Serta standar ini memiliki total sepuluh klausul persyaratan, di mana klausul satu sampai tiga hanya untuk pengantar atau tidak ada persyaratan yang harus dipenuhi dan klausul empat sampai sepuluh adalah persyaratan yang harus dipenuhi. Klausul ini terdiri dari *scope, normative reference, terms and definitions, context of the organization, leadership, planning, support, operation, performance evaluation, dan improvement*. Adapun klausul satu sampai dengan tiga hanya sebagai pengantar dan tidak ada persyaratan di dalamnya, dan penerapannya dimulai klausul empat sampai dengan sepuluh.

### 2.3 Siklus PDCA

Model PDCA pertama kali dikenalkan oleh pemimpin dalam bidang manajemen mutu yakni Walter Shewhart lalu konsep ini dikembangkan lagi oleh Edward Deming ketika bekerja di negara Jepang, pasca perang dunia dua. Itulah mengapa konsep ini dikenal lingkaran Shewhart / Deming. Dikaitkan sistem manajemen mutu, konsep perbaikan berkelanjutan, mengharuskan ada proses perbaikan tanpa akhir atau henti di proses, alur, dan dokumen kerja. Dasar dari model PDCA ini adalah semua aspek terkait pada operasional bisa selalu untuk diperbaiki serta ditingkatkan sehingga terus menuju lebih sempurna atau menuju pada kondisi yang lebih efisien dan efektif (Heizer et al., 2020). Siklus PDCA ini terdiri dari *plan, do, check, dan act*.

### 2.4 Analisis Kesenjangan

Analisis kesenjangan adalah alat penilaian bisnis yang memungkinkan organisasi / perusahaan untuk membandingkan kondisi aktual dengan tujuan yang ingin diraih di masa depan. Hal ini memberikan organisasi wawasan mengenai area kerja mana saja yang ada perlu ditingkatkan (Tricker, 2020). Di analisis kesenjangan perlu penentuan pendokumentasian, dan persetujuan di perbedaan kebutuhan bisnis dan kapasitasnya. Tahapan di analisis kesenjangan ini terdiri deskripsi keadaan, menjembatani kesenjangan, dan perbaikan untuk menutup kesenjangannya.

### 2.5 Analisis Akar Penyebab

Analisis akar penyebab atau diagram Ishikawa atau disebut juga *diagram fishbone* yakni salah satu metode dalam menganalisa penyebab sebuah masalah maupun suatu kondisi yang tidak diinginkan. Metode ini sering disebut sebagai pendekatan sebab akibat (IONOS, 2023), untuk langkah analisis ini, diawali identifikasi masalah utama yang dialami dalam organisasi atau perusahaan, kedua yakni identifikasi faktor penyebab lewat kerangka 5M yang terdiri dari manusia, mesin, material, metode, dan lingkungan / *milieu* (ZOZIO, 2022), serta ketiga identifikasi pangkal masalah dan juga solusinya.

## 3 METODE PENELITIAN

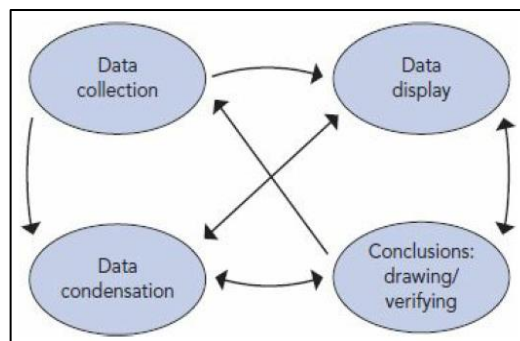
Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif karena data yang dikumpulkan dan dianalisis merupakan data kualitatif dengan bentuk teks atau naratif, penelitian ini tergolong deskriptif evaluatif sebab ini menggambarkan dan mengevaluasi kelayakan dan kesuksesan program atau objek (Sugiyono, 2020), di konteks ini adalah program penerapan sistem manajemen mutu sesuai standar ISO 9001:2015 dan temuan audit mutu ketidaksesuaian departemen *sales and marketing retail* PT Propan Raya Bandung.

Rentang waktu penelitian adalah waktu yang diperlukan untuk pengumpulan data penelitian. Penelitian ini termasuk ke dalam *cross-sectional studies* yakni penelitian di mana datanya ini sekali dikumpulkan di dalam periode hari, minggu, atau bulan tertentu (Sekaran & Bougie, 2016). Pada penelitian ini, rentang waktunya dimulai dari tanggal 1 April 2024 sampai ke 30 Juni 2024 (3 bulan).

Lingkungan penelitian ini tergolong *non contrived settings* yakni lingkungan yang berjalan alamiah atau lingkungan tidak diatur peneliti (Sekaran & Bougie, 2016) sebab dalam penelitian ini, lingkungan penelitiannya berjalan normal di departemen *sales and marketing retail* pada PT Propan Raya Kantor Cabang Bandung di Jl. Soekarno Hatta No.689, Kota Bandung, Jawa Barat.

Strategi penelitian pada penelitian ini adalah *mixed methods*. *Mixed methods* memungkinkan peneliti memakai lebih dari satu metode pada pengumpulan data (Sekaran & Bougie, 2016). *Mixed methods* pada penelitian disebut juga sebagai triangulasi. Triangulasi ini memakai campuran metode dalam mengumpulkan atau melengkapi data berupa wawancara dan studi dokumen.

Berikut dalam gambar 1 adalah komponen dalam metode analisis data model interaktif, data yang didapatkan lalu dianalisis lebih lanjut menjadi informasi yang berguna. Aktivitas dalam analisis data ini berjalan interaktif, artinya berlangsung sampai tuntas (Miles, Huberman, & Saldana, 2014).



Gambar 1. Komponen Analisis Data: Model Interaktif  
Sumber: Miles et al. (2014)

### 3.1 Pengumpulan data (*data collection*)

Pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan lewat dua metode yakni wawancara dan studi dokumen. Wawancara diadakan dengan 40 pertanyaan terstruktur dan studi dokumen akan dilakukan sesuai penerapan sub klausul empat sampai sepuluh di departemen *sales and marketing retail* di PT Propan Raya cabang Bandung ke empat subjek penelitian yakni dari karyawan internal di dalamnya.

Tabel 2. Klausul Penerapan ISO 9001:2015 dan PDCA yang Diteliti

No.	Tahapan PDCA	Klausul Persyaratan ISO 9001:2015
1	<i>Plan</i>	Klausul 4 Konteks Organisasi
2	<i>Plan</i>	Klausul 5 Kepemimpinan
3	<i>Plan</i>	Klausul 6 Perencanaan
4	<i>Plan</i>	Klausul 7 Pendukung
5	<i>Do</i>	Klausul 8 Operasi
6	<i>Check</i>	Klausul 9 Evaluasi
7	<i>Act</i>	Klausul 10 Perbaikan

Sumber: Olahan Peneliti

### 3.2 Kondensasi data (*data condensation*)

Data yang didapat oleh peneliti sangat beragam atau sangat bervariasi, untuk itu semua data ini perlu dicatat lengkap serta ini perlu ketelitian peneliti. Setelah itu tahap kondensasi data berupa meringkas, memilih data relevan, serta fokus data penting, mencari pola atau tren suatu data (Sugiyono, 2020).

Data dari wawancara dan studi dokumen terkait penerapan klausul dan sub klausul penerapan sistem manajemen mutu berdasarkan standar ISO 9001:2015 berikutnya dilakukan penilaian sesuai dengan kriteria yang sudah disusun dalam tabel 3 sebagai penilaian analisis kesenjangan atau penerapannya.

Tabel 3. Penilaian untuk Analisis Kesenjangan

Nilai	Definisi
1	Organisasi tidak memahami hal yang diperlukan dan tidak dilakukannya.
2	Organisasi telah paham tentang pentingnya aktivitas tapi tidak dilakukan.
3	Organisasi punya dokumen tapi tidak ada penerapan atau tidak ada dokumentasinya.
4	Organisasi telah melaksanakan aktivitas tapi tidak secara konsisten.
5	Organisasi melakukan aktivitas dengan baik (dilakukan secara konsisten).

Sumber: Nasikin dan Rahardjo (2019)

Setelahnya dilakukan penjumlahan nilai pada semua klausul penelitian menjadi nilai (aktual) sebagai kondisi terkini, serta berikutnya dibagi dengan nilai total (target) sebagai kondisi yang diinginkan atau nilai maksimal yang bisa di dapat sesuai dengan rumus 1 untuk didapatkan nilai penerapannya dari semua klausulnya (Nasikin & Rahardjo, 2019).

$$\text{Kesenjangan} = \frac{\text{Nilai (Aktual)}}{\text{Nilai Total (Target)}} \times 100\% \quad (1)$$

Nilai kesenjangan berupa persentase merepresentasikan kondisi aktual penerapan sistem manajemen mutu. Di mana semakin tinggi nilainya, maka kondisi pemenuhan persyaratan ini bagus tapi ini juga berlaku sebaliknya jika nilainya semakin kecil, maka dinilai butuh perbaikan sistem manajemen mutu di dalam organisasi atau perusahaannya (Nasikin & Rahardjo, 2019).

Tabel 4. Kategori Total Nilai Penerapan

Nilai %	Keterangan Kategori Nilai Penerapan
96% - 100%	Semua persyaratan standar ISO 9001:2015 telah dipenuhi baik dan konsisten.
90% - 95%	Persyaratan ISO 9001:2015 telah dilaksanakan tetapi tidak secara konsisten.
76% - 89%	Persyaratan ISO 9001:2015 telah dilaksanakan tetapi belum semuanya.
51% - 75%	Masih perlu adanya perbaikan sistem manajemen mutu sesuai ISO 9001:2015.
0% - 50%	Tidak dilaksanakan penerapan sistem manajemen mutu sesuai ISO 9001:2015.

Sumber: Nasikin dan Rahardjo (2019)

### 3.3 Penyajian data (*data display*)

Hasil semua nilai kesenjangan klausul penerapan akan dibuatkan menjadi bentuk tabel 4 rekapitulasi dan akan dibuatkan bentuk grafik sehingga dapat memperjelas penampilan data dari seluruh klausul. Dari semua nilai kesenjangan maka fokusnya akan ditujukan pada klausul yang telah

menjadi temuan audit mutu kategori ketidaksesuaian (*nonconformity*) sebagai masalah utama yang perlu dibuat solusi perbaikan, pada analisis ini juga dibuat diagram *fishbone* dengan menggunakan kerangka 5M untuk memudahkan pembacaan faktor- faktor yang berpengaruh dan terkait penyebab temuan terhadapnya.

### 3.4 Penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing*)

Langkah terakhir penarikan kesimpulan, sebagai aktivitas akhir metode analisis data model interaktif. Penarikan kesimpulan didasarkan hasil analisis data terhadap faktor penyebab temuan audit dengan kategori ketidaksesuaian (*nonconformity*) yang terdiri dari lima faktor atau kerangka 5M yang terdiri dari manusia, mesin, material, metode, serta lingkungan (milieu) untuk selanjutnya dapat dirumuskan saran perbaikan sistem manajemen mutunya.

## 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Penerapan Sistem Manajemen Mutu *Sales & Marketing Retail Propan Bandung*

Untuk mendapat nilai penerapan maka dilakukan perhitungan dan rekapitulasi nilai kesenjangan dari kondisi terkini penerapan sistem manajemen mutu dan kondisi ideal di mana seluruh persyaratan di klausul ISO 9001:2015 dipenuhi baik serta berjalan konsisten. Berikut pada tabel 5 yakni rekapitulasi nilai semua penerapan klausul terkini sesuai standar ISO 9001:2015 yang diteliti pada penelitian ini.

Tabel 5. Nilai Penerapan Klausul ISO 9001:2015

Nilai Penerapan	Nilai <i>Checklist</i> Pemenuhan Sub Klausul ISO 9001:2015
1	-
2	6.3, 10.3
3	9.1.1, 9.1.2
4	4.1, 4.2, 5.2.2, 5.3, 6.1.1, 6.1.2, 6.2.2, 7.1.3, 7.3, 7.4, 7.5.3.1, 7.5.3.2, 8.1, 8.2.1, 8.5.4, 8.5.5, 9.2.2, 10.1, 10.2.1, 10.2.2
5	4.3, 4.4.1, 4.4.2, 5.1.1, 5.1.2, 5.2.1, 6.2.1, 7.1.1, 7.1.2, 7.2, 7.5.1, 7.5.2, 9.1.3, 9.2.1, 9.3.1, 9.3.2, 9.3.3

Sumber: Olahan Peneliti

Pada tabel 6 berikutnya yakni perhitungan total nilai kesenjangan atas penerapan klausul, nilai kesenjangan tiap sub klausul ini dijumlahkan untuk bisa didapatkan nilai (aktual), nilai ini berikutnya dibandingkan pada kondisi ideal yang diharapkan atau jumlah nilai tertinggi yang bisa didapat semua klausul persyaratan ketika terpenuhi yang dalam hal ini disebut juga nilai total (target). Terakhir nilai (aktual) dibagi nilai total (target) dikali nilai seratus persen sehingga didapatkan persentase penilaian.

Tabel 6. Persentase Nilai Penerapan Setiap Klausul ISO 9001:2015

Klausul	Nilai (Aktual)	Nilai Total (Target)	Persentase Penilaian
4	23	25	92%
5	23	25	92%
6	19	25	76%
7	45	50	90%
8	16	20	80%
9	35	40	88%
10	14	20	70%

Sumber: Olahan Peneliti

Berikut pada tabel 6 merupakan persentase nilai kesenjangan yang sebelumnya ini sudah didapatkan dari perhitungan rekapitulasi data tabel 5. Berdasarkan pada tabel 6 ini terdapat beberapa sub klausul yang dinilai masih membutuhkan perbaikan sehingga praktik penerapan ini belum berjalan baik.

Pada golongan satu dengan rentang persentase 90%-95%, klausul empat konteks organisasi, klausul lima kepemimpinan, dan juga klausul tujuh pendukung pada sistem manajemen mutu meski semua penerapan telah dilaksanakan tetapi masih kurang konsisten dijalankan oleh seluruh personel.

Golongan dua yakni pada rentang persentase 76%-89%, klausul sembilan evaluasi, klausul delapan operasional, dan klausul enam perencanaan beberapa klausul ini ada yang tidak lengkap pada penerapannya sehingga ini belum maksimal untuk memenuhi klausul di persyaratan ISO 9001:2015.

Golongan ketiga yakni rentang persentase 51%-75% klausul sepuluh perbaikan yakni adanya klausul sistem belum dilaksanakan serta adanya persyaratan yang telah berjalan meski tidak terdokumentasi.

Berikut ini merupakan penjelasan persentase penilaian dari setiap penerapan klausul ISO 9001:2015:

#### 1. Klausul 4 Konteks Organisasi

Di klausul empat konteks organisasi ini punya penilaian yakni persyaratan di sistem manajemen mutu atas standar ISO 9001:2015 telah dipenuhi tapi tidak berjalan secara konsisten. Faktor dari penyebab kesenjangan sub klausul 4.1 dan 4.2 adalah dari sisi manusia yakni *Leader ISO* cabang Propan kurang paham cara mengidentifikasi isu-isu terbaru yang berkaitan dalam departemennya dan faktor di sisi metode yakni kurangnya supervisi dari atasan di pembaruan dokumen mutunya.

Rekomendasi perbaikan yang perlu dilakukan adalah mengadakan pelatihan ulang terkait materi penerapan klausul 4 konteks organisasi, lalu *Leader ISO* cabang yang dapat pelatihan ini perlu memberikan pelatihan juga ke bawahannya. Dan untuk *Quality Management Representative* perlu untuk meningkatkan pengawasan kepada *Leader ISO* cabang untuk memperbarui dokumen mutu dan penerapannya sesuai dengan sub klausul 4.1 dan 4.2.

#### 2. Klausul 5 Kepemimpinan

Di klausul lima kepemimpinan ini punya penilaian yakni persyaratan di sistem manajemen mutu atas standar ISO 9001:2015 sudah dipenuhi namun tidak berjalan secara konsisten. Faktor dari penyebab kesenjangan sub klausul 5.2.2 dari sisi manusia yakni *Leader ISO* kurang paham daftar komunikasi untuk kebijakan mutu di departemennya. Dan faktor dari penyebab kesenjangan sub klausul 5.3 dari sisi metode adalah kurangnya supervisi atasan di informasi terdokumentasi dari bukti pelatihan. Lalu faktor penyebab kesenjangan pada sub klausul 5.2.2 dan 5.3 dari sisi lingkungan adalah kondisi kerja yang sangat intensif dan lingkungan yang tidak terorganisir dengan baik.

Rekomendasi perbaikan yang perlu dilakukan adalah mengadakan pelatihan ulang terkait materi penerapan klausul lima kepemimpinan, lalu *Leader ISO* cabang yang dapat pelatihan ini perlu memberikan pelatihan juga ke bawahannya. Dan untuk *Quality Management Representative* perlu untuk meningkatkan pengawasan kepada *Leader ISO* cabang untuk memperbarui dokumen mutu dan

penerapannya sesuai dengan sub klausul 5.3. Dan di sisi lingkungan adalah perlu alokasi waktu dan pengkondisian khusus untuk pengerjaan dokumen mutu dan juga pemenuhan persyaratan sub klausul 5.2.2 dan 5.3 secara konsisten.

### 3. Klausul 6 Perencanaan

Di klausul enam perencanaan ini ada penilaian yakni persyaratan yang ada di standar ISO 9001:2015 beberapa telah dijalankan namun belum semuanya. Faktor penyebab kesenjangan sub klausul 6.1.1, 6.1.2 6.2.2, dan 6.3 di sisi manusia adalah *Leader ISO* cabang kurang paham cara mengidentifikasi risiko, peluang, dan tindakan pada dokumen mutu analisis isu dan kebutuhan serta harapan pihak berkepentingan, kurang paham cara membuat dan juga memantau sasaran mutu, dan kurang paham prosedur manajemen perubahan. Dan penyebab kesenjangan di sub klausul 6.1.1, 6.1.2, dan 6.2.2 di faktor metode yakni kurangnya supervisi dari atasan pada penerapan dari identifikasi risiko, peluang, tindakan, pembaruan dokumen sasaran mutu, dan penerapan prosedur manajemen perubahan.

Rekomendasi perbaikan yang perlu dilakukan adalah mengadakan pelatihan ulang terkait materi penerapan klausul enam perencanaan, lalu *Leader ISO* cabang yang mendapat pelatihan ini perlu memberikan pelatihan juga ke bawahannya. Dan untuk *Quality Management Representative* perlu untuk meningkatkan pengawasan kepada *Leader ISO* cabang untuk memperbarui dokumen mutu dan penerapannya sesuai dengan sub klausul 6.1.1, 6.1.2 6.2.2, dan 6.3 yang terdiri dimulai dari identifikasi risiko, peluang, serta termasuk tindakan untuk menangani risiko dan peluangnya, pembaruan dokumen sasaran mutu dari departemen *sales and marketing retail* Propan Bandung, dan memulai untuk penerapan prosedur manajemen perubahan.

### 4. Klausul 7 Pendukung

Di klausul tujuh pendukung ini punya penilaian yakni persyaratan pada sistem manajemen mutu atas standar ISO 9001:2015 telah dipenuhi tapi tidak secara konsisten. Faktor dari penyebab kesenjangan sub klausul 7.1.3, 7.4, 7.5.3.1, dan 7.5.3.2 adalah pada sisi manusia yakni *Leader ISO* cabang Propan kurang paham klausul ini terkait ke departemennya dan faktor di sisi lingkungan yakni kondisi kerja yang intensif dan lingkungan yang tidak terorganisir atau tidak terkelola baik.

Rekomendasi perbaikan yang perlu dilakukan adalah mengadakan pelatihan ulang terkait materi penerapan klausul tujuh pendukung, lalu *Leader ISO* cabang yang mendapat pelatihan ini perlu memberikan pelatihan juga ke bawahannya. Dan sisi lingkungan yakni perlu alokasi waktu dan pengkondisian khusus di pengerjaan dokumen mutu sub klausul 7.1.3, 7.4, 7.5.3.1, dan 7.5.3.2.

### 5. Klausul 8 Operasi

Di klausul delapan operasional ini mempunyai penilaian yakni persyaratan yang ada di standar ISO 9001:2015 beberapa telah dijalankan tetapi belum semuanya. Faktor penyebab kesenjangan dari sub klausul 8.1, 8.2.1, 8.5.4, dan 8.5.5 ini dari sisi lingkungan yakni kondisi kerja yang intensif dan lingkungan yang tidak terorganisir baik, sehingga perencanaan dan pengendalian operasionalnya ada yang kadang jadi terabaikan. Lalu faktor di sisi metode yakni kurangnya supervisi dari atasan pada perencanaan dan pengendalian operasional yang dilakukan oleh para pimpinan departemen *sales and marketing retail* Propan Bandung sehingga prosesnya tidak konsisten.

Perbaikan sistem manajemen mutu yang diperlukan yakni perlu adanya alokasi waktu khusus untuk mengerjakan perencanaan serta pengendalian operasional pada waktu awal sebelum aktivitas pekerjaan dimulai sampai berakhirnya aktivitas dan ini juga perlu didukung melalui pengawasan dan pendampingan langsung oleh atasan dalam memastikan semua proses kerja sudah terencana dan terkendali secara konsisten untuk dapat memenuhi sub klausul 8.1, 8.2.1, 8.5.4, dan 8.5.5.

### 6. Klausul 9 Evaluasi

Pada klausul sembilan evaluasi ini mempunyai penilaian yakni persyaratan yang ada di standar ISO 9001:2015 beberapa telah dijalankan tetapi belum semuanya. Faktor penyebab kesenjangan dari sub klausul 9.1.1, 9.1.2, dan 9.2.2 ini dari sisi lingkungan yakni kondisi kerja yang intensif dan lingkungan yang tidak terorganisir baik, sehingga klausul di pemantauan, pengukuran, analisis, dan evaluasi ada yang jadi terabaikan atau tidak ada catatan atau rekaman dalam pemenuhan dari

persyaratannya. Lalu faktor pada sisi metode yakni kurangnya supervisi dari atasan pada kegiatan memasukkan rekaman temuan audit mutu ke program CAPA *online* milik PT Propan Raya sesuai 9.2.2 yang dilakukan oleh para pimpinan departemen *sales and marketing retail* Propan Bandung sehingga tidak konsisten.

Perbaikan sistem manajemen yang diperlukan adalah perlu adanya alokasi waktu khusus untuk mengerjakan survei kepuasan pelanggan dan untuk menyelesaikan temuan audit mutu ISO serta ini juga perlu didukung melalui pengawasan dan pendampingan langsung oleh atasan dalam memastikan pada proses kerja untuk survei kepuasan pelanggan dan memasukkan temuan audit mutu ISO 9001:2015 untuk dapat memenuhi sub klausul 9.1.1, 9.1.2, dan 9.2.2.

#### 7. Klausul 10 Perbaikan

Pada klausul sepuluh perbaikan ini mempunyai penilaian yakni persyaratan yang ada di standar ISO 9001:2015 beberapa telah dijalankan tetapi belum semuanya. Faktor penyebab kesenjangan dari sub klausul 10.1, 10.2.1, dan 10.2.2 ini dari sisi lingkungan adalah kondisi kerja yang intensif dan lingkungan yang tidak terorganisir baik, sehingga untuk konsep perbaikan berkelanjutan ini jadi terabaikan. Lalu faktor di sisi metode yakni tidak adanya prosedur yang mengatur sub klausul di 10.3 perbaikan berkelanjutan sehingga ini tidak diketahui atau tidak dijalankan di cabang.

Perbaikan sistem manajemen yang diperlukan adalah perlu adanya alokasi waktu khusus untuk mengerjakan penyelesaian temuan audit mutu ISO 9001:2015 di cabang sebagai bentuk ke perbaikan dan ini juga perlu ada dukungan melalui pengawasan dan pendampingan langsung oleh atasan dalam memastikan semua proses kerja sudah terencana dan terkendali secara konsisten untuk dapat memenuhi sub klausul 10.1, 10.2.1, 10.2.2, dan 10.3.

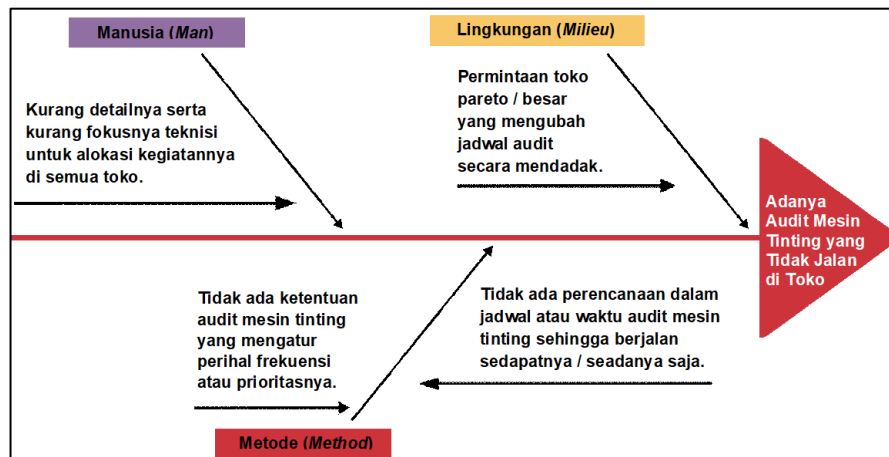
## 4.2 Perbaikan Sistem Manajemen Mutu *Sales and Marketing Retail* Propan Bandung

Masalah kesenjangan yang dibahas lebih lanjut adalah penyebab utama ketidaksesuaian atau temuan audit *nonconformity* sehingga spesifik dan fokus memperbaiki sistemnya. Berikut dilakukan analisis akar penyebab kepada semua temuan audit internal ISO 9001: 2015 dengan kategori *nonconformity*, mulai dengan didapatkan atau identifikasi faktor-faktor penyebab temuan ketidaksesuaian dan dibuat solusi perbaikan sistem manajemen mutu terhadapnya.

### 1. Temuan Audit Internal Mutu ISO 9001:2015 Kesatu

Temuan audit internal mutu ISO 9001:2015 pertama adalah ditemukan ketika proses audit, auditee tidak dapat menunjukkan dokumen pelaksanaan audit mesin tinting ke toko dengan bukti audit yakni dokumen arsip di mesin *solvent base* untuk toko Mega Bangunan serta melanggar sub klausul 7.1.3 infrastruktur pada standar ISO 9001: 2015 dan ketentuan formulir audit mesin tinting.

Berikut gambar 2, adalah simpulan tiga masalah utama temuan kesatu di audit ISO 9001:2015 yang diidentifikasi dari beberapa faktor yakni di manusia, lingkungan, dan metode dari pelaksanaan yang berpengaruh dalam pelaksanaan audit mesin tinting di toko-toko yang dipasang mesin serta dijaga *product consultant* di Propan Bandung. Dari beberapa masalah ini penyebab masalah utama yang akan diatasi adalah di jadwal dan prioritas kunjungan yang tidak terencana dan tidak terkendali dan aturan di formulir audit mesin tinting yang tidak mengatur secara jelas frekuensi untuk audit ini.



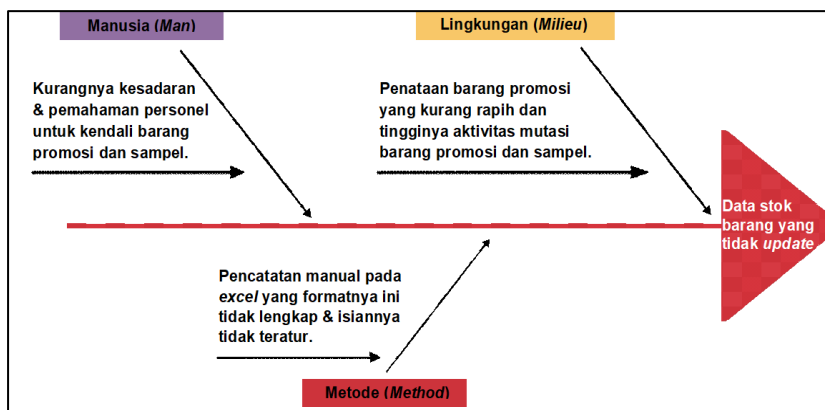
Gambar 2. Diagram *Fishbone* Temuan Satu Audit Internal Mutu ISO 9001:2015  
Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan faktor penyebab utama ke temuan audit internal ISO 9001:2015 kesatu, perbaikan sistem manajemen mutu yang dilakukan ada sub klausul 7.1.3 dengan dibuatkannya jadwal dan prioritas atas kunjungan audit PC mesin tinting berupa formulir rekapitulasi audit mesin tinting serta kendali siklus audit dalam satu tahun. Dan pada sub klausul 8.1, penambahan catatan ketentuan pada formulir audit PC mesin tinting bahwa untuk audit PC mesin tinting pada toko yang sama ini berjalan paling cepat dua bulan berikutnya lagi.

## 2. Temuan Audit Internal Mutu ISO 9001:2015 Kedua

Temuan audit internal mutu ISO 9001:2015 kedua adalah ditemukannya perbedaan di data cek stok sampel basah dibandingkan aktual fisik barang, seharusnya antara data jumlah cek stok dan aktual fisiknya sama. Bukti audit di produk cat eco emulsion 4010 base c, saat dicek stok ada 5 unit tetapi aktual fisik hanya 3 unit. Ada selisih kurang sebanyak dua unit di mana ini melanggar ke klausul ISO 9001:2015 yakni sub klausul 7.5 informasi terdokumentasi serta klausul ISO 9001:2015 yakni sub klausul 8.1 perencanaan dan pengendalian operasi.

Berikut di gambar 3, yakni simpulan tiga masalah utama di temuan kedua audit ISO 9001:2015 yang diidentifikasi dari beberapa faktor yakni di manusia, lingkungan, dan metode dari pelaksanaan yang berpengaruh terhadap proses pencatatan mutasi dan saldo barang promosi, sampel, dan *mockup*. Dari beberapa masalah ini penyebab masalah utama yang akan diatasi adalah pada metode atau cara melakukan cek stok barang promosi ini agar praktis dilaksanakan personel yang sering jalan langsung ke lapangan dan mendukung keakuratan di data stok atas barang promosi.



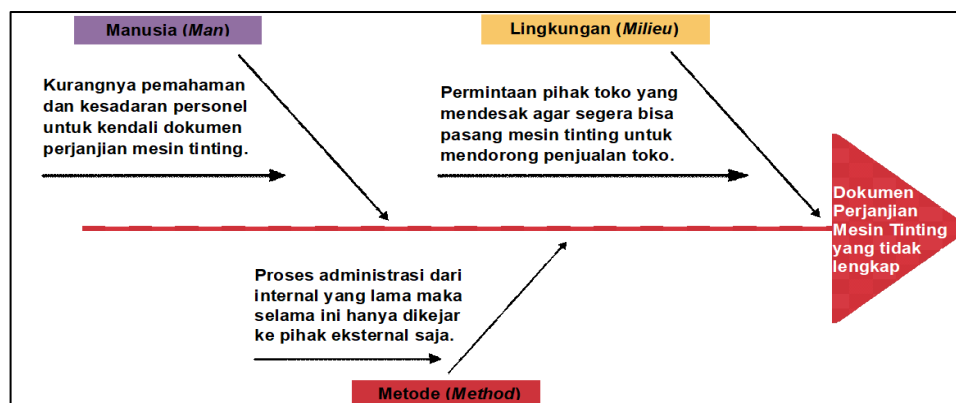
Gambar 3. Diagram *Fishbone* Temuan Dua Audit Internal Mutu ISO 9001:2015  
Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan faktor penyebab di dalam temuan audit internal ISO 9001:2015 kedua, perbaikan sistem manajemen mutu yang dilakukan adalah sub klausul 7.5 dengan dibuatkannya formulir untuk mencatat mutasi masuk serta keluar barang dan saldo terakhir barangnya pada formulir kontrol stok barang promosi atau sampel atau *mockup*. Dan pada sub klausul 8.1 adalah pengarah mutasi masuk barang untuk menggunakan program digital dari portal permintaan serah terima barang *online* dan mutasi keluarnya ini pada portal surat jalan universal *online* agar ini lebih mudah untuk dilakukan pendataan nomor referensi dan pelacakan padanya.

### 3. Temuan Audit Internal Mutu ISO 9001:2015 Ketiga

Temuan audit internal mutu ISO 9001:2015 ketiga adalah Ditemukan *Product Consultant* yang tidak bekerja / bertugas ke toko, digantikan oleh sesama *Product Consultant*. Seharusnya aturan prosedur, jika ada *Product Consultant* yang tidak masuk, maka urutan penggantinya tidak boleh dari *Product Consultant*. Pada bukti audit ada *Product Consultant* atas nama Riko tidak bekerja 4 Februari 2023, digantikan oleh Ridwan sesama *Product Consultant*. Di mana ini melanggar klausul ISO 9001:2015 pada sub klausul 8.2.1 komunikasi pelanggan dan di prosedur PZ603 proses kerja *product consultant*.

Berikut di gambar 4, simpulan tiga masalah utama di temuan ketiga audit ISO 9001:2015 yang diidentifikasi pada beberapa faktor yakni di manusia, lingkungan, dan metode penggantian personel tidak sesuai dengan prosedur perusahaan. Dari beberapa masalah ini penyebab masalah utama yang akan diatasi adalah dalam metode penggantian PC toko yang alur komunikasinya tidak diatur jelas dan tidak ada koordinasi internal untuk penunjukkan dan persetujuan atas personel pengganti ke PC.



Gambar 4. Diagram *Fishbone* Temuan Tiga Audit Internal ISO 9001:2015  
Sumber: Olahan Peneliti

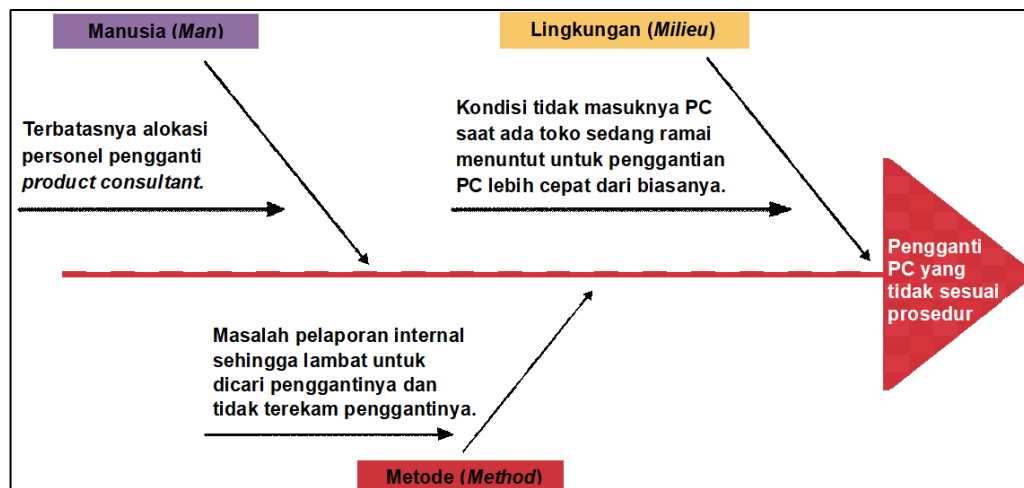
Berdasarkan faktor penyebab utama temuan audit internal ISO 9001:2015 ketiga, perbaikan sistem manajemen mutu yang dilakukan pada sub klausul 7.1.3 adalah dibentuknya grup koordinasi internal dengan media komunikasi di whatsapp, lalu di sub klausul 7.5 dibuatkan formulir surat tugas pengganti PC sebagai dokumen kendali terkait pencatatan, penunjukkan, serta persetujuan personel pengganti PC toko, di sub klausul 8.1 adanya ketentuan baru laporan internal ini maksimal pada pagi hari, dua jam sebelum jadwal bertugas atau bekerja di toko, serta sub klausul 8.2.1 adalah komunikasi pada pihak toko untuk selalu periksa surat tugas dari pengganti *Product Consultant* dan memastikan bahwa toko telah didukung secara baik.

### 4. Temuan Audit Internal Mutu ISO 9001:2015 Keempat

Temuan audit internal mutu ISO 9001:2015 keempat adalah ditemukan ada dokumen perjanjian kerja sama penempatan mesin tinting di customer, yang belum lengkap bukti persetujuan internal Propan, tapi aktualnya dilapangan, mesin tinting ini sudah terpasang di toko. Seharusnya dokumen perjanjian kerja sama penempatan mesin tinting sudah dilengkapi persetujuan oleh kedua belah pihak. Bukti auditnya adalah dokumen perjanjian kerja sama penempatan mesin tinting di toko

Kita Utama, toko Mega Bangunan, dan toko MW PD serta melanggar klausul ISO 9001:2015 ke sub klausul 8.2.1, 5.3, dan prosedur PZ021-S pemasangan mesin tinting.

Berikut gambar 5, ada simpulan tiga masalah utama di temuan keempat audit ISO 9001:2015 yang diidentifikasi beberapa faktor yakni manusia, lingkungan, dan metode yang berpengaruh pada tidak lengkapnya persetujuan dokumen perjanjian mesin tinting. Dari beberapa masalah ini penyebab masalah utama yang akan diatasi adalah metode dalam melengkapi persetujuan dokumen perjanjian, meskipun persetujuannya paling penting dari eksternal tetapi pelaporan internal ini harus diperbaiki.



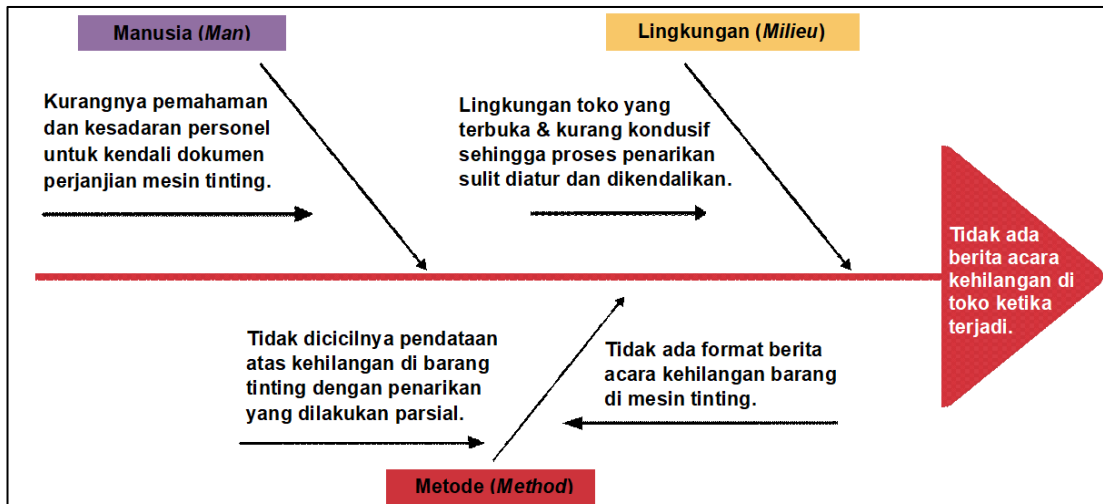
Gambar 5. Diagram *Fishbone* Temuan Empat Audit Internal Mutu ISO 9001:2015  
Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan faktor penyebab temuan audit internal ISO 9001:2015 keempat, perbaikan sistem manajemen mutu yang dilakukan ada pada sub klausul 5.3 adalah penambahan fungsi peran, tanggung jawab, serta juga wewenang validasi oleh *Branch Market Sub Department Head* terhadap dokumen perjanjian mesin tinting, pada sub klausul 8.1 yakni meninjau ulang kelengkapan dokumen perjanjian mesin tinting lewat bantuan data rekapitulasi dokumen mesin tinting dan sub klausul 8.2.1 komunikasi ke toko bahwa dokumen perjanjian ini penting secara hukum karena mengikat dua pihak.

##### 5. Temuan Audit Internal Mutu ISO 9001:2015 Kelima

Temuan audit internal mutu ISO 9001:2015 kelima adalah ditemukan beberapa peralatan yang hilang pada saat penarikan mesin tinting dari toko, yang tidak dibuatkan berita acara kehilangan peralatan kerja. Seharusnya setiap terjadi kehilangan peralatan ketika penarikan mesin tinting dibuatkan berita acara kehilangan. Dengan bukti audit dokumen penarikan mesin tinting toko Jaya Abadi kehilangan solet (guna membersihkan sisa pasta) dan buku perawatan mesin tinting sebagai bagian dari peralatan atau perlengkapan saat disetujuinya dokumen serah terima mesin tinting, sehingga temuan audit ini melanggar pada klausul ISO 9001:2015, detailnya pada sub klausul 8.2.1 komunikasi pelanggan dan juga kepada prosedur PZ604 penarikan mesin tinting yang ada di toko.

Berikut di gambar 6 simpulan tiga masalah utama temuan kelima di audit ISO 9001:2015 yang diidentifikasi dari beberapa faktor yakni pada manusia, lingkungan, serta metode yang berpengaruh pada tidak terdapatnya berita acara kehilangan peralatan dan perlengkapan mesin tinting saat terjadi hilangnya barang. Untuk beberapa masalah ini, penyebab masalah utama yang akan ditangani adalah metode pendataan kehilangan barang yang tidak baik dan tidak adanya format yang baku dan formal atas berita acara kehilangan perlengkapan dan peralatan mesin tinting.



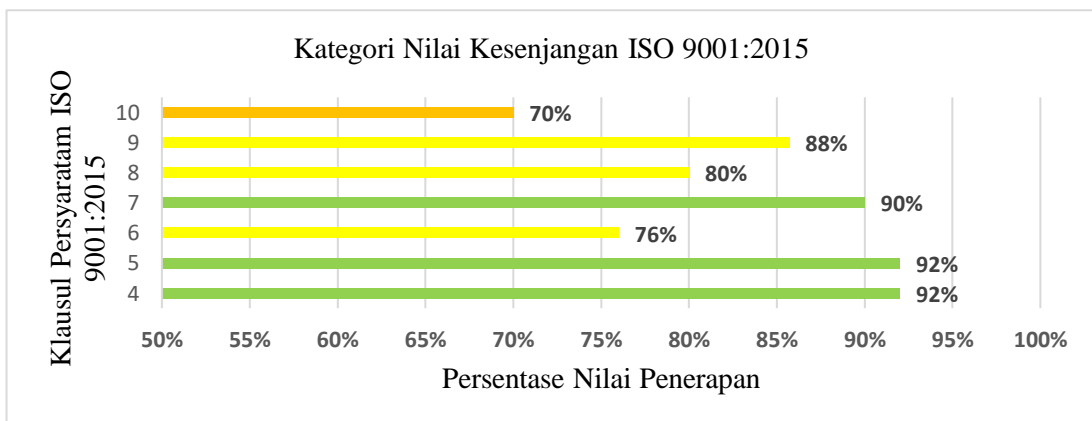
Gambar 6. Diagram *Fishbone* Temuan Lima Audit Internal Mutu ISO 9001:2015  
 Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan faktor penyebab utama temuan audit internal ISO 9001:2015 kelima, perbaikan sistem manajemen mutu yang dilakukan ada sub klausul 7.1.3 lewat perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan penarikan mesin tinting toko, sub klausul 7.5 dibuatnya format berita acara kehilangan barang pendukung mesin tinting dengan formulir penarikan mesin tinting toko, sub klausul 8.1 adalah dibuatnya metode pencatatan barang hilang secara berangsur lalu dimasukkan dokumen penarikan mesin tinting sehingga tidak dibiarkan tertumpuk di akhir, serta pada sub klausul 8.2.1 untuk formulir penarikan mesin tinting ini juga dikomunikasikan serta disetujui oleh pihak toko sebagai saksi dalam dokumen perjanjian mesin tinting agar sama-sama saling memahami kondisi penarikan mesin tinting.

**5 SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berikut ini adalah kesimpulan penelitian yang ditujukan sebagai tujuan penelitian serta juga menjawab rumusan masalah yang sudah ditetapkan dalam awal penelitian, yakni:

1. Pada penerapan sistem manajemen mutu berdasarkan standar ISO 9001:2015 di departemen *sales and marketing retail* Propan Bandung terdapat nilai persentase dari penerapannya pada gambar 7 untuk seluruh klausul penerapan dari klausul empat sampai dengan klausul sepuluh.



Gambar 7. Persentase Nilai Penerapan Klausul ISO 9001:2015  
 Sumber: Olahan Peneliti

Berikut keterangan kategori nilai kesenjangan pada penerapan ISO 9001:2015:

- Di klausul empat, lima, dan tujuh ini persyaratan di sistem manajemen mutu atas standar ISO 9001:2015 telah dipenuhi tapi tidak berjalan secara konsisten.
  - Di klausul enam, delapan, dan sembilan ini yakni persyaratan yang ada di standar ISO 9001:2015 beberapa telah dijalankan tapi belum semuanya.
  - Di klausul sepuluh ini adalah klausul yang masih perlu dilakukan perbaikan dari sistem manajemen mutu untuk memenuhi syarat dalam standar ISO 9001:2015.
2. Untuk temuan audit internal ISO 9001:2015 yang telah teridentifikasi berikut adalah simpulan faktor penyebab terjadi ketidaksesuaian penerapan sistem manajemen mutu pada departemen *sales and marketing retail* Propan Bandung.
- Di temuan audit internal ISO 9001:2015 pertama, masalah utamanya yakni tidak berjalannya audit *Product Consultant* mesin tinting toko karena tidak ditemukan dokumen pendukungnya. Faktor penyebab utama yang perlu untuk diperbaiki di metode (*method*) yakni dari sisi teknis jadwal dan prioritas kunjungan yang tidak terencana dan tidak terkendali serta dari sisi dokumen dan aturan formulir audit mesin tinting yang tidak mengatur jelas frekuensi audit ini.
  - Pada temuan audit internal ISO 9001:2015 kedua, masalah utamanya yakni tidak akuratnya data cek stok barang promosi dan sampel antara catatan serta fisiknya. Faktor penyebab utama yang perlu untuk diperbaiki adalah dari metode (*method*) yakni metode pencatatan mutasi dan saldo barang promosi, sampel, dan *mockup* yang format ini tidak lengkap dan tidak jalan secara konsisten sesuai syarat standar ISO 9001:2015 pada sub klausul 7.5 informasi terdokumentasi
  - Pada temuan audit internal ISO 9001:2015 ketiga, masalah utamanya adalah dari aktivitas penggantian *Product Consultant* saat tidak masuk bekerja di toko yang tidak sesuai ketentuan dari perusahaan. Faktor penyebab utama yang perlu untuk diperbaiki yakni dari metode (*method*) penggantian dari *Product Consultant* toko yang alur komunikasinya tidak diatur jelas dan tidak ada koordinasi internal dalam penunjukkan dan persetujuan atas personel pengganti.
  - Pada temuan audit internal ISO 9001:2015 keempat, masalah utamanya yakni di dokumen perjanjian pemasangan mesin tinting yang meski persetujuan eksternal telah dipenuhi tapi dari sisi internal ini tanda tangannya tidak lengkap sehingga terdapat risiko tidak sah secara hukum. Faktor penyebab utama yang perlu untuk diperbaiki yakni di metode (*method*) adalah tidak adanya supervisi dan dorongan dari pimpinan *sales and marketing retail* Propan Bandung guna bisa melengkapi persetujuan internal sebab selama ini dibiarkan sampai pihak eksternal saja.
  - Di temuan audit internal ISO 9001:2015 kelima, masalah utamanya adalah tidak adanya berita acara kehilangan barang peralatan serta perlengkapan pendukung mesin tinting ketika saat benar terjadi adanya barang yang hilang saat penarikan mesin tinting di toko. Faktor penyebab utama yang perlu untuk diperbaiki adalah di metode (*method*) yakni metode pendataan dari kehilangan barang yang kurang baik karena tidak dicicil untuk penarikan parsial dan tidak ada format yang baku atas berita acara kehilangan perlengkapan dan peralatan mesin tinting toko.
3. Pada analisis data yang telah dilakukan maka ketidakpatuhan sistem manajemen mutu atau adanya personel yang tidak patuh pada prosedur, instruksi kerja, serta kebijakan di perusahaan masih ditemukan sebagai penyebab masalah penerapan sistem manajemen mutu pada departemen *sales and marketing retail* PT Propan Raya Bandung. Saran perbaikan berikutnya yakni didasarkan dari konsep *Total Quality Management* di mana manajemen PT Propan Raya perlu menambahkan aspek kepatuhan prosedur, instruksi kerja, dan kebijakan sebagai bagian dalam indikator penilaian kinerja karyawan departemen *sales and marketing retail* PT Propan Raya Bandung. Kepatuhan terhadap sistem manajemen mutu perlu jadi penilaian bagi semua personel, yang diturunkan dari atasan menuju bawahan sehingga saling terhubung dan relevan.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bramantoro, T. (2019, November 18). *APCI Menggelar Rapat Koordinasi Nasional Pilih Kris Rianto Adidarma Jadi Ketum*. Diambil kembali dari [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com): <https://www.tribunnews.com/tribunners/2019/11/18/apci-menggelar-rapat-koordinasi-nasional-pilih-kris-rianto-adidarma-jadi-ketum>
- FitSM. (2016). *Part 0: Overview and vocabulary*. Brussels: Family of Standards for Lightweight IT Service Management (FitSM).
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2016). *Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality*. London: Pearson Education.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operational Management: Sustainability and Supply Chain Management, Thirteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- International Organization for Standardization. (2015). *Quality management systems — Requirements (ISO 9001:2015)*. Switzerland: International Organization for Standardization. Diambil kembali dari <https://www.iso.org/standard/62085.html>
- IONOS. (2023, September 12). *Fishbone diagram: Solving problems properly*. Diambil kembali dari IONOS Startup Guide: <https://www.ionos.ca/startupguide/productivity/fishbone-diagram/>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Method Sourcebook, Third Edition*. London: Sage Publications, Inc.
- Nasikin, A. I., & Rahardjo, B. (2019). Analisis Gap Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2015 di PT X. *Jurnal Titra, Vol. 7, No. 2*, 283-288.
- Neybour, P. (2022, July 4). *Describe the four main components of a quality management process*. Diambil kembali dari Parallel Project Training: <https://www.parallelprojecttraining.com/blog/describe-the-four-main-components-of-a-quality-management-process/>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Method for Business: A Skill Building Approach, Sixth Edition*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. CV.
- Tricker, R. (2020). *Quality Management Systems - A Practical Guide to Standards Implementation*. New York: Routledge.
- ZOZIO. (2022, May 6). *The 5M Method and the Ishikawa Diagram: Essential Project Management Tools*. Diambil kembali dari Zozio Tech: <https://zozio.tech/en/5m-and-ishikawa-method/>

---

## Mengungkap Pengaruh *Sales Promotion* dan *Shopping Lifestyle* dalam Meningkatkan Pembelian Impulsif pada Platform *E-Commerce* Lazada

Vika Aprianti, Harianto Simarmata, Aenun Ni'mah

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: vika.aprianti@unibi.ac.id

---

Diterima:  
21 Agustus 2024

Diterima Setelah Revisi:  
8 Oktober 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* dan *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* pada *e-commerce* lazada. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan pemilihan sampel yaitu simple *purposive* sampling dan mengambil sampel 100 responden. Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa *sales promotion*, *shopping lifestyle* dan *impulse buying* masuk dalam kategori tinggi. Data dianalisis menggunakan teknik uji asumsi klasik analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil adanya pengaruh yang signifikan *sales promotion* terhadap *impulse buying* sebesar 0,473 atau 47,3%, *shopping lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* sebesar 0,530 atau 53,0% dan *sales promotion* dan *shopping lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* sebesar sebesar 0,566 atau 56,6%. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan *sales promotion* berpengaruh terhadap *impulse buying* dan *shopping lifestyle* berpengaruh terhadap *impulse buying*. Hasil penelitian secara simultan *sales promotion* dan *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada *e-commerce* lazada.

**Kata Kunci:** Promosi Penjualan, Shopping Lifestyle, Pembelian Impulsif

### Abstract

*This study aims to determine the influence of sales promotion and shopping lifestyle on impulse buying on the Lazada e-commerce platform. The research method used is descriptive and verificative with a quantitative approach. The sample selection was done using simple purposive sampling, with a sample size of 100 respondents. Based on the results obtained, sales promotion, shopping lifestyle, and impulse buying fall into the high category. The data were analyzed using classical assumption tests, multiple linear regression analysis, correlation coefficients, determination, t-test, and F-test. The test results showed a significant influence of sales promotion on impulse buying of 0.473 or 47.3%, and shopping lifestyle has a significant influence on impulse buying of 0.530 or 53.0%. Together, sales promotion and shopping lifestyle significantly influence impulse buying by 0.566 or 56.6%. The research results partially indicate that sales promotion affects impulse buying, and shopping lifestyle affects impulse buying. Simultaneously, sales promotion and shopping lifestyle have a positive and significant impact on impulse buying on Lazada e-commerce.*

**Keywords:** Sales Promotion, Shopping Lifestyle, Impulse Buying

## 1 PENDAHULUAN

Teknologi dan informasi menjadi hal sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari, dan berdampak bagi dunia bisnis (Berisha-Shaqiri, 2015; Mgunda, 2019). Pengguna internet tahun 2018 mencapai 4,2 Miliar pengguna (Jardine, E. 2020), pada tahun seterusnya mengalami peningkatan secara signifikan hingga pada tahun 2022 mencapai 5,1 Miliar. Sedangkan jumlah pengguna internet global mencapai 92,1%, media yang digunakan merupakan laptop, *handpone*, dan komputer sebagai aktifitas *online* pengguna internet (Rice, R., Pearce, K., & Calderwood, K. 2022). APJII (Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia) menyebutkan bahwa menggunakan internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang juta orang pengguna dari kurun waktu 2022-2023. Perkembangan teknologi informasi mendorong intensitas belanja masyarakat menggunakan media online (Puspitasari, L, & Ishii, K, 2016). Baik untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari maupun mendukung bisnis yang dijalankan. Peningkatan daya beli masyarakat juga mendorong transaksi belanja melalui platform *online* dapat dijangkau oleh segala kalangan, segala usia (Aprianti, et al, 2021), dan mencakup jangkauan wilayah yang luas dengan dukungan perusahaan ekspedisi (Santo, P., & Marques, A. 2021). Peningkatan tren belanja *online* dibuktikan dengan adanya tingkat transaksi masyarakat terhadap belanja *online* nasional tahun 2021-2022.

Tabel 1. Nilai Tingkat Belanja *Online* di Indonesia Tahun 2018-2022

Tahun	Jumlah (Triliun)
2018	6.8
2019	9.1
2020	11.6
2021	18.1
2022	27

Sumber: Data books.co.id, 2023

Belanja online sudah menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat, semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap media belanja *online* membuat maraknya *e-commerce* di tanah air. *E-commerce* memiliki fungsi untuk memudahkan komunikasi dan akses informasi bagi pelaku usaha berbasis internet yang dapat diakses dengan mudah oleh siapapun dan dimanapun (Vira dan Muhamad, 2022).

Tabel 2. Data Pengunjung *E-Commerce* di Indonesia Pada tahun 2021-2022

<i>E-Commerce</i>	Pengunjung (juta)	
	2021	2022
Tokopedia	149.61	136.7
Shopee	131.89	161.6
Lazada	28.58	83.4

Sumber: databoks.co.id, 2023

Secara keseluruhan, *marketplace* di Indonesia memiliki pertumbuhan dengan trend positif (Tulangow & Winalda, 2022). Berdasarkan Tabel 1.2 terdapat dua raksasa besar *marketplace* di Indonesia yaitu Tokopedia dan Shopee, sedangkan Lazada memiliki proporsi *market share* yang lebih rendah. Peningkatan pengunjung Lazada sebesar 34.3% pada tahun 2022 tetap tidak mampu menyaingi tingginya pengunjung tokopedia dan shopee. *E-commerce* lazada diharuskan untuk meningkatkan strategi menarik agar mampu mengejar ketertinggalan dari kompetitornya. *E-commerce* Lazada menjadi salah satu platform yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia (Rokhimah, dkk, 2022). Lazada sebagai salah satu aplikasi penyedia layanan belanja *online* yang menyediakan produk-produk elektronik, rumah tangga, kosmetik, gadget, *fashion* dengan klaim mempunyai kualitas terbaik dibandingkan dengan kompetitor *e-commerce* sejenis baik dengan

diadakannya banyak promosi, *cashback* maupun diskon, Lazada juga memiliki klaim produk yang dijual merupakan produk asli, sehingga pengguna merasa aman dan nyaman berkat jaminan tersebut. Rangkaian promosi yang diklaim menjadi ciri khas Lazada tersebut mendorong perilaku pembelian impulsif konsumen. *Impulse buying* konsumen pada *e-commerce* merupakan perilaku yang menarik bagi pelaku bisnis *online* karena dapat meningkatkan penjualan produk (Lim, S., Lee, S., & Kim, D, 2017).

Gaya hidup berbelanja (*shopping lifestyle*) konsumen dengan pembelian yang tidak direncanakan dalam mengambil keputusan yang cepat serta keinginan yang kuat secara tiba-tiba untuk melakukan pembelian juga membuat *impulse buying* di *e-commerce* semakin meningkat (Sari dan Hermawati, 2020; Fardila, dkk, 2023). Lazada memiliki berbagai *sales promotion* untuk menarik konsumen sehingga menyediakan program berbelanja dengan harapan konsumen melakukan pembelian yang tidak terencana karena ketidakmampuan untuk mengontrol diri yang memicu konsumen menjadi *impulse buying* (Rokhimah, dkk, 2022). *Sales Promotion* digunakan Lazada dan dikaji dalam penelitian ini adalah potongan harga, kupon belanja, penjualan langsung, dan *ferquentshopper* program.

*Sales promotion* diidentifikasi pelanggan sebagai hadiah dalam pembelian produk (Wiyata dan Eneng, 2022). Konsumen yang melakukan *impulse buying* tidak akan berfikir panjang dan memikirkan akibat dari pembelian yang mereka lakukan karena dipengaruhi stimulus yang kuat untuk belanja (Iyer, dkk, 2019). Adapun faktor yang mendorong *impulse buying* adalah merek terkenal yang menarik, potongan harga tinggi, promosi iklan secara intensif, produk yang memiliki harga yang rendah dibandingkan kompetitor (Iyer, dkk, 2019; Chen, 2020). Penulis mengkaji secara khusus *sales promotion* dan *shopping lifestyle* berdasarkan rujukan penelitian terdahulu (Ningrum, R., & Widanti, A, 2023; Bandyopadhyay, 2021; Mandolfo, et al, 2022) dan studi pra penelitian terhadap konsumen dan pengguna aplikasi Lazada. Dalam hal ini *sales promotion* dan *shopping lifestyle* mampu menjadi pengaruh belanja tidak terencana (Nasrul & Yasri, 2019). Dibuktikan dengan adanya data pengunjung sebagai berikut:

Tabel 3 Pengunjung E-Commerce Lazada Pada Tahun 2019-2022

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2019	28.383 Juta
2	2020	36.250 Juta
3	2021	28.173 Juta
4	2022	26.640 Juta

Sumber: iprice.co.id, 2023

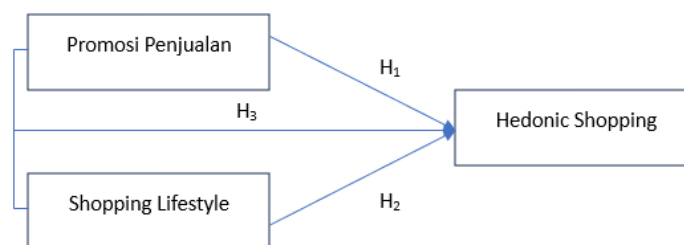
Berdasar Tabel 1.3 pada tahun 2021 dengan jumlah pengunjung sebesar 28.173 juta dan pada tahun 2022 pengunjung e-commerce Lazada sebesar 26.640 juta, berdasarkan data ipricee-commerce Lazada mengalami penurunan pengunjung dalam dua tahun berturut-turut. Hal ini disebabkan karena menurunnya daya tarik *e-commerce* Lazada, termasuk daya tarik dalam melakukan pembelian reguler maupun pembelian impulsif. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kajian terhadap perilaku *impulse buying* yang disebabkan oleh promosi penjualan dan *shopping lifestyle* konsumen pada platform Lazada.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Stimulus Organism Respon* (SOR) dan Teori *Hedonic Consumption*. Teori SOR menjelaskan bagaimana stimulus eksternal, seperti tampilan produk atau promosi di toko, dapat mempengaruhi organisme (konsumen), yang kemudian menghasilkan respon dalam bentuk pembelian impulsif (Chan, Ceung, Lee, 2017). Stimulus dari lingkungan ritel seperti penempatan produk, pencahayaan, dan promosi dapat memicu dorongan

emosional yang mengarahkan konsumen untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan. Sehingga menurut teori ini promosi penjualan dapat mempengaruhi pembelian impulsif (Lin, dkk, 2022).

Sedangkan teori *Hedonic Consumption* menekankan pada aspek emosional dan pengalaman dari konsumsi (Scarpi, D, 2021). Pembelian impulsif sering kali didorong oleh kebutuhan konsumen untuk mendapatkan kepuasan emosional atau pengalaman kesenangan, bukan karena kebutuhan fungsional (Cheng, dkk 2020). Konsumen membeli sesuatu secara impulsif karena mereka mengharapkan kebahagiaan atau kepuasan jangka pendek dari pembelian tersebut (Liu, dkk, 2020). Merujuk teori ini, *shopping lifestyle* dapat mempengaruhi pembelian impulsif. Sehingga dapat digambarkan desain penelitian sebagai berikut.



Gambar 1. Model Penelitian

Penelitian ini memunculkan dua variabel yang diuji keberpengaruhannya secara parsial, dan satu diuji secara simultan.

### 3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian kuantitatif dikarakterisasi oleh penggunaan data numerik yang dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang dikembangkan. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang ada, sedangkan metode verifikatif menguji kebenaran dugaan yang diajukan. Penelitian ini melibatkan populasi pengguna Lazada di Play Store yang mencapai 100 juta orang. Sampel penelitian ditentukan dengan teknik purposive sampling yang bertujuan memilih responden yang memenuhi kriteria tertentu, seperti pernah berbelanja di Lazada, berusia 20-60 tahun, dan menjadikan Lazada sebagai alternatif utama untuk berbelanja *online*. Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan 10%, menghasilkan jumlah sampel yang valid untuk analisis. Teknik pengumpulan data mencakup metode primer dan sekunder, dengan wawancara, observasi, serta studi literatur. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keabsahan dan konsistensi data. Uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas juga dilakukan untuk memvalidasi model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini.

### 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian deskriptif terhadap pengguna Lazada di Indonesia berdasarkan profil demografis responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan menunjukkan mayoritas responden adalah perempuan, berusia 21-25 tahun, dengan latar belakang pendidikan SMA, dan sebagian besar merupakan mahasiswa dengan pendapatan bulanan rendah. Pengetahuan dan penggunaan Lazada di kalangan responden sangat tinggi. Semua responden menyatakan mengetahui dan menggunakan Lazada, dengan media sosial sebagai sumber informasi utama. Frekuensi belanja umumnya satu kali dalam sebulan, dengan kategori produk yang paling banyak dibeli adalah *fashion*.

Preferensi responden terhadap potongan harga sangat dominan dalam pengambilan keputusan belanja. Sebagian besar responden lebih sering berbelanja di Lazada saat ada diskon atau kupon *cashback*, menunjukkan peran penting promosi dalam menarik konsumen. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa promosi diskon menjadi faktor signifikan dalam memengaruhi kebiasaan belanja di Lazada. Diskon dan event khusus dianggap sesuai dengan anggaran konsumen dan mendorong mereka untuk berbelanja lebih sering di *platform* tersebut.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	-4.666	5.068		-.921	.359
SALES PROMOTION	.382	.135	.305	2.835	.006
SHOPPING LIFESTYLE	.509	.112	.489	4.547	.000

a. Dependent Variable: IMPULSE BUYING

Temuan ini juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis diskon dan promosi perlu terus ditingkatkan oleh Lazada untuk mempertahankan daya tariknya di mata konsumen, terutama dalam menghadapi persaingan di pasar e-commerce. Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya promosi dalam membentuk perilaku belanja *online*, khususnya di Lazada, dengan mayoritas responden memanfaatkan kesempatan diskon untuk memenuhi kebutuhan *fashion* mereka.

Penelitian ini menemukan bahwa gaya hidup berbelanja (*shopping lifestyle*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif (*impulse buying*) di Lazada. Responden dengan kecenderungan gaya hidup konsumtif, terutama yang tertarik dengan tren mode dan kemudahan akses belanja *online*, lebih sering melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan. Hal ini diperkuat dengan temuan bahwa banyak responden yang terdorong untuk berbelanja karena godaan diskon dan promosi yang sering ditawarkan oleh Lazada.

Hasil uji statistik menunjukkan adanya korelasi positif antara gaya hidup berbelanja dan pembelian impulsif. Responden yang lebih terlibat dalam aktivitas belanja *online* sebagai bagian dari gaya hidup mereka cenderung lebih rentan terhadap promosi dan penawaran mendadak. Faktor-faktor seperti eksposur yang tinggi terhadap iklan dan pengalaman belanja yang menyenangkan di platform Lazada turut meningkatkan impulsivitas konsumen dalam melakukan pembelian.

## 5 SIMPULAN

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan dan gaya hidup berbelanja memiliki pengaruh signifikan terhadap *impulse buying* di Lazada. Sales promotion berkontribusi sebesar 47,3%, terutama karena diskon dan promosi menarik. Shopping lifestyle berkontribusi 53%, dengan konsumen yang lebih berhati-hati namun tetap terpengaruh oleh tampilan menarik dan promo. Secara keseluruhan, kedua variabel ini mempengaruhi *impulse buying* sebesar 56,6%, menunjukkan bahwa meskipun ada pengaruh kuat dari promosi dan gaya hidup, konsumen masih mempertimbangkan beberapa faktor sebelum melakukan pembelian impulsif.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Lazada mengevaluasi promosi penjualan dengan menawarkan diskon yang lebih konsisten antara tampilan awal dan checkout untuk menghindari kebingungan konsumen. Selain itu, Lazada perlu memperbaiki kualitas produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen melalui garansi, testimoni pelanggan, serta endorsement dari selebgram. Untuk meningkatkan *impulse buying*, Lazada dapat memperpanjang durasi diskon besar dan memperbaiki tampilan toko. Peneliti juga menyarankan agar penelitian selanjutnya menganalisis kualitas layanan elektronik dan kepercayaan konsumen untuk meningkatkan minat beli di platform tersebut.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aprianti, V., Hurriyati, R., Gaffar, V., & Wibowo, L. (2021). The Effect of Green Trust and Attitude Toward Purchasing Intention of Green Products: A Case Study of the Green Apparel Industry in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8, 235-244. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO7.0235>.
- Bandyopadhyay, N., Sivakumaran, B., Patro, S., & Kumar, R. (2021). Immediate or delayed! Whether various types of consumer sales promotions drive impulse buying?: An empirical investigation. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2021.102532>.
- Berisha-Shaqiri, A. (2015). Impact of Information Technology and Internet in Businesses. *Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences*, 1, 73-79.
- Bodnar, G. H., & Hopwood, W. S. (2006). Sistem informasi akuntansi. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Budiman, B. (2020). Perancangan Aplikasi Sistem Tindak Lanjut Pelanggan pada PT XYZ. *SisInfo–Jurnal Sistem Informasi dan Informatika*, 2(1), 1-7.
- Candra, S., Tulangow, C., & Winalda, F. (2022). A Preliminary Study of Consumer Behavior From the Online Marketplace in Indonesia. *Int. J. Asian Bus. Inf. Manag.*, 13, 1-17. <https://doi.org/10.4018/ijabim.297846>.
- Chan, T., Cheung, C., & Lee, Z. (2017). The state of online impulse-buying research: A literature analysis. *Inf. Manag.*, 54, 204-217. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.06.001>.
- Chen, W., Chen, C., & Lin, Y. (2020). Understanding the influence of impulse buying toward consumers' post-purchase dissonance and return intention: an empirical investigation of apparel websites. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, 1-14. <https://doi.org/10.1007/s12652-020-02333-z>.
- Cheng, Z., Chang, C., & Lee, Y. (2020). Linking hedonic and utilitarian shopping values to consumer skepticism and green consumption: the roles of environmental involvement and locus of control. *Review of Managerial Science*, 14, 61-85. <https://doi.org/10.1007/S11846-018-0286-Z>.
- Fardila, E., Savitri, C., & Faddila, S. (2023). The Effect Of Shopping Lifestyle And Product Quality On Impulse Buying Fashion Hijab Squad Voal Paris Premium At Shopee. *Edutran Business and Management*. <https://doi.org/10.59805/ebm.v1i1.11>.
- Iyer, G., Blut, M., Xiao, S., & Grewal, D. (2019). Impulse buying: a meta-analytic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 384 - 404. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00670-w>.
- Jardine, E. (2020). Taking the Growth of the Internet Seriously When Measuring Cybersecurity. *Researching Internet Governance*. <https://doi.org/10.7551/mitpress/12400.003.0008>.
- Lim, S., Lee, S., & Kim, D. (2017). Is Online Consumers' Impulsive Buying Beneficial for E-Commerce Companies? An Empirical Investigation of Online Consumers' Past Impulsive Buying Behaviors. *Information Systems Management*, 34, 100 - 85. <https://doi.org/10.1080/10580530.2017.1254458>.
- Liu, F., Lim, E., Li, H., Tan, C., & Cyr, D. (2020). Disentangling utilitarian and hedonic consumption behavior in online shopping: An expectation disconfirmation perspective. *Inf. Manag.*, 57, 103199. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103199>.
- Lin, S., Tseng, H., Shirazi, F., Hajli, N., & Tsai, P. (2022). Exploring factors influencing impulse buying in live streaming shopping: a stimulus-organism-response (SOR) perspective. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/apjml-12-2021-0903>.
- Mandolfo, M., Bettiga, D., Lamberti, L., & Noci, G. (2022). Influence of Sales Promotion on Impulse Buying: A Dual Process Approach. *Journal of Promotion Management*, 28, 1212 - 1234. <https://doi.org/10.1080/10496491.2022.2060415>.
- Mgunda, M. (2019). The Impacts Information Technology On Business. , 2, 149-156. <https://doi.org/10.32535/jicp.v2i3.656>.

- Nasrul, C., & Yasri, Y. (2019). A Literature Review on the Influence of Sales Promotion, Shopping Lifestyle, Store Atmosphere, and Hedonic Shopping Motivation toward Unplanned Purchase. Proceedings of the 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018). <https://doi.org/10.2991/PICEEBA2-18.2019.14>.
- Ningrum, R., & Widanti, A. (2023). Effect of Shopping Lifestyle and Sales Promotion on Impulse Buying Moderated By Openness To Experience on Shopee. *International Journal of Management and Digital Business*. <https://doi.org/10.54099/ijmdb.v2i1.554>.
- Puspitasari, L., & Ishii, K. (2016). Digital divides and mobile Internet in Indonesia: Impact of smartphones. *Telematics Informatics*, 33, 472-483. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.11.001>.
- Scarpi, D. (2021). A construal-level approach to hedonic and utilitarian shopping orientation. *Marketing Letters*, 32, 261-271. <https://doi.org/10.1007/S11002-021-09558-8>.
- Rice, R., Pearce, K., & Calderwood, K. (2022). W(h)ither the device divide? Changing relationships between personal computer or mobile device with online activities. *Mobile Media & Communication*, 11, 484 - 506. <https://doi.org/10.1177/20501579221142134>.
- Rokhimah, S., Pratama, I., Daniel, K., Putra, I., & Jaya, D., Apriza, M.. (2022). Pengamatan Sistem Informasi Perusahaan e-commerce Lazada Indonesia. *Smart Techno (Smart Technology, Informatics and Technopreneurship)*. <https://doi.org/10.59356/smart-techno.v4i2.61>.
- Santo, P., & Marques, A. (2021). Determinants of the online purchase intention: hedonic motivations, prices, information and trust. *Baltic Journal of Management*. <https://doi.org/10.1108/BJM-04-2021-0140>.
- Sari, N., & Hermawati, S. (2020). The Effect of Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation, and Sales Promotion on Impulse Buying Behavior in E-Commerce (Case Study of Berrybenka Consumer), 25, 45-54. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i1.2343>.
- Triandini, E., Jayanatha, S., Indrawan, A., Putra, G. W., & Iswara, B. (2019). Metode systematic literature review untuk identifikasi platform dan metode pengembangan sistem informasi di Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems*, 1(2), 63-77.

---

## Strategi Pengembangan SDM di Sektor Pariwisata: Menganalisis Potensi dan Tantangan di Daerah Berkembang

**Harianto Simarmata dan Teguh Rahman Fariz**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia  
Email: hariantosimarmata@unibi.ac.id; teguh.rahman.fariz@gmail.com

---

Diterima:  
9 September 2024

Diterima Setelah Revisi:  
9 Oktober 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) di sektor pariwisata di daerah berkembang. Studi ini mengidentifikasi aset dan kekuatan lokal untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja pariwisata serta mengevaluasi integrasi potensi wisata dalam pelatihan SDM. Selain itu, penelitian ini menganalisis tantangan seperti keterbatasan sumber daya, kekurangan infrastruktur pelatihan, dan kesenjangan keterampilan. Dengan pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan dan analisis dokumen, ditemukan bahwa potensi wisata lokal dapat dioptimalkan melalui pemetaan aset SDM, integrasi dalam kurikulum pelatihan, program mentoring, pengembangan infrastruktur, dan sistem evaluasi berkelanjutan. Strategi pengembangan SDM yang efektif muncul dari pendekatan terintegrasi dan berfokus pada kebutuhan spesifik daerah. Melalui program pelatihan SDM yang relevan, kemitraan yang kuat, dan pemanfaatan teknologi, serta strategi multi-pemangku kepentingan untuk meningkatkan fasilitas pelatihan hingga memperkuat kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga Pendidikan dapat memanfaatkan potensi pariwisata secara maksimal.

**Kata Kunci:** Pengembangan SDM, Potensi Wisata, Daerah Berkembang, Tantangan, Strategi Pengembangan

### Abstract

*This research aims to explore the development of Human Resources (HR) in the tourism sector in developing regions. The study identifies local assets and strengths to enhance the skills of the tourism workforce and evaluates the integration of tourism potential into HR training. The research analyzes challenges such as resource limitations, inadequate training infrastructure, and skill gaps. Using a qualitative approach through literature review and document analysis, the findings suggest that local tourism potential can be optimized through HR asset mapping, integration into training curriculum, mentoring programs, infrastructure development, and a continuous evaluation system. Effective HR development strategies emerge from an integrated approach focused on the specific needs of the region. Through relevant HR training programs, strong partnerships, and the utilization of technology, as well as multi-stakeholder strategies to improve training facilities and strengthen collaboration between government, the private sector, and educational institutions, developing regions can maximize their tourism potential.*

**Keywords:** Human Resource Development, Tourism Potential, Developing Regions, Challenges, Development Strategies

## 1 PENDAHULUAN

Sektor pariwisata yang dikenal dengan julukan “industri tanpa asap” memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi, terutama di daerah berkembang yang memiliki potensi wisata yang signifikan namun seringkali kurang dimanfaatkan secara optimal. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam sektor ini menjadi krusial untuk meningkatkan kualitas layanan, memperluas kapasitas kerja, dan mengoptimalkan potensi wisata lokal (Sugeha & Nurmandi (2021).

Daerah berkembang sering kali memiliki aset dan kekuatan lokal yang belum sepenuhnya dieksplorasi atau dimanfaatkan dalam pelatihan dan pengembangan SDM. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi dan memahami bagaimana potensi wisata di daerah tersebut dapat berkontribusi pada pengembangan SDM, serta untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam proses tersebut (Pramudiana et al., 2024). Penelitian ini bertujuan untuk menyoroti aset dan kekuatan lokal yang dapat dimanfaatkan untuk memperbaiki keterampilan tenaga kerja pariwisata serta mengevaluasi integrasi potensi wisata dalam program pelatihan SDM.

Dengan memahami tantangan seperti keterbatasan sumber daya, kekurangan infrastruktur pelatihan, dan kesenjangan keterampilan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang masalah yang harus diatasi untuk meningkatkan efektivitas pengembangan SDM di sektor pariwisata. Rumusan Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana potensi wisata di daerah berkembang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan SDM di sektor pariwisata. Penelitian ini akan mengidentifikasi aset dan kekuatan lokal yang relevan serta bagaimana potensi tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan keterampilan dan kapasitas tenaga kerja. Kemudian apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam pengembangan SDM di sektor pariwisata di daerah berkembang.

Fokus utamanya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat kemajuan dan efektivitas pengembangan SDM, seperti keterbatasan sumber daya, infrastruktur pelatihan, dan kesenjangan keterampilan. Serta strategi apa yang dapat diterapkan untuk pengembangan SDM yang efektif dan terintegrasi untuk meningkatkan kompetensi tenaga kerja pariwisata dan memanfaatkan potensi wisata secara optimal dalam konteks pariwisata di daerah berkembang. Penelitian ini penting dilakukan karena pengembangan SDM yang efektif di sektor pariwisata dapat memaksimalkan potensi ekonomi yang ada di daerah berkembang, serta meningkatkan kualitas dan daya saing destinasi wisata.

Dengan memahami dan mengatasi tantangan yang ada, serta merumuskan strategi yang tepat, penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan lembaga pendidikan. Ini tidak hanya akan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga membantu membangun kapasitas SDM yang mampu memenuhi tuntutan industri pariwisata yang terus berkembang.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

Sektor pariwisata merupakan industri yang mempunyai potensi besar bagi pengembangan perekonomian daerah, khususnya di daerah berkembang. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang efektif dan berkelanjutan menjadi kunci untuk mewujudkan potensi tersebut. Sumber Daya Manusia Bidang Pariwisata meliputi berbagai sektor industri pariwisata mulai dari perhotelan, restoran, transportasi hingga atraksi dan destinasi wisata manajemen, yang mencakup pekerja yang bekerja sampingan (Setiawan et al., 2023).

### 2.1 Pengembangan Sumber Daya Manusia

Menurut Supriadi et al. (2024), manajemen sumber daya manusia adalah fungsi pengelolaan yang berhubungan dengan berbagai aktivitas sumber daya manusia, termasuk rekrutmen, seleksi, pelatihan, dan pengembangan karyawan. Menurut Sugiarti, et.al (2022) mendefinisikan manajemen

sumber daya manusia sebagai serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk merekrut, mengembangkan, memotivasi, serta menjaga lingkungan kerja yang produktif di dalam suatu organisasi. Menurut Simarmata et.al (2024), Sumber Daya Manusia harus dikembangkan untuk memperbaiki kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan tuntutan pekerjaan atau posisi melalui pendidikan dan pelatihan.

Pengembangan Sumber Daya Manusia di sektor pariwisata bertujuan untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan sikap tenaga kerja, sehingga memungkinkan mereka beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar dan tren industri (Rihardi, 2021). Pengembangan sumber daya manusia yang baik dapat membantu memanfaatkan potensi wisata daerah berkembang secara maksimal (Sari et al., 2024). Potensi inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan produk pariwisata baru dan pengalaman pariwisata yang unik seringkali dapat dimaksimalkan melalui pelatihan dan pendidikan sumber daya manusia yang tepat (Zakaria, 2022). Beberapa pemerintah daerah di negara berkembang mendukung pelatihan dan pengembangan tenaga kerja melalui berbagai inisiatif dan program yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas tenaga kerja di sektor pariwisata (Novitasari, 2022).

Tantangan pengembangan sumber daya manusia di daerah berkembang adalah terbatasnya akses terhadap pendidikan dan pelatihan berkualitas. Akibatnya, mereka kekurangan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memenuhi standar industri pariwisata yang semakin tinggi (Daniel, 2021). Seringkali terdapat kesenjangan antara keterampilan tenaga kerja lokal dan keterampilan yang dibutuhkan oleh industri pariwisata yang berkembang pesat. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan sektor pariwisata dan mempengaruhi kualitas layanan. Beberapa daerah berkembang masih sangat bergantung pada pekerja tidak terampil yang tidak memenuhi standar kualitas yang diperlukan untuk pengembangan lebih lanjut sektor pariwisata (Kusumawardhani, 2020). Kendala infrastruktur: Infrastruktur yang tidak memadai juga dapat menjadi hambatan bagi pengembangan tenaga kerja karena kurangnya fasilitas pelatihan dan dukungan lain untuk pengembangan keterampilan (Amelia, 2023).

Sektor pariwisata memiliki potensi besar dalam pengembangan perekonomian daerah, khususnya di daerah berkembang. Dalam buku Pengantar Ekonomi Pariwisata karya Wardiyanta (2020), disebutkan bahwa pariwisata mampu memberikan dampak positif pada perekonomian daerah melalui peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja. Namun, untuk mengoptimalkan potensi ini, pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang efektif dan berkelanjutan menjadi kunci utama

Menurut Mawadda, et al. (2023), SDM pariwisata meliputi berbagai sektor, mulai dari perhotelan, restoran, hingga transportasi dan atraksi wisata. SDM yang baik di sektor ini mampu meningkatkan kualitas layanan dan memaksimalkan potensi pariwisata daerah. Selain itu, SDM yang terlatih juga mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan pasar dan tren industri (Septiana et al., 2023). Kekayaan budaya dan alam di daerah berkembang, seperti yang dijelaskan Kusuma & Salindri (2022), sering menjadi daya tarik utama yang dapat dimaksimalkan melalui pengembangan SDM yang tepat. Potensi ini memerlukan dukungan inovasi dan kreativitas yang dapat diwujudkan melalui program pelatihan dan pendidikan yang terstruktur (Rajagukguk & Sofianto, 2020).

Namun, tantangan pengembangan SDM di daerah berkembang tidak bisa diabaikan. Kamaluddin, (2024) menyatakan dalam pengembangan ekonomi lokal bahwa terbatasnya akses terhadap pendidikan dan pelatihan menjadi salah satu kendala utama. Infrastruktur yang kurang memadai dan ketergantungan pada pekerja tidak terampil juga menjadi hambatan signifikan Asmara (2020). Untuk mengatasi hal ini, Septiana et al. (2023) menekankan pentingnya dukungan kebijakan dari pemerintah dalam memperbaiki kualitas dan kuantitas tenaga kerja melalui program-program pengembangan yang terfokus pada kebutuhan industri pariwisata. Secara keseluruhan, pengembangan SDM yang baik dan dukungan kebijakan yang kuat sangat diperlukan untuk mendorong sektor pariwisata di daerah berkembang agar mampu bersaing di pasar global.

### **3 METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, penulis memilih pendekatan kualitatif karena fokusnya pada kegiatan manusia. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami berbagai aspek, bentuk, dan kondisi yang dapat diamati serta dievaluasi secara ilmiah melalui pendekatan disiplin tertentu. Subjek penelitian ini bisa mencakup persepsi, perilaku, motivasi, tindakan, dan sebagainya, yang diteliti secara mendalam dan saling terkait antara bagian-bagian yang menyusunnya. Penelitian ini biasanya dilakukan dengan menggunakan kata-kata dan bahasa deskriptif, serta memanfaatkan berbagai metode alami dalam konteks yang juga bersifat alami (Abdussamad, 2021).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan dan analisis dokumen. Alasan pendekatan kualitatif dipilih untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai konteks lokal, tantangan yang dihadapi, serta potensi wisata dan pengembangan SDM di daerah berkembang. Setiap metode digunakan untuk menggali informasi mendalam mengenai pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) di sektor pariwisata di daerah berkembang.

#### **3.1 Studi Kepustakaan**

Penelitian diawali dengan studi kepustakaan untuk memahami teori dan konsep terkait pengembangan SDM dalam sektor pariwisata. Literatur dari buku-buku seperti Pengantar Ekonomi Pariwisata karya Wardiyanta (2020), dan Pengembangan Ekonomi Lokal oleh Kamaluddin, (2024) digunakan untuk membentuk landasan teoritis. Studi kepustakaan ini memberikan kerangka kerja awal untuk menganalisis potensi, tantangan, dan strategi yang relevan dalam konteks daerah berkembang.

#### **3.2 Analisis Dokumen**

Analisis dokumen melibatkan peninjauan dokumen-dokumen kebijakan pemerintah, laporan industri, serta studi-studi sebelumnya yang relevan. Dokumen-dokumen ini memberikan konteks tambahan mengenai kebijakan pengembangan SDM dan implementasinya di lapangan. Analisis ini juga membantu dalam mengevaluasi bagaimana kebijakan dan program pemerintah mendukung pengembangan tenaga kerja di sektor pariwisata.

Pendekatan kualitatif ini secara komprehensif menggabungkan berbagai sumber data untuk memberikan gambaran yang mendalam dan holistik mengenai pengembangan SDM di sektor pariwisata di daerah berkembang. Hasilnya digunakan untuk menyusun strategi pengembangan yang lebih efektif dan berkelanjutan, dengan memperhatikan potensi lokal dan tantangan yang dihadapi.

### **4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam studi kepustakaan dan analisis dokumen yang telah dilakukan terkait pengembangan SDM di sektor pariwisata daerah berkembang didapatkan analisa dan pembahasan sebagai berikut :

#### **4.1 Hasil**

##### **4.1.1 Studi Kepustakaan**

Melalui Studi Kepustakaan, penelitian ini menemukan beberapa tema kunci mengenai potensi dan tantangan dalam pengembangan SDM di sektor pariwisata.

**Potensi Wisata:** Daerah berkembang memiliki kekayaan budaya dan alam yang signifikan yang dapat dioptimalkan untuk menarik wisatawan. Namun, potensi ini sering kali belum dimanfaatkan secara maksimal karena kurangnya keterampilan tenaga kerja lokal.

**Tantangan dalam Pengembangan SDM:** Beberapa tantangan utama seperti kekurangan program pelatihan yang sesuai, ketidakcukupan infrastruktur pelatihan, dan adanya kesenjangan

antara keterampilan yang dimiliki tenaga kerja lokal dan yang dibutuhkan oleh industri. Selain itu, ada juga tantangan dalam mengatasi pergeseran tren pariwisata dan kebutuhan untuk adaptasi cepat. Hal ini menunjukkan adanya kekurangan dalam komunikasi antara pelaku industri, komunitas lokal, dan lembaga pendidikan. Kurangnya kolaborasi ini seringkali menyebabkan ketidakselarasan antara kebutuhan industri dan kurikulum pendidikan. Kondisi fasilitas pelatihan sering kali tidak memadai, dengan keterbatasan dalam fasilitas dan materi pelatihan. Selain itu, pengamatan juga menunjukkan bahwa beberapa lokasi wisata belum sepenuhnya memanfaatkan potensi mereka karena kurangnya keterampilan dan pengetahuan tenaga kerja lokal. Juga terdapatnya ketidakcocokan antara ekspektasi wisatawan dan layanan yang disediakan, yang menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk pelatihan dan peningkatan kualitas layanan.

**Strategi yang Diperlukan:** Beberapa strategi yang diusulkan meliputi peningkatan kualitas pelatihan dan pendidikan, peningkatan kerja sama antara sektor publik dan swasta, serta pemanfaatan teknologi untuk pelatihan jarak jauh. Informasi ini menekankan pentingnya keterlibatan komunitas lokal dalam proses pengembangan untuk memastikan relevansi dan keberlanjutan. Solusi yang diusulkan termasuk pengembangan pusat pelatihan lokal yang berbasis pada kebutuhan spesifik industri dan penguatan kemitraan antara sektor swasta, pemerintah, dan lembaga pendidikan.

#### **4.1.2 Analisis Dokumen**

Analisis dokumen, termasuk laporan, studi sebelumnya, dan dokumen kebijakan, memberikan konteks tambahan mengenai kebijakan yang ada dan dampaknya terhadap pengembangan SDM.

**Kebijakan Terkait:** Dokumen menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa kebijakan yang mendukung pengembangan SDM dalam sektor pariwisata, implementasinya sering kali kurang konsisten dan tidak merata di seluruh daerah berkembang.

**Informasi Tambahan:** Data tambahan dari studi sebelumnya memperkuat temuan bahwa tantangan utama adalah kekurangan pelatihan yang sesuai dan kebutuhan untuk adaptasi terhadap perubahan tren pariwisata.

## **4.2 Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan kualitatif yang diterapkan memberikan pemahaman mendalam tentang konteks lokal dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan SDM di sektor pariwisata di daerah berkembang. Pendekatan ini juga berhasil mengidentifikasi potensi yang ada dan strategi yang diperlukan untuk memaksimalkannya.

### **4.2.1 Konteks Lokal dan Potensi**

Konteks lokal yang unik, seperti kekayaan budaya dan alam, memberikan peluang besar untuk pengembangan sektor pariwisata. Namun, untuk memanfaatkan potensi ini, diperlukan SDM yang berkualitas dan terampil. Keterlibatan komunitas lokal dalam pengembangan pariwisata menjadi penting untuk memastikan bahwa pengembangan SDM selaras dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

### **4.2.2 Tantangan Pengembangan SDM**

Tantangan utama yang teridentifikasi mencakup kekurangan program pelatihan yang memadai dan ketidakcukupan fasilitas pelatihan. Kesulitan dalam beradaptasi dengan perubahan tren pariwisata juga menjadi masalah besar. Kesadaran akan tantangan ini adalah langkah awal untuk merumuskan strategi yang efektif.

### 4.2.3 Strategi yang Diperlukan

Strategi yang diusulkan, termasuk peningkatan fasilitas pelatihan, penguatan kemitraan antara sektor-sektor terkait, dan pemanfaatan teknologi, diharapkan dapat mengatasi tantangan yang ada. Pendekatan berbasis kebutuhan lokal dan kolaborasi yang lebih baik antara sektor publik dan swasta diidentifikasi sebagai kunci untuk pengembangan SDM yang sukses.

### 4.2.4 Implementasi dan Evaluasi

Implementasi rekomendasi harus disertai dengan sistem evaluasi yang baik untuk memantau dampak dan efektivitas strategi yang diterapkan. Evaluasi berkelanjutan akan membantu dalam penyesuaian dan perbaikan strategi sesuai dengan perkembangan yang terjadi di lapangan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memberikan gambaran yang jelas mengenai keadaan saat ini dan menyediakan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi pengembangan SDM yang lebih efektif di sektor pariwisata di daerah berkembang. Berikut adalah tabel dari penelitian ini :

Tabel 1. Temuan dari Studi Kepustakaan

Tema	Deskripsi
<b>Potensi Wisata</b>	Daerah berkembang memiliki kekayaan budaya dan alam yang signifikan, tetapi belum dimanfaatkan maksimal karena kurangnya keterampilan tenaga kerja lokal.
<b>Tantangan Pengembangan SDM</b>	Kurangnya program pelatihan yang sesuai, infrastruktur pelatihan yang tidak memadai, serta adanya kesenjangan keterampilan antara tenaga kerja lokal dan kebutuhan industri.
<b>Strategi yang Diperlukan</b>	Peningkatan kualitas pelatihan, kerjasama sektor publik dan swasta, serta pemanfaatan teknologi untuk pelatihan jarak jauh dan keterlibatan komunitas lokal.

Tabel 2. Temuan dari Analisis Dokumen

Tema	Deskripsi
<b>Isu Utama</b>	Kurangnya komunikasi dan kolaborasi antara pelaku industri, komunitas lokal, dan lembaga pendidikan menyebabkan ketidaksiharasan antara kebutuhan industri dan kurikulum pendidikan.
<b>Tantangan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebijakan Terkait: Dokumen menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa kebijakan yang mendukung pengembangan SDM dalam sektor pariwisata, implementasinya sering kali kurang konsisten dan tidak merata di daerah berkembang.</li> <li>2. Data tambahan dari studi sebelumnya memperkuat temuan bahwa tantangan utama adalah kekurangan pelatihan yang sesuai dan kebutuhan untuk adaptasi terhadap perubahan tren pariwisata.</li> </ol>
<b>Solusi Potensial</b>	Pengembangan pusat pelatihan lokal berbasis kebutuhan spesifik industri dan penguatan kemitraan antara sektor swasta, pemerintah, dan lembaga pendidikan.

## 5 SIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya pengembangan sumber daya manusia yang tepat sasaran dan berkelanjutan di sektor pariwisata di wilayah berkembang di Jawa Barat seperti Kabupaten Bandung, Kabupaten Garut dan Kabupaten Sukabumi yang mempunyai potensi wisata besar, namun

pengembangan sumber daya manusia menghadapi tantangan seperti kurangnya keterampilan tenaga kerja lokal, terbatasnya kesempatan pelatihan, dan kebijakan yang tidak konsisten menghalangi potensi ini untuk dieksploitasi sepenuhnya.

Pengembangan SDM di sektor pariwisata di daerah berkembang menghadapi berbagai tantangan namun juga memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan sosial. Strategi pengembangan SDM yang efektif memerlukan pendekatan yang terintegrasi dan berfokus pada kebutuhan spesifik daerah. Melalui program pelatihan yang relevan, kemitraan yang kuat, dan pemanfaatan teknologi, daerah berkembang dapat memanfaatkan potensi pariwisatanya secara maksimal dan mengatasi tantangan yang ada.

Oleh karena itu, untuk mengatasi tantangan ini memerlukan strategi multi-pemangku kepentingan, mulai dari meningkatkan fasilitas pelatihan hingga memperkuat kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad Z., (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press
- Amelia, U. (2023). Tantangan Pembelajaran Era Society 5.0 dalam Perspektif Manajemen Pendidikan. *Al-Marsus: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 68. <https://doi.org/10.30983/al-marsus.v1i1.6415>
- Asmara, S. (2020). Tinjauan Kritis Kendala dan Dampak Pengembangan Pariwisata Indonesia. Prosiding WEBINAR Fakultas Ekonomi Unimed “Strategi Dunia Usaha Menyikapi Status Indonesia Sebagai Negara Maju: Pra dan Pasca Covid-19”, 140-151.
- Daniel. A. S. R (2021). *Manajemen sumber daya manusia*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-114.
- Kamaluddin, L. A., (2024). *Pembangunan Ekonomi Lokal*. Makassar: Nobel Press.
- Kusuma, P. A., & Salindri, Y. A. (2022). Pengembangan Potensi Wisata Di Desa Wisata Sidorejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 46-62.
- Kusumawardhani. Y. (2020). Kajian 14 Pillar Pada Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) Sebagai Indikator Daya Saing Pariwisata Suatu Negara. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 79–95. <https://doi.org/10.32659/tsj.v6i1.129>
- Mawadda, S., Aslami, N., & Harahap, R. D. (2023). Analisis Dampak Pembangunan Sektor Pariwisata Halal dalam Meningkatkan Pendapatan dan Jumlah Tenaga Kerja (Studi Kasus Kecamatan Bahorok). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 328-341.
- Sari. dkk (2024). *Optimalisasi Sumber Daya Manusia Dalam Manajemen Pariwisata Desa Way Tebing Cepa Kabupaten Lampung Selatan*. <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i4.744>
- Novitasari, A. T. (2022). KONTRIBUSI UMKM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI ERA DIGITALISASI MELALUI PERAN PEMERINTAH. *Journal of Applied Business & Economics (JABE)*, 9(2).
- PRAMUDIANA, I. D., SUHERMAN, E., ROEKMINIATI, S., & WIDYAWATI, W. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Pada Wisata Sontoh Laut Asemrowo Kota Surabaya. *JISP (Jurnal Inovasi Sektor Publik)*, 4(2), 85-101.
- Rajagukguk, T. P., & Sofianto, K. (2020). *Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan Desa Wisata di Danau Toba. Ilmu Budaya*, 4(3), 529-552.
- Rihardi, E. L. (2021). Pengembangan manajemen sumber daya manusia sebagai sebuah keunggulan kompetitif pada industri pariwisata dan perhotelan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 10-20.
- Septiana, S., Wicaksono, R. N., Saputri, A. W., Fawwazillah, N. A., & Anshori, M. I. (2023). Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia untuk masa yang mendatang. *Student Research Journal*, 1(5), 446-466.
- Setiawan, Z., Yendri, O., Kusuma, B. A., Ishak, R. P., Boari, Y., Paddiyatu, N., & Kartika, T. (2023). *Buku Ajar Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Simarmata, H., Puspitasari, M., & Purwadisastra, D. (2024). *MANAJEMEN KINERJA DAN KOMPENSASI*.
- Sugeha, R., & Nurmandi, A. (2021). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pelaku Kepariwisata di Kabupaten Bantul. *Jurnal Education and Development*, 9(1), 584-584.
- Sugiarti, E., Mukrodi, M., & Mawardi, S. (2022). Manajemen sumber daya manusia. [www.dewanggapublishing.com](http://www.dewanggapublishing.com)
- Supriadi, dkk (2022). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*. Surakarta: Tahta Media Group
- Wardiyanta, (2020). *Pengantar Ekonomi Pariwisata*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- ZAKARIA, M. (2022). *PENGEMBANGAN MODUL DIKLAT BERBASIS E-MARKETING UNTUK SUMBER DAYA MANUSIA DI DESA WISATA LAMPUNG BARAT* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).

---

## ***Growth Strategy Untuk Meningkatkan Competitive Advantage Pada Soft Ice Cream Melalui Program Peningkatan Product Quality dan Loyalitas Pelanggan***

**Ratih Hadianitini, Salma Putry Anjani, Andia Janash Mumst haz, Raoda Abd. Rahman, Fitria Angelia Ridwan, Triara Septi Nadillah**

Program Studi Manajemen, Fakultas, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia  
Email: ratih.hadianitini@unibi.ac.id; salmaputri0806@gmail.com; andiajanasmumthaza@gmail.com; raodarahman5@gmail.com; fitriaangelia12@gmail.com; triarasepti1@gmail.com.

---

Diterima:  
27 Agustus 2024

Diterima Setelah Revisi:  
16 Oktober 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

---

### **Abstrak**

Industri es krim di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini disebabkan oleh perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen yang semakin mencari produk makanan penutup yang lezat dan menyegarkan. Pertumbuhan ekonomi dan urbanisasi juga berkontribusi pada peningkatan daya beli konsumen, yang mendorong permintaan terhadap produk es krim. Namun, dengan pertumbuhan ini, persaingan di pasar juga semakin ketat dengan banyaknya pemain baru baik lokal maupun internasional yang masuk dengan berbagai inovasi dan strategi pemasaran yang agresif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih lanjut strategi pertumbuhan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif pada bisnis *soft ice cream* melalui program peningkatan kualitas produk dan loyalitas pelanggan. Pendekatan penelitian meliputi analisis lingkungan internal meliputi *Marketing Mix*, analisis STP yang akan dirangkum dalam tabel IFAS dan analisis eksternal meliputi PESTEL analisis yang akan di rangkum ke dalam tabel EFAS serta membuat formulasi strategi serta membuat rancangan untuk implementasi strategi, evaluasi dan pengendalian strategi pada bisnis *soft ice cream*. Dengan memahami preferensi konsumen, berinovasi dalam produk dan layanan, serta mematuhi regulasi yang berlaku dan fokus pada pengembangan produk baru dan strategi pemasaran yang lebih inovatif guna memperluas pasar.

**Kata Kunci:** IFAS, EFAS, Keunggulan Kompetitif, Inovasi Produk dan Pemasaran Inovatif.

### **Abstract**

*The ice cream industry in Indonesia has experienced significant growth in recent years. This increase is due to changes in lifestyle and consumer preferences who are increasingly looking for delicious and refreshing dessert products. Economic growth and urbanization also contribute to increasing consumer purchasing power, which drives demand for ice cream products. However, with this growth, competition in the market is also getting tighter with many new players, both local and international, entering with various innovations and aggressive marketing strategies. This research aims to further examine growth strategies to increase competitive advantage in the soft ice cream business through programs to improve product quality and customer loyalty. The research approach includes internal environmental analysis including Marketing Mix, STP analysis which will be summarized in the IFAS table and external analysis including PESTEL analysis which will be summarized in the EFAS table as well as making strategy formulations and making plans for strategy implementation, evaluation and control of strategies in soft business ice cream. By understanding consumer preferences, innovating products and services, as well as complying with applicable*

*regulations and focusing on developing new products and more innovative marketing strategies to expand the market.*

**Keywords:** *IFAS, EFAS, Competitive Advantage, Product Innovation and Innovative Marketing.*

## 1 PENDAHULUAN

Industri *Ice Cream* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini tidak terlepas dari perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen yang semakin mencari produk makanan penutup yang lezat dan menyegarkan. Pertumbuhan ekonomi dan urbanisasi telah meningkatkan daya beli konsumen, yang pada gilirannya mendorong permintaan terhadap produk *Ice Cream*. Namun, dengan pertumbuhan ini, persaingan di pasar pun semakin ketat. Banyak pemain baru, baik lokal maupun internasional, yang memasuki pasar dengan berbagai inovasi dan strategi pemasaran yang agresif. Di sisi lain, selera konsumen terus berkembang. Konsumen modern semakin kritis dan selektif dalam memilih produk makanan yang mereka konsumsi. Mereka tidak hanya mencari rasa yang enak tetapi juga mempertimbangkan aspek kesehatan dan kandungan nutrisi dari produk tersebut. Tren seperti es krim rendah gula dan menggunakan bahan organik semakin populer. Bagi pemilik bisnis *Ice Cream*, perubahan preferensi ini menuntut penyesuaian dalam formulasi produk dan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif.

Teknologi juga memainkan peran penting dalam industri ini. Kemajuan teknologi dalam produksi *Ice Cream* memberikan peluang untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Namun, adopsi teknologi baru sering kali memerlukan investasi yang signifikan, baik dalam hal peralatan maupun pelatihan staf. Pemilik bisnis harus mampu mengelola sumber daya manusia dengan efektif dan menjaga standar kebersihan yang tinggi untuk memastikan produk yang aman dan higienis bagi konsumen. Selain itu, regulasi kesehatan dan standar kebersihan yang ketat harus dipatuhi oleh semua pelaku industri makanan dan minuman, termasuk bisnis *Ice Cream*. Kepatuhan terhadap peraturan ini tidak hanya penting untuk memastikan keamanan produk bagi konsumen tetapi juga untuk menghindari masalah hukum yang dapat merugikan bisnis. Pemilik bisnis harus memahami dan mengikuti berbagai regulasi tersebut untuk menjaga reputasi dan keberlanjutan usaha.

Menghadapi tantangan ini, pemilik bisnis *Ice Cream* harus mengembangkan strategi yang efektif untuk bersaing di pasar yang kompetitif, memahami preferensi konsumen, berinovasi dalam produk dan layanan, serta mematuhi regulasi yang berlaku. Dengan demikian, mereka dapat memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi hambatan yang mungkin muncul, untuk mencapai keberhasilan dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri *Ice Cream*.

*Ice Cream* merupakan salah satu jenis makanan berbentuk beku yang dibuat dengan cara membekukan campuran produk susu, gula, penstabil, pengemulsi dan bahan-bahan lainnya yang telah dipasteurisasi dan dihomogenisasi untuk memperoleh hasil yang seragam (Darma,2013). Nilai gizi *Ice Cream* sangat tergantung pada nilai gizi bahan baku yang digunakan, untuk membuat *Ice Cream* yang memiliki kualitas tinggi bahan bakunya perlu diketahui dengan pasti, dengan menggunakan susu sebagai bahan utama pembuatan *Ice Cream* maka *Ice Cream* memiliki sumbangan terbesar nilai gizinya. Dibalik kelembutan dan rasa manisnya, *Ice Cream* terbukti memiliki beberapa fakta gizi yang tidak terduga, keunggulan *Ice Cream* yang didukung oleh bahan utamanya yaitu susu tanpa lemak dan lemak susu maka *Ice Cream* hamper sempurna dengan kandungan gizi yang lengkap.(Fitrahadini, 2010).

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Manajemen Strategik

Manajemen strategik adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategic merupakan aktivitas manajerial tertinggi yang biasanya dilakukan oleh pimpinan puncak organisasi baik di suatu organisasi swasta maupun publik (Rufaidah, 2012). Manajemen strategic merupakan suatu pola yang mengarahkan secara menyeluruh dan komperhensif pimpinan serta tim kerja dalam mencapai tujuan organisasi serta mengarahkan organisasi mengenali kegagalan-kegagalan dalam industry. Ilmu manajemen strategis dikenal juga dengan kebijakan perusahaan yang menggabungkan perencanaan dan penetapan strategi yang digunakan organisasi (Rufaidah, 2012).

Proses manajemen strategic meliuti empat keputusan utama, yaitu: Pengamatan Lingkungan (*Scanning Environment*) atau Analisis Lingkungan, Perencanaan (*Formulation*) Strategi (*Strategy [Formulation] Planning*), Implementasi Strategi (*Strategy Implementation*), dan Evaluasi dan pengendalian strategi (*Strategy Evaluastion and Control*). Istilah pengamatan lingkungan merupakan istilah akademik dan lebih populer disebut dengan analisis lingkungan atau seringkali disebut sebagai analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Oppurtunities, and Threats*). Manajemen Strategik menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan serta dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan (Rufaisah, 2012).

Manajemen strategic merupakan suatu bidang ilmu yang menggabungkan kebijakan bisnis dengan penyesuaian lingkungan serta tekanan pada keputusan-keputusan strategis. Pengetahuan tentang manajemen strategic sangat penting bagi kinerja bisnis yang efektif dalam lingkungan yang berubah. Sehingga dalam penyusunan perencanaan melibatkan prsoses pengamatan dan evaluasi faktor-faktor internal dan eksternal organisasi (Rufaidah, 2012).

### 2.2 Manajemen Kreativitas

Bob Geldof berpendapat bahwa manajemen inovasi dan kreativitas sangat penting bagi organisasi yang ingin berkembang dalam dunia yang berkelanjutan. Menurut (Suryana, 2013: 141) "Manajemen kreativitas" adalah istilah yang mengacu pada pengetahuan tentang dua hal. Pertama, bagaimana menggali ciri-ciri yang berbeda atau menandingi dari ide-ide. Kedua, bagaimana mengungkapkan kekayaan intelektual dan menjadikan ide-ide yang dimilikinya sebagai produk yang sama. Di dunia yang berubah dengan cepat saat ini, mengembangkan kreativitas dan inovasi sangat penting. Menurut Susilowati (2024) kedua metode ini menawarkan cara untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, menyelesaikan masalah yang menantang, menyesuaikan diri dengan situasi yang berubah, dan menghasilkan nilai bagi pelanggan dan karyawan. Selain itu, keduanya membantu pertumbuhan yang berkelanjutan dan jangka panjang yang menjadikannya bagian penting dari strategi bisnis modern. Drucker (1974) mengemukakan beberapa tujuan utama dari ilmu manajemen kreativitas, diantaranya; 1. Keunggulan kompetitif; 2. Perluasan pasar; 3. Pengurangan biaya; 4. Kemampuan adaptasi; 5. Pemecahan masalah; 6. Kepuasan pelanggan; 7. Peran karyawan; dan 8. Mengurangi risiko.

### 2.3 Kreativitas

"Berpikir sesuatu yang baru" dan "kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dalam menghadapi peluang" adalah definisi kreatif. Hadiyahati, E. (2012) menyatakan bahwa ini adalah topik yang relevan tidak hanya untuk pengusaha baru yang memulai, tetapi juga untuk bisnis dan kegiatan bisnis secara keseluruhan. Kredibilitas adalah sumber daya saing utama bagi setiap organisasi yang ingin berkembang dan berubah.

Suryana menyatakan bahwa ada 10 prinsip manajemen yang akan mempengaruhi proses kreativitas diantaranya: (1) Orang kreatif; (2) Pekerjaan pemikir; (3) Wirausaha kreatif; (4) Pekerjaan setelah bekerja; (5) Orang yang tepat waktu; (6) Perusahaan sementara; (7) Kantor jaringan dan kelompok bisnis; (8) Kerja tim; (9) Keuangan; (10) Kontrak dan perjanjian.

Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat barang, ide, atau konsep baru yang unik dan berharga. Kemampuan untuk melihat dunia dengan cara yang berbeda, menciptakan hubungan baru dengan ide-ide yang sudah ada, dan berani mencoba pendekatan atau solusi yang tidak konvensional dikenal sebagai kreatifitas. Ini melibatkan cara berpikir yang inovatif, imajinatif, dan tidak terbatas yang dapat menghasilkan sesuatu yang baru. Orang kreatif dapat membawa perubahan dan inovasi dengan ide baru, penyelesaian masalah kreatif, dan pemikiran *out-of-the-box*.

## 2.4 Inovasi

Inovasi adalah konsep atau ide kreatif yang menggabungkan penemuan sebelumnya untuk membuat proses atau produk yang memiliki nilai tambah dan bermanfaat. Inovasi dapat meningkatkan nilai jual dan keuntungan. Jenis wirausahawan yang memiliki kemampuan untuk mengubah lingkungannya adalah inovasi. Kemampuan untuk mengubah sumber daya yang tidak produktif menjadi sumber daya yang menghasilkan nilai ekonomi dikenal sebagai inovasi, yang secara tidak langsung membedakan wirausahawan dari orang biasa.

Salah satu ciri inovasi adalah selalu baru, yang berarti ide yang ada benar-benar baru dan belum pernah dilakukan sebelumnya. Inovasi juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang sudah digunakan oleh orang lain tetapi ingin diadopsi karena dianggap cocok untuk dijadikan solusi. Inovasi memiliki banyak manfaat. Inovasi tidak hanya membawa kualitas baru, tetapi juga meningkatkan produktivitas, dan ketangguhan. Inovasi tidak hanya menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga memiliki karakteristik tertentu, produk jasa dan proses pelayanan dapat disebut sebagai inovasi.

## 2.5 E-Commerce

*E-Commerce* merupakan *platform* yang digunakan untuk transaksi jual beli yang dilakukan secara online menggunakan jaringan internet dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Menurut Loudon (2008:63) ada beberapa jenis *E-Commerce* diantaranya adalah (1) *Business to Customer* (B2C) merupakan transaksi jual beli yang dilakukan secara individu melalui layanan *E-Commerce* seperti GoFood, ShopeFood, dan lain sebagainya; (2)

*Business to Business* (B2B) merupakan transaksi jual beli yang dilakukan oleh Lembaga atau organisasi dalam jumlah yang besar; (3) *Customer to Customer* (C2C) merupakan media yang menjadi penghubung antara pembeli dengan penjual untuk mempermudah transaksi jual beli seperti Bukalapak, Tokopedia, OLX, dan lain sebagainya; (4) *Peer to Peer* (P2P) merupakan jaringan komputer yang menjadi penghubung antara pemberi pinjaman dengan peminjam secara langsung tanpa adanya perantara Lembaga keuangan; (5) *Mobile Commerce* merupakan system yang dirancang berfokus untuk melengkapi layanan *E-Commerce* seperti *M-Banking*.

## 3 METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif yang menggunakan wawancara dan observasi sebagai metode pengumpulan data. Selain itu penyusunan jurnal ini menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat. Menurut Bodgan dan Taylor dalam Moleong (2008:5), penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati.

Menurut Denzin dan Lincoln (2009) wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan oleh pewawancara untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Wawancara memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna dan interpretasi yang diberikan oleh responden terhadap fenomena tertentu. Wawancara adalah salah satu metode yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan kaya mengenai pandangan, pengalaman, dan persepsi individu. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami konteks sosial dan makna yang diberikan oleh responden terhadap berbagai fenomena.

Margono (2004) Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti, baik secara partisipatif maupun non-partisipatif. Peneliti mencatat segala sesuatu yang terjadi dan memeriksa secara mendalam tentang fenomena yang ada. Observasi adalah metode pengumpulan data yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan kontekstual tentang perilaku dan interaksi subjek dalam lingkungan alami mereka. Metode ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memahami fenomena sosial secara lebih mendalam.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan mengumpulkan dokumen, observasi dan wawancara mendalam dengan informan melalui proses tanya jawab secara langsung serta dokumentasi audio dan visual. Rancangan kegiatan penelitian, Rencana kegiatan penelitian meliputi berbagai program dan aktivitas yang direncanakan untuk dilaksanakan dalam jangka waktu satu tahun. Contohnya termasuk pengembangan produk, promosi, serta peningkatan loyalitas pelanggan. Setiap kegiatan ini ditugaskan kepada penanggung jawab tertentu (PIC/DIC) dan memiliki anggaran yang telah ditentukan. Ruang lingkup penelitian ini mencakup analisis menyeluruh dan pengembangan bisnis *Owner Soft Ice Cream*. Fokus utama mencakup berbagai aspek penting seperti operasional bisnis, pengelolaan keuangan, peningkatan kualitas pelayanan pelanggan, serta inovasi dalam pengembangan produk. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam dan solusi praktis yang dapat meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis secara keseluruhan.

Kemudian bahan utama yang digunakan dalam produksi es krim mencakup berbagai bahan baku seperti susu bubuk dan aneka topping. Proses produksi es krim memanfaatkan berbagai alat, termasuk mesin produksi es krim yang canggih untuk memastikan kualitas dan konsistensi produk. Selain itu, kendaraan operasional juga digunakan untuk mengangkut bahan baku dari pemasok ke lokasi produksi, memastikan ketersediaan bahan baku yang selalu segar dan siap digunakan. Penelitian ini dilaksanakan di lokasi bisnis *Owner Soft Ice Cream*, yang memiliki outlet utama di Jalan Rancaekek Kencana serta cabang tambahan di Jalan Walini No. 5, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung. Kedua lokasi ini dipilih untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai operasional dan dinamika bisnis di berbagai titik strategis.

Teknik pengumpulan data seperti di jelaskan sebelumnya Teknik pengumpulan data mencakup riset pasar dan analisis konsumen, yang dilakukan untuk memperoleh wawasan mendalam tentang preferensi dan perilaku pelanggan. Selain itu, data juga dikumpulkan melalui umpan balik dari pelanggan terkait variasi rasa baru serta produk-produk baru yang diluncurkan, guna menilai penerimaan dan kepuasan mereka. Variabel penelitian meliputi berbagai aspek penting seperti kepuasan pelanggan, efektivitas promosi, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan. Masing-masing variabel diukur menggunakan metode yang telah ditetapkan, seperti pengumpulan umpan balik dari pelanggan dan analisis pasar, untuk mendapatkan data yang akurat dan relevan. Kemudian untuk Teknik analisis yang diterapkan mencakup evaluasi kinerja operasional dan keuangan, analisis tingkat kepuasan pelanggan, serta penilaian efektivitas program promosi dan loyalitas pelanggan. Hasil dari analisis ini digunakan untuk menilai pencapaian target yang telah ditetapkan dan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis.

## 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat beberapa hasil dari analisis yang sudah dilakukan guna untuk mengetahui dan merancang strategi apa yang harus dilakukan.

### 4.1 Analisis Internal Perusahaan

Analisis lingkungan internal lebih mengarah pada analisis internperusahaan dalam menilai atau mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari tiap-tiap divisi keuangan dan akuntansi, pemasaran, riset dan pengembangan, personalia serta operasional (David, 2006). Proses mengevaluasi semua elemen yang berinteraksi dalam suatu organisasi dikenal sebagai lingkungan internal perusahaan. Ini dilakukan untuk menemukan kegagalan dan peluang. Analisis segmentation, targeting, positioning (STP) dan analisis strategi bauran pemasaran (7P) dapat digunakan untuk melakukan analisis lingkungan internal perusahaan, terutama yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran. Kesimpulannya adalah analisis internal Perusahaan ini adalah upaya untuk mencari keunggulan yang dimiliki Perusahaan untuk menjadi pembeda dari pesaing. Hasil analisis internal yang sudah dilakukan akan dirangkum dalam tabel IFAS berikut.

Tabel 1. IFAS (Kekuatan)

Variabel Internal Penting	Bobot (B)	Rasio (R)	B x R	Keterangan
Kualitas Produk	0,13	4	0,52	Soft Ice Cream menggunakan bahan baku yang segar dan berkualitas, sama seperti ice cream mcd dll. Tekstur Soft ice cream juga lembut dan konsisten, tanpa adanya kristalisasi atau kekakuan pada ice cream. Produk Soft ice cream juga diproses dengan standar kebersihan dan keamanan yang baik, untuk memastikan kesegaran dan kualitasnya.
Harga Terjangkau	0,12	4	0,48	Harga yang dibandrol oleh Soft ice cream sangat terjangkau oleh semua kalangan mulai dari 2.000 - 5.000, dengan harga yang terjangkau akan menyenangkan bagi konsumen yang ingin menikmati sajian yang lezat tanpa harus menguras dompet. Meskipun harganya terjangkau, ice cream yang dihasilkan tetap berkualitas baik dan cita rasa yang memuaskan.
Penyajian praktis	0,10	2	0,20	Penyajian Soft ice cream juga praktis karena dalam cup, pilihan ini merupakan penyajian yang praktis dan nyaman bagi konsumen yang sedang dalam perjalanan atau ingin menikmati eskrim tanpa ribet. Dengan disajikan dalam cup, konsumen dapat dengan mudah membawa dan menikmati ice cream. Penyajian dalam cup juga memungkinkan konsumen untuk mengontrol porsi dengan lebih baik, menjadikannya opsi yang lebih hemat. Dengan penyajian yang praktis dan fleksibel ini, soft eskrim dalam cup menjadi pilihan yang populer untuk dinikmati di berbagai situasi
Varian rasa dan topping yang beragam	0,08	3	0,24	Varian rasa Soft ice cream menawarkan pengalaman yang beragam dan menggugah selera bagi konsumen. Mulai dari rasa klasik seperti vanilla, cokelat, dan stroberi, hingga inovasi yang lebih menarik seperti rasa mangga, matcha, dll. setiap varian menciptakan pengalaman unik dan memikat bagi lidah yang berbedabeda. Ditambah dengan perpaduan topping yang bisa

Variabel Internal Penting	Bobot (B)	Rasio (R)	B x R	Keterangan
				dipilih langsung oleh pelanggan menciptakan kepuasan yang tak tertandingi dalam setiap gigitan. Kombinasi rasa yang kreatif dan tekstur lembut dari Soft ice cream menghadirkan sensasi yang memanjakan dan memuaskan, menjadikannya pilihan yang sempurna untuk menikmati santapan manis di setiap kesempatan.
Memiliki outlet pribadi	0,11	2	0,22	Soft ice cream sudah memiliki outlet pribadi, dengan adanya outlet pribadi Soft ice cream mempunyai kontrol yang lebih besar atas kualitas produk dan pengalaman konsumen secara keseluruhan. Dengan outlet pribadi, serta menciptakan kesempatan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, baik melalui layanan personal atau program loyalitas. Dengan adanya outlet pribadi dapat menjadi wadah yang ideal untuk menghadirkan pengalaman ice cream yang unik dan memikat, sambil memperkuat merek dan kehadiran di pasar, dan dengan adanya outlet pribadi dapat mengurangi pengeluaran untuk biaya sewa ruko.
<b>Total (S)</b>	<b>0,54</b>			

Tabel 2. IFAS (Kelemahan)

Variabel Internal Penting	Bobot (B)	Rasio (R)	B x R	Keterangan
Outlet	0,09	3	0,27	Lokasi outlet yang kurang strategis
Tenaga kerja profesional	0,15	4	0,60	Kurangnya tenaga kerja profesional untuk bagian administrasi
Sistem pemasaran	0,12	4	0,48	Proses pemasaran yang masih menggunakan teknik tradisional yang hanya mengandalkan word of mouth saja.
Kemasan kurang menarik	0,10	2	0,20	Kemasan yang digunakan hanya menggunakan cup minuman biasa tanpa menggunakan design tambahan sebagai tanda pengenalan produk
Total (W)	0,46			
Totak S + W	1,00		3,21	

Berdasarkan penilaian skor yang dimulai dari 5 (sangat baik) sampai 1 (sangat buruk). Tabel diatas menunjukkan skor IFAS 3,21 (diatas nilai Tengah) yang berarti perusahaan mampu untuk merespon faktor strategi internal Perusahaan yang ada sekarang dan yang diharapkan.

#### 4.2 Analisis Eksternal Perusahaan

Analisis lingkungan eksternal mencakup kondisi lingkungan makro Indonesia, yaitu perekonomian, teknologi, politik/hukum, dan sosiokultural. Lingkungan ekonomi terdiri dari faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli dan pola membeli konsumen. Sedangkan teknologi baru menciptakan pasar dan peluang baru. Keputusan pemasaran amat dipengaruhi oleh perkembangan dalam lingkungan politik yang terdiri dari undang-undang, kantor pemerintah, dan tekanan kelompok yang mempengaruhi dan membatasi berbagai organisasi dan individual dalam suatu masyarakat. Lingkungan budaya terdiri dari lembaga dan kekuatan-kekuatan lain yang mempengaruhi nilai-nilai dasar, persepsi, pilihan, dan tingkah laku yang dianut masyarakat.

Tabel 3. EFAS (Peluang)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot (B)	Rasio (R)	B x R	Keterangan
Potensi untuk berinovasi dalam varian rasa.	0,18	3	0,54	Dengan banyaknya varian rasa Ice Cream konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih rasa dan topping yang sesuai dengan selera konsumen.
Perubahan cuaca	0,11	3	0,33	pada saat musim panas peluang sangat besar bagi owner soft ice cream karena permintaan konsumen terhadap ice cream yang di anggap menyegarkan diri dan menambahkan mood pada musim panas ini
Total Peluang (O)	0,29	6	0,87	

Tabel 4. EFAS (Ancaman)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot (B)	Rasio (R)	B x R	Keterangan
Banyaknya kompetitor	0,13	3	0,39	Banyaknya persaingan yang ketat di industri Ice Cream yang memiliki value lebih
Tidak memiliki mitra usaha	0,19	2	0,38	Owner Soft Ice Cream tidak memiliki mitra usaha yang dapat meningkatkan penjualan produk, serta tidak bekerja sama dengan pemasok Ice Cream
Perubahan cuaca	0,05	3	0,15	Musim hujan dapat mempengaruhi tingkat permintaan penjualan harian.
Adopsi gaya hidup yang lebih sehat	0,09	4	0,36	Konsumen dapat menjadi ancaman karena Ice Cream dianggap sebagai makanan yang tinggi kalori.
Teknologi Penjualan	0,11	3	0,33	Owner yang belum memahami teknologi digital sehingga belum bisa mengikuti trend promosi pada zaman sekarang.
Kerusakan lingkungan	0,14	3	0,42	Kemasan yang digunakan tidak ramah lingkungan, sehingga dapat menyebabkan kerusakan lingkungan dan bencana alam.
Total Ancaman (T)	0,71	18	2,03	
Total Skor (O+T)	1		2,90	

### 4.3 TOWS Matriks

TOWS Matrix menggambarkan bagaimana manajemen menyelaraskan peluang-peluang dan ancaman-ancaman yang dihadapi organisasi dengan kekuatan dan kelemahannya, sehingga menghasilkan empat rangkaian alternatif strategi.

IFAS	<b>Kekuatan (S)</b> S1 : Kemampuan untuk mengalokasikan sumber dana Owner Soft Ice Cream dialokasikan oleh Ownernya sendiri. S2 : Dalam proses pembuatan Ice Cream dengan menggunakan peralatan yang mudah di operasikan. S3 : Design pada kemasan produk Ice Cream yang simple dan harganya terjangkau.	<b>Kelemahan (W) :</b> W1 : Kesulitan dalam memprediksi permintaan konsumen terutama dalam bisnis musiman. W2 : Kurangnya dalam mengelola tenaga kerja yang efektif dan efisien.
EFAS	<b>Peluang (O) :</b> O1 : Potensi untuk berinovasi dalam varian rasa. O2 : Cuaca yang panas akan meningkatkan penjualan.	<b>Strategi SO :</b> Strategi Kestabilan (Stability Strategy)
	<b>Ancaman (T) :</b> T1 : Banyaknya pesaing di industri ice cream yang memiliki value lebih. T2 : Musim hujan dapat mempengaruhi tingkat permintaan penjualan harian. T3 : Kemasan yang digunakan tidak ramah lingkungan, sehingga dapat menyebabkan kerusakan lingkungan.	<b>Strategi WO :</b> Strategy Diversifikasi
		<b>Strategi ST :</b> Strategy Insentif
		<b>Strategi WT :</b> Strategy Ekspansi

Gambar 1. TOWS Matriks

#### 4.4 Alternatif Strategy-Pro and Contra

Setelah mendapatkan beberapa alternatif strategi dari empat strategi alternatif yang diperoleh dari tabel 3.1 TOWS Matrix maka selanjutnya dilakukan penyeleksian strategi-strategi alternatif yang ada melalui pendekatan metode Pro (sisi positif) dan Kontra (sisi negatif) untuk setiap strategi alternatif yang ada.

Alternatif Strategi	Recommended Strategy	
	Pro	Contra
SO-Strategy kestabilan strategy	Strategi kestabilan dapat membantu Owner soft ice cream untuk mempertahankan posisi pasarnya dengan menjaga kualitas dan rasa produk untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan.	Soft Ice Cream harus siap dengan penyesuaian diri dengan cepat karena jika tidak dapat kehilangan pangsa pasarnya.
WO-Strategy ekspansi strategi	Mengembangkan varian produk baru dan mengelola tenaga kerja lebih efektif untuk memanfaatkan peluang pasar	Owner soft ice cream memiliki masa simpan yang relatif pendek. Dengan menambah tenaga kerja akan mengeluarkan biaya yang besar.
ST-Strategy Strategy konsentrasi	dengan strategi konsentrasi, Soft ice cream menekankan keunggulan soft ice cream seperti tekstur yang lembut dan rasa yang lezat.	strategi konsentrasi dapat membuat Owner soft ice cream rentan terhadap fluktuasi pasar. Owner soft ice cream harus meningkatkan kualitas produk soft ice cream.
WT-Strategy Strategi diversifikasi	strategi diversifikasi dapat membantu Owner soft ice cream untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis dengan menambah jenis produk yang dimana dapat memperluas pasar dan menjangkau pelanggan baru.	strategi diversifikasi dapat membuat perusahaan kehilangan fokus pada bisnis, yaitu, produk ice cream. apabila Owner soft ice cream terlalu memfokuskan pada diversifikasi, karena dapat menyebabkan resiko terjadinya kegagalan saat Owner Soft ice cream menjalankan bisnisnya.
Alternatif Strategi dari BCG Growth Strategy	Dengan fokus pada Owner soft ice cream dapat memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan pangsa pasar dengan cara lebih berinovasi untuk menambah lini produk.	dengan menambah lini produk tanpa melakukan penelitian dapat meningkatkan resiko kegagalan bagi bisnis soft ice cream
Alternatif Strategi dari GE Growth strategi	Dengan fokus pada Owner soft ice cream dapat memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan pangsa pasar dengan cara lebih berinovasi untuk menambah lini produk.	dengan menambah lini produk tanpa melakukan penelitian dapat meningkatkan resiko kegagalan bagi bisnis soft ice cream

Gambar 2. Penerapan Alternative Strategi Pro dan Kontra.

#### 4.5 Strategi yang Diajukan

Ranking Strategi Terpilih Proses penentuan prioritas dan urutan implementasi strategi yang telah dipilih dalam rencana strategis perusahaan. Tujuan dari ranking strategi terpilih adalah untuk memperjelas dan memperkuat rencana strategis yang telah dibuat, sehingga perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efektif dan efisien.

Tabel 5. Ranking Rekomendasi Strategi Terpilih

<i>Final Ranking</i>	<i>Selected Strategy</i>	<i>Alasan</i>	<i>Code Strategy</i>
1	SO ( <i>Stability Strateby</i> )	Menggunakan strategi kestabilan dalam bisnis <i>soft ice cream</i> memiliki beberapa alasan kuat, terutama dalam mempertahankan posisi pasar dan membangun hubungan yang solid dengan pelanggan. Alasan utama mengapa pemilik <i>soft ice cream</i> harus mempertimbangkan strategi kestabilan yaitu untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan hubungan jangka panjang dengan pemasok	S-1
2	WO ( <i>Strategy Diversifikasi</i> )	Strategy diversifikasi dipilih karena memiliki beberapa keunggulan yang dapat membantu Owner Soft Ice Cream untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya seperti dengan menambah jenis produk, meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan citra merek	S-2
3	ST ( <i>Strategy Insentif</i> )	Fokus pada keunggulan produk memungkinkan bisnis untuk bersaing bukan hanya pada harga, tetapi pada kualitas, menciptakan nilai lebih bagi pelanggan. Produk yang unggul dalam kualitas cenderung membangun loyalitas pelanggan, karena mereka mengasosiasikan merek dengan pengalaman positif dan memuaskan.	S-3
4	WT ( <i>Strategy Eskpansi</i> )	Menggunakan <i>strategy</i> ekspansi karena memiliki beberapa keunggulan yang dapat membantu <i>Owner Soft Ice Cream</i> untuk meningkatkan stabilitas posisi pasar, memanfaatkan peluang pasar, dan meningkatkan pertumbuhan bisnis.	S-4

Strategi utama yang dipilih oleh kami yaitu stabilitly strategy. Dengan menggunakan strategi kestabilan dalam bisnis *soft ice cream* memiliki beberapa alasan kuat, terutama dalam mempertahankan posisi pasar dan membangun hubungan yang solid dengan pelanggan. Alasan utama mengapa pemilik *soft ice cream* harus mempertimbangkan strategi kestabilan yaitu untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan hubungan jangka panjang dengan pemasok.

## 5 SIMPULAN

Berdasarkan Hasil Penelitian yang dilakukan pada UMKM *Owner Soft Ice Cream* dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: (1) *Owner Soft Ice Cream* memiliki Sembilan faktor kunci Internal dan delapan faktor kunci Eksternal. Faktor kunci Internal *Owner Soft Ice Cream* terdapat dalam lima Faktor, dengan kekuatan utamanya adalah kualitas produk dengan bahan *Ice Cream* yang segar dan berkualitas, tekstur *ice cream*nya pun kembang dan konsisten. *Owner Soft Ice Cream* juga menyajikan Varian rasa dan topping yang berbeda-beda untuk memberikan dan menawarkan pengalaman yang beragam dan menggugah selera konsumen, dan faktor kelemahan utamanya adalah kurangnya tenaga kerja yang profesional yang dapat membantu menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Sedangkan faktor kunci Eksternalnya *Owner Soft Ice Cream* terditi atas dua faktor peluang dan enam faktor ancaman dengan faktor peluang utama yaitu potensi untuk berinovasi dalam arian rasa dan perubahan pada cuaca karena pada saat musim panas peluang besar bagi *Owner Soft Ice*

*Cream*, dan faktor ancamannya yaitu banyaknya competitor yang ketat pada industry *Ice Cream* yang memiliki value lebih; (2) Hasil penelitian diatas Strategy yang terpilih adalah *Stability Strategy*. Di final ranking juga *Stability Strategy* menempati ranking pertama di rekomendasikan strategy terpilih. Menggunakan strategy kestabilan dalam bisnis soft ice cream memiliki beberapa alasan kuat, terutama dalam mempertahankan posisi pasar dan membangun hubungan yang solid dengan pelanggan; (3) Dari hasil BCG Modifikasi dan GE Matrikx serta dukungan rekomendasi strategi yang terlampir dilaporan kerja mahasiswa. Maka ada beberapa program yang dapat diterapkan oleh *Owner Soft Ice Cream* yaitu mengembangkan produk baru dan mengembangkan strategi pemasarannya seperti menawarkan royalty card untuk mempertahankan pelanggan. Peningkatan efisiensi operasional, pengembangan produk, ekspansi pasar, dan diferensiasi dan branding untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi pertumbuhan yang diterapkan pada bisnis *Owner Soft Ice Cream* telah menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kualitas produk dan loyalitas pelanggan. Melalui analisis lingkungan internal dan eksternal, formulasi, implementasi, serta evaluasi dan pengendalian strategi, perusahaan berhasil mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar sambil mengatasi berbagai tantangan yang ada. Peningkatan dalam kualitas produk dan layanan serta pendekatan inovatif dalam pemasaran berperan penting dalam memperkuat posisi kompetitif bisnis ini di pasar yang semakin ketat. Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk lebih memperdalam analisis terhadap aspek teknologi dan digitalisasi dalam operasional bisnis es krim. Penelitian masa depan juga dapat mengeksplorasi lebih lanjut mengenai dampak dari diversifikasi produk terhadap loyalitas pelanggan serta penerapan strategi pemasaran digital yang lebih agresif untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, I. N., Widiatami, A. K., Widhiastuti, R., Susilowati, N., Perdana, S. (2024), Determinants of Personal Financial Management Behavior: Moderating Role of Financial Literacy. *KnE Social Sciences*, 208–222. DOI 10.18502/kss.v9i4.15070
- Bogdan dan Taylor, 2010 J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis : Konsep*. Edisi Sepuluh. Jakarta : Salemba Empat
- Denzin & Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Dharma, Surya, 2013. *Manajemen Kinerja, Falsafah Teori dan Penerapannya*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Drucker, P.F. 1974, "The Practice of Management", New York : Harper & Row.
- Falah, A. S., & Dewi, L. S. (2023). PELATIHAN PENYUSUNAN LAPORAN LABA RUGI PADA UMKM ICE CREAM CINGCAU KAMPUNG PANYUSUHAN. *Jurnal Pengabdian Mandiri* Vol.2, No.7 SSN: (Print) | (Online), 1-5.
- Fitrahdini. 2010. Analisis Persepsi Konsumen terhadap Ekuitas Merek Produk Es Krim, *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, Vol. 3, No. 1, h. 74-81.
- Hadiyati, E. (2012). Kreativitas dan inovasi pengaruhnya terhadap pemasaran kewirausahaan pada usaha kecil. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(03), 135-151.
- Loudon, Kenneth C. Jane P. Loudon, 2008; *Sistem Informasi Manajemen (Edisi Bahasa Indonesia)*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Margono, 2004, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta :Rineka Cipta
- Popy Rufaidah. 2012. *Manajemen Strategik*. Bandung: Humaniora.
- Rahmadani, S. I. (2023). STRATEGI PEMASARAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH ICE CREAM AICE. *Comserva Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* Volume 03 No. 03 e-ISSN: 2798-5210 p-ISSN: 2798-5652, 919-928.

Rahmawati, R. D., & Rosyidi, P. d. (2012). TINGKAT PENAMBAHAN BAHAN PENGEMBANG PADA PEMBUATAN ES KRIM INSTAN DITINJAU DARI MUTU ORGANOLEPTIK DAN TINGKAT KELARUTAN.

Suryana. 2013. Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Jakarta: Salemba Empat.

## Literasi Keuangan dan Finansial Teknologi dalam Inklusi Keuangan Pada UMKM

Nurjannah dan Nur Arisah

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar  
Email: nurjannahfe@unm.ac.id; nurarisah.fe@unm.ac.id.

Diterima:  
27 September 2024

Diterima Setelah Revisi:  
14 Oktober 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

### Abstrak

Setiap UMKM perlu memahami mengenai literasi keuangan dan finansial teknologi pengelolaan inklusi keuangan usahanya, karena hal tersebut memudahkan para pemilik UMKM dalam mengatur inklusi keuangan usaha mereka, terutama dalam upaya mempertahankan kelanjutan usaha mereka. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis tingkat literasi keuangan dan finansial teknologi dalam inklusi keuangan UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara kepada informan sebanyak 4 orang terkait untuk mengetahui dan mengumpulkan data mengenai tingkat literasi keuangan dan finansial teknologi dalam inklusi keuangan UMKM. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu dengan menjabarkan hasil penelitian sebagaimana adanya dengan tahapan editing, dan coding. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pemilik UMKM yang ada di Kab. Luwu Timur, Kab Polewali Mandar dan Kab. Kepulauan Selayar telah memiliki pengetahuan yang baik mengenai literasi keuangan dan finansial teknologi dan para pemilik usaha tersebut menyatakan bahwa literasi keuangan dan finansial teknologi memiliki keterkaitan dalam inklusi ekonomi mereka.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, Finansial Teknologi, UMKM, Inklusi Keuangan

### Abstract

*Every MSME needs to understand about financial literacy and financial technology in managing their business financial inclusion, because it makes it easier for MSME owners to manage their business financial inclusion, especially in an effort to maintain the continuity of their business. This study aims to analyze the level of financial literacy and financial technology in MSME financial inclusion. The research method used is a qualitative method with a descriptive approach. The data collection technique used in this study was carried out by interviewing 4 informants related to finding out and collecting data on the level of financial literacy and financial technology in MSME financial inclusion. The data analysis technique used is descriptive analysis with a qualitative approach, namely by describing the research results as they are with the stages of editing and coding. The results of this study indicate that MSME owners in East Luwu Regency, Polewali Mandar Regency and Selayar Islands Regency have good knowledge of financial literacy and financial technology and these business owners stated that financial literacy and financial technology are related to their economic inclusion.*

**Keywords:** Financial Literacy, Financial Technology, MSMEs, Financial Inclusion

## 1 PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang mengalami perkembangan pesat meskipun pertumbuhan ekonomi relatif stabil. Tentunya peran pengusaha dan usaha mikro, kecil, dan

menengah (UMKM) tidak dapat dipisahkan dari hal tersebut. Menurut Hamza & Agastien (2019), UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena selain menyerap tenaga kerja dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional, juga mendistribusikan hasil pembangunan. Menurut Maghfirah & Rahmawati (2002), UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mereka adalah pelaku usaha terbesar dan berkontribusi terhadap lapangan kerja, PDB, ekspor, dan penciptaan modal tetap dan investasi. Meski memiliki potensi yang sangat besar, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih menghadapi tantangan, antara lain kurangnya akses permodalan dan terbatasnya modal yang dimiliki. Baik posisi penduduknya sebagai pelaku usaha terbesar maupun kontribusinya terhadap lapangan kerja dan PDB menunjukkan pertumbuhan UMKM dalam perekonomian Indonesia. perdagangan, pembuatan modal tetap dan investasi (Hamza & Agustien, 2019).

Menurut data pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 66 juta pelaku UMKM dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha, dan 61% UMKM dijalankan oleh perempuan. Fashion, memasak, dan kerajinan adalah tiga (3) industri yang dikendalikan. Perekonomian Indonesia diselamatkan oleh kelangsungan hidup UMKM (Bakhtiar et al., 2022). Salah satu pembentukan strategi yang tepat dan imajinatif, terciptalah tatanan kreatif, masing-masing dari kita adalah pebisnis wanita, visioner bisnis yang mumpuni, visioner bisnis yang dapat diandalkan, dan visioner bisnis wanita dalam usaha kecil dan menengah. Kami memiliki grup dan dorongan untuk mengubah ekonomi domestik kami. Bangsa Indonesia sedang dalam keadaan darurat pandemi Untuk mempertahankan bisnisnya, para pelaku ekonomi, khususnya pemilik UMKM, pada dasarnya harus memiliki pemahaman tentang pendidikan keuangan.

Menurut Lusardi dan Mitchell, literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan keuangan dengan tujuan kemakmuran. (2006). Pendidikan moneter adalah informasi, kemampuan dan keyakinan, yang mempengaruhi pandangan dan perilaku untuk bekerja pada sifat navigasi dan administrasi moneter untuk mencapai kemakmuran (I Nyoman. 2019) Pendidikan memori adalah perpaduan antara pengetahuan dan keterampilan secara moneter, dan ini akan membantu pemilik usaha dengan membuat pilihan dan keputusan moneter yang berwawasan luas. Kehidupan masyarakat luas sebagian besar dipengaruhi oleh impresi.

Berbagai strategi dilakukan pelaku ekonomi, antara lain mendapatkan hibah dan program dari pemerintah serta menjadi pengusaha yang melek teknologi. Meningkatkan inovasi dan jaringan tidak hanya melalui penciptaan produk baru tetapi juga melalui pembentukan jaringan baru, pengembangan keterampilan keuangan yang kuat, dan akses ke modal usaha. pelaku ekonomi, khususnya pemilik UMKM, menerapkan perubahan dan strategi. didukung oleh jasa keuangan perbankan Indonesia. Literasi keuangan (kemampuan dan pengetahuan keuangan masyarakat) tidak lepas dari pengembangan aplikasi keuangan (*financial technology*) yang mudah diakses oleh seluruh pengguna guna meningkatkan akses masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan (*financial inclusion*). Orang akan lebih produktif jika produk dan layanan keuangan tersedia untuk publik. daya beli dan pencapaian tujuan pembangunan pilar strategi adalah: 1) pemerataan pendapatan dari Sabun sampai Merauke di Indonesia; 2) Mengurangi kemiskinan daerah secara organik; dan 3) Mewujudkan sistem keuangan yang stabil (Fitriani, 2018).

Menurut Rusdianasar (2018), "inklusi keuangan" mengacu pada setiap dan semua upaya yang dilakukan untuk menghilangkan setiap dan semua hambatan akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Inovasi Moneter adalah pemrograman canggih dan bisnis berbasis inovasi yang menawarkan jenis bantuan moneter. Istilah "teknologi keuangan" juga mengacu pada jenis layanan keuangan baru yang diciptakan melalui kemajuan teknologi informasi. Seperti yang ditunjukkan oleh, (Azarenkova et al., 2018) FinTech setara dengan melibatkan inovasi baru untuk menggerakkan berbagai pengaturan di bidang keuangan. Disruptive innovation adalah jenis inovasi yang dapat memfasilitasi kemudahan transaksional, aksesibilitas, kenyamanan, kemudahan, dan kepraktisan. Kedua jenis pembayaran fintech yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan seperti Qu unik

berkembang pesat di Indonesia. Ecash dan Mbank, selain yang dikeluarkan oleh startup di industri fintech seperti GoPay dan OVO. Otoritas Jasa Keuangan menegaskan bahwa melayani masyarakat Indonesia yang tidak dapat dilayani oleh sektor keuangan tradisional merupakan keuntungan dari Fintech. Selain itu, ini menjadi alternatif layanan yang tidak disediakan oleh sektor keuangan konvensional dan membutuhkan opsi pembiayaan yang demokratis dan terbuka (1 Nyoman, 2019).

Secara umum, pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berjangka panjang merupakan strategi yang paling efektif untuk mengurangi kemiskinan. Percepatan peningkatan pertumbuhan keuangan berfungsi sebagai prasyarat mendasar yang paling penting untuk memperbaiki sifat kehidupan individu. Mengoptimalkan kontribusi sektor keuangan dengan membuka seluas-luasnya layanan keuangan kepada masyarakat dan pelaku usaha seperti UMKM merupakan bagian penting dalam percepatan pertumbuhan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa perlu dilakukan upaya untuk mendorong ekonomi masyarakat memanfaatkan sektor keuangan. Inti dari inklusi keuangan adalah ini. Melalui pengentasan kemiskinan, peningkatan pembangunan atau pemerataan distribusi keuangan, dan peningkatan stabilitas sistem keuangan, inklusi keuangan bertujuan untuk mendorong pertumbuhan yang inklusif (Dwiyanti dan Jati, 2019). Kepemilikan rekening tabungan, asuransi, layanan pembayaran, dan kredit dari lembaga keuangan nonformal merupakan standar inklusi keuangan (Gunawan et al., 2024). Ada beberapa jenis administrasi keuangan yang dianggap penting untuk daerah setempat, antara lain: asuransi, dua pensiun, layanan penyimpanan, kredit, sistem pembayaran, dan layanan penyimpanan yang semuanya penting bagi masyarakat untuk memiliki kehidupan yang lebih baik.

Transaksi digital telah meningkat secara bertahap di seluruh dunia. Baru-baru ini, ketika ekonomi bertransisi ke digital, pemain mapan dan pendatang baru menciptakan cara-cara mutakhir untuk mendanai UKM (Thathsarani & Jianguo, 2022). Transaksi digital mengandung pertumbuhan fintech kredit, penyedia teknologi besar dan inisiatif baru dalam pembiayaan perdagangan (Yuneline, 2022). Kemajuan pesat di sistem pembayaran digital dan kebangkitan global komunikasi seluler membuka pintu untuk menghubungkan masyarakat berpenghasilan rendah ke alat keuangan yang dapat diandalkan dan terjangkau melalui seluler telepon dan antarmuka digital lainnya. Strategi Inklusi Keuangan Nasional (NFIS) di Sri Lanka dirilis baru-baru ini dengan visi “Better Quality Inclusion for Better Lives”, yang bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas keuangan bagi UKM dengan empat pilar kebijakan: Digital Finance (DF) dan pembayaran, pembiayaan UMKM, perlindungan konsumen, dan keuangan literasi dan peningkatan kapasitas (Eniola & Entebang, 2017).

Digitalisasi kegiatan sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan kecepatan bisnis. Digitalisasi aktivitas keuangan bisnis mengarah pada pengurangan biaya, transparansi, standarisasi, dan penurunan penggunaan tenaga kerja. Lebih jauh, itu akan bermanfaat bagi daya saing. Adaptasi teknologi digital oleh individu dan usaha kecil sangat penting saat ini. Secara tradisional, inisiatif yang terkait dengan keuangan digital telah membantu negara-negara dalam mengurangi efek buruk dari krisis dan memperkuat ketahanan mereka terhadap guncangan di masa depan. Keuangan melek huruf akan menjadi prasyarat penting untuk FI (Lewis & Lindley, 2015).

Berdasarkan keadaan sekarang ini, belum ada/tidak tersedia atau tidak dapat diakses oleh unbanked, padahal literasi digital akan menjadi krusial bagian dari proses digitalisasi. Fasilitas sekarang ini ada tersedia namun hanya untuk mereka karena penggabungan digital teknologi ke sektor keuangan. Digitalisasi sebagian besar produk dan layanan keuangan akan membutuhkan penguatan literasi keuangan digital, dan akan menjadi global di sebagian besar negara pembuatan kebijakan. Oleh nya itu teknologi alat digital sangat bermanfaat bagi usaha kecil dan mikro, maka dari itu setiap UMKM perlu memahami mengenai literasi keuangan dan finansial teknologi pengelolaan inklusi keuangan usahanya, karena hal tersebut memudahkan para pemilik UMKM dalam mengatur inklusi keuangan usaha mereka, terutama dalam upaya mempertahankan kelanjutan usaha mereka. Berdasarkan penjelasan di atas, maka tujuan kajian ini yaitu untuk menganalisis tingkat literasi keuangan dan finansial teknologi dalam inklusi keuangan UMKM.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Literasi Keuangan

Menurut Pletscher (1988), literasi keuangan adalah seperangkat keterampilan dan pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang yang tidak dapat mengelola atau menggunakan sejumlah uang tertentu untuk meningkatkan standar hidupnya. Menurut Lusardi dan Mitchell, literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai pengetahuan keuangan dengan tujuan kemakmuran. (2006). Pengetahuan keuangan yang dimiliki dapat membantu masyarakat memilih produk keuangan yang akan membuat keputusan keuangannya berjalan dengan baik (Yushita, 2017). Menurut Said & Amiruddin (2017), memiliki daya ingat yang baik sangat penting dimiliki orang agar tidak membuat keputusan keuangan yang buruk di kemudian hari.

Literasi keuangan (kemampuan dan pengetahuan keuangan masyarakat) tidak lepas dari pengembangan aplikasi keuangan (financial technology) yang mudah diakses oleh seluruh pengguna guna meningkatkan akses masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan (financial inclusion). Orang akan lebih produktif jika produk dan layanan keuangan tersedia untuk publik. daya beli dan pencapaian tujuan pembangunan pilar strategi adalah: 1) pemerataan pendapatan dari Sabun sampai Merauke di Indonesia; 2) Mengurangi kemiskinan daerah secara organik; dan 3) Mewujudkan sistem keuangan yang stabil (Fitriani, 2018).

### 2.2 Inklusi Keuangan

Menurut Rusdianasar (2018), “inklusi keuangan” mengacu pada setiap dan semua upaya yang dilakukan untuk menghilangkan setiap dan semua hambatan akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Inklusi keuangan adalah proses menghilangkan setiap dan semua hambatan akses masyarakat terhadap layanan keuangan, termasuk hambatan harga dan non-harga (Irman et al., 2021). Kepemilikan rekening tabungan, asuransi, layanan pembayaran, dan kredit dari lembaga keuangan nonformal merupakan standar inklusi keuangan (Gunawan et al., 2024). Merumuskan indeks inklusi keuangan berdasarkan indikator perbankan seperti penggunaan akun berbasis usia di masyarakat, penetrasi perbankan yang menjelaskan berapa banyak orang yang sudah memiliki nomor rekening bank, dan aksesibilitas layanan keuangan yang menjelaskan bagaimana industri perbankan dapat menjangkau masyarakat di suatu wilayah, merupakan alat ukur yang unik untuk mengetahui tingkat inklusi keuangan di suatu wilayah (Angeles, 2022).

Khan (2011), menegaskan mengenai inklusi keuangan mampu memiliki efek positif dan negatif terhadap stabilitas sistem keuangan. Inklusi keuangan berpotensi menurunkan standar kredit lembaga keuangan yang berdampak negatif. (Prasad, 2010) juga berpendapat bahwa inklusi keuangan dapat mendorong efisiensi intermediasi keuangan di tingkat nasional melalui peningkatan tabungan domestik dan riset.

Tujuan utama inklusi keuangan adalah menghilangkan hambatan akses dan pemanfaatan layanan publik tanpa menimbulkan biaya yang berlebihan (Nasution, LN; 2016 Dwilita).

## 3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dalam penelitiannya. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara. Penulis mewawancarai 4 informan, termasuk para pemilik usaha kecil menengah dari beberapa daerah seperti Luwu Timur, Polewali Mandar dan Kepulauan Selayar. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan menguraikan temuan penelitian sebagaimana adanya pada saat diedit, dan *coding*.

Tabel 1. Biodata Informan

Nama	Alamat	Jenis Usaha
Marni	Dusun Nusa Indah, Desa Margomulyo, Kec. Tomoni Timur, Kab. Luwu Timur	Warung Makan
Raura Aprilia	Dusun Nusa Indah, Desa Margomulyo, Kec. Tomoni Timur, Kab. Luwu Timur	Toko Kue
Ratnah	Jln Ammana Maju Kel pappang Kec Campalagian	Depot Air Isi Ulang
Samsuddin	Dusun Bonelambere	Depot Air Isi Ulang

Adapun beberapa pertanyaan yang diajukan kepada informan dalam wawancara tersebut yaitu:

- 1) Sudah berapa lama anda menjalankan usaha ini?
- 2) Bagaimana cara anda mempertahankan kelanjutan usaha?
- 3) Apakah anda telah menjalankan inklusi ekonomi selama menjalankan usaha ini?
- 4) Apakah menurut anda literasi ekonomi berkaitan dengan tingkat inklusi keuangan anda?
- 5) Apakah anda telah mengenal finansial teknologi?
- 6) Apakah menurut anda finansial teknologi berkaitan dengan inklusi keuangan anda?

## 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 HASIL PENELITIAN

Karakteristik informan merupakan sesuatu yang harus di gambarkan sebagai wujud dari pendiskripsian yang berkaitan dengan sampel penelitian ini. Responden dalam penelitian ini berjumlah 4 orang termasuk 2 orang dari Kabupaten Luwu Timur, 1 orang dari Kabupaten Polewali Mandar dan 1 orang dari Kabupaten Kepulauan Selayar. Semua responden merupakan pemilik UMKM. Informan pada penelitian ini berjumlah empat orang merupakan para pemilik UMKM pada wilayah yang berbeda, dua orang berasal dari Kabupaten Luwu Timur pemilik usaha warung makan dan toko kue, satu orang berasal dari Kabupaten Polewali Mandar pemilik usaha depot air isi ulang, dan satu orang berasal dari Kabupaten Kepulauan Selayar. Masing-masing usaha tersebut telah berdiri lebih dari 3 tahun.

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui seberapa jauh tingkat analisis literasi keuangan dan finansial teknologi dalam inklusi keuangan UMKM. Dari penelitian tersebut, maka instrumen dalam penelitian ini diarahkan untuk mengumpulkan jawaban informan atau narasumber terkait, 1. Sudah berapa lama anda menjalankan usaha ini? 2. Bagaimana cara anda mempertahankan kelanjutan usaha? 3. Apakah anda telah menjalankan inklusi keuangan selama menjalankan usaha ini? 4. Apakah menurut anda literasi ekonomi berkaitan dengan tingkat inklusi ekonomi anda? 5. Apakah anda telah mengenal finansial teknologi? 6. Dan apakah menurut anda finansial teknologi berkaitan dengan inklusi keuangan anda?

Jawaban informan yang telah melalui proses coding terkait keenam pertanyaan tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 2. Ringkasan Hasil Wawancara

Pertanyaan	Jawaban
Sudah berapa lama anda menjalankan usaha ini?	2 Tahun (Marni, Samsuddin, wawancara tanggal 06 Mei 2024 dan 15 Mei 2024)
<b>Coding A</b>	<b>Coding A1</b>
	5 Tahun (Raura Aprilia, wawancara tanggal 16 Mei 2024)
	<b>Coding A2</b>
	10 Tahun (Ratnah, wawancara tanggal 08 Mei 2024)
	<b>Coding A3</b>

<p>Bagaimana cara anda mempertahankan kelanjutan usaha? <b>Codig B</b></p>	<p>Melakukan promosi kepada masyarakat dusun bonelambere dengan meningkatkan kualitas air isi ulang. Kemudian memperluas jaringan pemasaran depot air isi ulang, dengan cara melakukan pengantaran ke berbagai desa tetangga (Samsuddin, wawancara tanggal 15 Mei 2024) <b>Coding B1</b></p> <p>Tingkatkan Promosi di masyarakat sekitar pappang dengan memperbaiki kualitas air isi ulang. Kenali Kompetitor : membuat sesuatu yang berbeda dari depot air isi ulang yaitu dengan menggunakan teknologi bernama RO. Memperluas jaringan bisa dilakukan dengan memperluas pemasaran depot air isi ulang serta perluasan ini dibarengi dengan membangun relasi bersama rekan bisnis yaitu para pedagang di kantin sekolah .Lebih banyak sumber daya akan memungkinkan bisnis berkembang dengan cepat.(Ratnah, wawancara tanggal 08 Mei 2024) <b>Coding B2</b></p> <p>Melakukan promosi kepada masyarakat melalui media sosial (<i>facebook</i>) dan meningkatkan kualitas rasa serta tampilan makanan yang di jual (Marni, Raura Aprilia, wawancara tanggal 06 Mei 2024 dan 16 Mei 2024) <b>Coding B3</b></p>
--	--

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan, maka diperoleh informasi bahwa usaha yang dijalankan oleh informan telah berlangsung lebih dari 2 tahun bahkan ada yang telah berjalan 5 dan 10 Tahun. Itu artinya para pelaku UMKM mampu mempertahankan usaha yang dijalankan oleh mereka. Adapun cara mereka dalam mempertahankan usahanya, seperti yang dikatakan oleh informan yang memiliki usaha depot air isi ulang yaitu dengan cara mempromosikan usaha mereka kepada masyarakat. Selain itu mereka juga perlu meningkatkan kualitas produk yang mereka pasarkan. Hal tersebut diperlukan agar konsumen merasa puas dengan produk mereka. Beberapa cara lain dalam promosi perlu dilakukan seperti yang dilakukan oleh pemilik usaha warung makan dan toko kue, salah satunya yaitu melalui media sosial (*facebook*), hal tersebut dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Wawancara

<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
<p>Apakah anda telah menjalankan inklusi keuangan selama menjalankan usaha ini? <b>Coding C</b></p>	<p>Belum menerapkan inklusi keuangan pada usaha depot air isi ulang karena kurangnya literasi saya dikarenakan sudah berumur (Ratnah, Samsuddin, wawancara tanggal 08 Mei 2024 dan 15 Mei 2024) <b>Coding C1</b></p> <p>Sudah menjalankan, sering menggunakan inklusi keuangan saat melakukan transaksi pembelian yang di dapat dari media sosial, selain itu menurut saya inklusi keuangan lebih memudahkan saya saat menjalankan usaha. Dan keamanannya cukup terjaga dengan baik (Marni, Raura Aprilia, wawancara tanggal 06 Mei 2024 dan 16 Mei 2024) <b>Coding C2</b></p>
<p>Apakah menurut anda literasi keuangan berkaitan dengan tingkat inklusi keuangan anda? <b>Coding D</b></p>	<p>Berkaitan. Literasi keuangan masyarakat yang meningkat bila semakin banyaknya masyarakat sekitaran pappang yang dapat mengakses produk atau layanan depot air isi ulang keuangan. Sebagai pengusaha dapat mengetahui cara mengelola keuangan dengan benar dan teratur, mau dialokasikan kemana saja uang yang dimiliki, dan lain sebagainya. (Ratnah, wawancara tanggal 08 Mei 2024) <b>Coding D1</b></p> <p>Menurut saya berkaitan, sebab literasi keuangan masyarakat meningkat apabila semakin banyak masyarakat pada sekitaran dusun bonelambere ini yang dapat mengakses produk layanan Depok air isi ulang. Sehingga saya sebagai pengusaha dapat mengelola keuangan dengan baik dan benar (Samsuddin, wawancara tanggal 15 Mei 2024) <b>Coding D2</b></p>

Iya, karena apabila literasi keuangan seseorang baik maka tingkat inklusi ekonomi orang tersebut akan semakin baik, begitu yang saya rasakan (Marni, wawancara tanggal 06 Mei 2024) **Coding D3**  
Sangat berkaitan, literasi keuangan yang baik akan membuat saya semakin bijak dalam mengatur keuangan dan menggukon inklusi ekonomi (Raura Aprilia, wawancara tanggal 16 Mei 2024) **Coding D4**

Dari ringkasan wawancara pada tabel 3, maka didapatkan hasil bahwa, para pemilik UMKM menyadari bahawa literasi keuangan sangat penting untuk kelanjutan usaha mereka. Dalam usaha miliknya, pemilik usaha toko kue mengatakan bahawa literasi keuangan yang baik akan membuat dirinya semakin bijak dalam mengatur keuangan dan menggukon inklusi ekonomi. Namun beberapa dari mereka yaitu pemilik depot air isi ulang belum menggunakan inklusi ekonomi dikarenakan mereka belum paham cara bertransaksi menggunakan inklusi keuangan. Hal tersebut mereka sebutkan dikarekan rendahnya tingkat literasi keuangan yang mereka miliki. Selain pemilik usaha depot air isi ulang, pemilik usaha warung makan dan toko kue menyebutkan bahawa mereka telah aktif menggunakan inklusi mereka dalam menjalankan usahanya. Dan mereka juga mengatakan bahawa mereka telah memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai literasi keuangan.

Tabel 4. Ringkasan Hasil Wawancara

Pertanyaan	Jawaban
Apakah anda telah mengenal finansial teknologi? <b>Coding E</b>	Kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan layanan industri keuangan (Ratnah, Samsuddin, wawancara tanggal 08 Mei 2024 dan 15 Mei 2024) <b>Coding E1</b> Perkembangan teknologi untuk keuangan (Marni, wawancara tanggal 06 Mei 2024) <b>Coding E2</b> Iya, finansial teknologi adalah sarana modern untuk mengurus keuangan (Raura Aprilia, wawancara tanggal 16 Mei 2024) <b>Coding E3</b>
Dan apakah menurut anda finansial teknologi berkaitan dengan inklusi keuangan anda? <b>Coding F</b>	Sangat berkaitan, perkembangan teknologi keuangan sangat erat kaitannya dengan inklusi keuangan, kerana beberapa bagian dari inklusi ekonomi menggunakan finansial ekonomi tersebut (Marni, Raura Aprilia, wawancara tanggal 06 Mei 2024 dan 16 Mei 2024) <b>Coding F1</b> Ya berkaitan, sebab industri fintech ini juga membantu meningkatkan inklusi keuangan, karna jaringan internet yang luas sehingga dapat memudahkan masyarakat dalam pemesanan air isi ulang melalui jaringan telepon dengan kata lain pembelian secara online (Samsuddin, wawancara tanggal 15 Mei 2024) <b>Coding F2</b> Saling berkaitan, Karena jaringan internet yang besar dan dapat menjangkau hampir semua wilayah, industri <i>Fintech</i> dapat membantu meningkatkan inklusi keuangan. Hal ini kerana masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai lembaga, produk, dan layanan keuangan sesuai dengan kebutuhannya, masyarakat sekitaran pappang dapat mudah membeli air isi ulang melalui online atau offline (Ratnah, wawancara tanggal 08 Mei 2024) <b>Coding F3</b>

Berdasarkan hasil wawancara pada Tabel 4, maka dapat kita ketahui bahawa setiap pemilik usaha sudah tidak asing dengan finansial teknologi yang berkembang dilingkungan saat ini. Pemilik usaha depot air isi ulang menyatakan bahawa finansial teknologi adalah perkembangan sarana keuangan yang berguna untuk memudahkan meningkatkan pelayanan di industri keuangan. Dan mereka juga berpendapat bahawa, finansial teknologi sangat berkaitan dengan inklusi keuangan. Perkembangan teknologi keuangan sangat erat kaitannya dengan inklusi ekonomi, kerana beberapa

bagian dari inklusi ekonomi menggunakan finansial ekonomi tersebut. Pemilik depot air isi ulang itu juga mengatakan bahwa jaringan internet yang besar dan dapat menjangkau hampir semua wilayah, industri *Fintech* dapat membantu meningkatkan inklusi keuangan. Hal ini disebabkan kemudahan masyarakat untuk mengakses berbagai lembaga keuangan berang dan jasa sesuai dengan kebutuhannya. masyarakat sekitaran Pappang dapat mudah membeli air isi ulang melalui online atau offline.

Situasi di mana ada kekurangan orang yang memiliki akses ke perbankan disebut inklusi keuangan. Jaringan umumnya akan lebih bergantung pada tanggung jawab atas objek yang dimilikinya untuk dapat memanfaatkannya dan menguangkannya secara konsisten (Fitriani, 2018). Untuk mengatasi masalah barang-barang yang dapat dipindahkan ini dapat diuangkan kapan saja, apa saja, dengan menawarkan pekerjaan atau bantuan (Artika & Shara, 2021). Menurut OJK (otoritas jasa keuangan), tujuan dari keuangan inklusi adalah untuk menghilangkan setiap hambatan biaya dan non-nilai bagi masyarakat dalam menggunakan administrasi moneter sehingga dapat memberikan keuntungan besar untuk bekerja sesuai dengan harapan individu untuk kenyamanan sehari-hari, terutama untuk daerah dengan wilayah dan kondisi geologis yang sulit atau wilayah garis. Fitriastuti dan lainnya, 2015).

Salah satu upaya dalam mempertahankan usaha yaitu para pemilik UMKM penting untuk aktif dalam inklusi ekonomi, hal ini tidak lain dikarenakan usaha yang mereka jalani tersebut akan lebih mudah berkembang. Selain itu, transaksi dalam inklusi ekonomi lebih mudah walaupun beberapa resiko juga masih kemungkinan terjadi. UMKM pada setiap daerah memiliki cara tersendiri untuk mempertahankan usaha. Perbedaan budaya masyarakat tentu menjadi faktor penentu dan menjadi pemilik usaha seperti UMKM tentunya harus siap beradaptasi dengan segala kondisi yang ada. Pemasaran produk digunakan untuk menerapkan strategi penguatan dalam program pengembangan system pendukung UMKM (Astari, 2019).

## 4.2 PEMBAHASAN

Literasi keuangan dan finansial teknologi merupakan dua hal yang perlu dipahami sebelum mendirikan suatu usaha UMKM. Hal itu karena kedua hal tersebut berperan penting dalam upaya mempertahankan kelanjutan usaha. Literasi keuangan yang baik akan menghasilkan keputusan yang mengutamakan kualitas saat melakukan (Yushita, 2017). Sebagai bagian dari kelanjutan usaha, inklusi ekonomi dapat mempermudah transaksi dan menjamin keamanan modal yang dimiliki oleh pemilik UMKM. Inklusi keuangan adalah tujuan yang dikejar oleh lembaga terkait untuk memudahkan masyarakat, khususnya yang unbankable (tidak mengenal bank), untuk mengakses layanan keuangan formal sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan, pemerataan, dan kemiskinan. (Rusdianasari, 2018).

Literasi keuangan, dalam kecerahan realitas bisnis baru, adalah kemampuan untuk melakukan pengawasan secara memadai sumber keuangan selama siklus hidup dan terhubung secara efektif dengan produk dan layanan keuangan. Di sebuah bisnis, pengambilan keputusan harus rasional dan didasarkan pada informasi yang tersedia. Ini menyiratkan bahwa sangat penting bahwa seorang manajer bisnis dan individu harus memiliki tingkat yang wajar pengetahuan terkait dengan informasi yang tersedia untuk mengerjakan ketentuan keputusan yang baik. (Nur Hamidah et al., 2020) berpendapat demikian literasi keuangan adalah tingkat pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan yang penting dan memilikinya kapasitas serta percaya diri dalam menangani dana pribadi melalui periode waktu yang singkat dan tepat untuk pengambilan keputusan dan perawatan keuangan jangka panjang yang kuat.

Babajide et al., (2020) menyatakan bahwa alasan mengapa pelaku bisnis membuat tidak pantas, tidak memadai dan keputusan keuangan yang tidak efektifannya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan pribadi, kurangnya waktu untuk belajar tentang manajemen keuangan pribadi, kompleksitas dalam transaksi keuangan dan pilihan produk dan layanan keuangan yang luas untuk dipilih produk dan jasa keuangannya. Hambatan keuangan bagi UMK dapat menjadi lebih

signifikan jika mereka tidak memiliki kemampuan manajemen bisnis. Kurangnya pengetahuan finansial bias beresiko. Disisi lain, tingkat kinerja UMK dapat terhambat oleh kurangnya literasi keuangan, hingga sulit bagi mereka untuk mengevaluasi dan memahami ketentuan pendanaan yang berbeda dan untuk mengeksplorasi proses aplikasi pinjaman lanjutan (Jati et al., 2021).

Khan (2011) menegaskan mengenai inklusi keuangan mampu memiliki efek positif dan negatif terhadap stabilitas sistem keuangan. Inklusi keuangan berpotensi menurunkan standar kredit lembaga keuangan yang berdampak negatif. Lembaga keuangan bertujuan untuk menjangkau masyarakat umum yang belum mengenal bank (*unbankable*) dengan menurunkan persyaratan pinjaman. Peningkatan fasilitas jasa keuangan, penurunan standar operasional, atau pendirian lembaga keuangan pedesaan dapat meningkatkan risiko reputasi bank. Selain itu, regulasi lembaga keuangan mikro yang tidak memadai dan belum matang dapat mengakibatkan ketidakstabilan perkembangan ekonomi di Indonesia. Jika dimungkinkan untuk lebih mengembangkan transmisi strategi terkait uang, meningkatkan keamanan basis toko, dan meningkatkan perluasan sumber daya perbankan, pertimbangan moneter dapat berdampak positif untuk perkembangan ekonomi.

Menurut (Todaro & Smith, 2011), kemampuan suatu negara untuk meningkatkan pendapatan nasionalnya secara berkala dapat tercermin dari tingkat pertumbuhan ekonominya yang merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunannya. (Hannig & Jansen, 2010) mengungkapkan hal tersebut dalam pemeriksaannya pengaturan administrasi keuangan harus sebagian besar ditugaskan untuk pertemuan gaji yang rendah karena selain dapat meningkatkan kesehatan keuangan juga dapat membantu mendukung tindakan keuangan terdekat.

Rifa'i (2017) menyatakan bahwa perusahaan yang dijalankan secara mandiri, tanpa kelompok usaha induk atau beroperasi di bawah kelompok tertentu, yang membuat tujuan bisnis tersebut sulit tercapai yaitu karena modal kerena meskipun posisi UMKM sentral dalam perekonomian, namun akses modal masih terbatas. (Abor & Quartey, 2010) dalam (Rahayu & Mudholifah, 2017) berpendapat mengenai pembiayaan nonkonvensional dan masalah lain yang berkaitan dengan pengelolaan usaha seringkali menyebabkan UMKM biasanya mengalami keterlambatan atau kesulitan bersaing dengan perusahaan besar.

Menurut (Beck, et al 2006), modal dan utang merupakan sumber utama yang dimiliki UMKM. Faktor keuangan memainkan peran penting dalam keputusan pendanaan bisnis. Akibatnya, UMKM harus memiliki alternatif pembiayaan operasionalnya, termasuk pembiayaan internal melalui modal sendiri dan utang dari sumber luar. UMKM sangat bergantung pada modal untuk menjalankan bisnisnya, dan utang dapat bermanfaat bila digunakan secara efektif. Menurut (Riyanto, et al 2016), kombinasi yang optimal pada saat pemilihan sumber pembiayaan dapat berpengaruh terhadap struktur modal sehingga cukup kuat untuk menjalankan kegiatan usaha dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

Pada struktur modal cara mendapatkan dana untuk membiayai kegiatan operasional, yaitu termasuk investasi (pendanaan jangka panjang) dan modal kerja (pendanaan jangka pendek). Pengalaman belajar UMKM saat ini menjadi sebuah hal yang berharga, kerena dengan ini bisa untuk mekurangi persyaratan dari subsidi luar. Pada intinya UMKM yang menggunakan rekening tabungan pribadi atau modal internal sebagai modal awal untuk pengembangan usahanya masih tidak berdaya dan tidak banyak yang berhasil melewati jatuh tempo. Ketidakmampuan UMKM untuk mencapai tujuan usahanya sebagai akibat dari keputusan keuangan mereka disebabkan oleh kurangnya akses terhadap keuangan. Kemudahan mendapatkan pembiayaan dapat membantu meringankan masalah arus kas yang dihadapi UMKM. Menurut (Ummah, et al, 2017), wirausahawan mampu menyempurnakan kesejahteraan masyarakat miskin dengan menjangkau lebih banyak lapangan kerja, meningkatkan output, dan memiliki akses permodalan. Karena kurangnya literasi kredit, mayoritas responden survei (Siahaan, et al, 2018) menggunakan sumber modal mereka sendiri, yang menciptakan stigma tentang suku bunga kredit yang tinggi dan garis birokrasi yang panjang, membuat masyarakat enggan untuk mengakses layanan lembaga keuangan.

Masyarakat setempat dan masyarakat yang tergolong ekonomi lemah mampu meningkatkan taraf hidup mereka jika ada kebijakan keuangan inklusif dalam perekonomian (Buku Kecil Inklusi Keuangan Bank Indonesia, 2014). Menurut penelitian (Marlina & Rahmat, 2018), rendahnya akses layanan keuangan disebabkan oleh kurangnya penetrasi perbankan, pendidikan atau pembelajaran, akses layanan transaksi pembayaran, tabungan, kredit, dan asuransi, serta keterbatasan akses kredit layanan karena kurangnya nasabah yang dibutuhkan oleh bank, yang mengakibatkan aplikasi kredit ditolak dan tidak ada pinjaman. Sama dengan Yuwono, et al (2017) yang mengemukakan ada hubungan antara kemampuan moneter yayasan moneter dengan tingkat penggunaan item moneter, semakin tinggi kemampuan moneter peternak lembaga moneter, semakin tinggi tingkat tujuan item institusional keuangan. Namun menurut (Oktavian, et al 2017), tidak ada perbedaan hubungan antara masyarakat yang pernah mengikuti pelatihan keuangan dalam mengelola keuangan dengan yang tidak.

Salah satu penyebab UMKM menggunakan sumber keuangan internal sebagai modal kerja adalah kurangnya pengetahuan tentang cara menggunakan sumber pembiayaan eksternal. Namun, Tujuan jangka panjang seperti ekspansi bisnis dan profitabilitas seringkali tidak memiliki sumber daya keuangan. UMKM yang terdidik secara finansial (mahir) pada akhirnya akan menggunakan produk keuangan dan layanan untuk bekerja dengan bantuan pemerintah mereka dan melindungi diri dari kemungkinan kerugian keuangan. (Survei Nasional Inklusi Keuangan: 2016).

Dimensi tambahan literasi keuangan adalah kapasitas dan kepercayaan diri yang dengannya individu dapat menerapkan pengetahuan untuk membuat keputusan keuangan. Menurut Kerangka Penilaian Literasi Keuangan (OECD INFE, 2012), literasi keuangan merupakan komponen penting dari pembangunan ekonomi dan stabilitas keuangan. Pendidikan dan Pertimbangan Moneter (SNLIK) sebuah kerangka pembangunan yang inklusif dan berkeadilan telah dituangkan pemerintah dalam rencana jangka menengah nasional (2015-2019). Salah satu caranya adalah melalui kebijakan inklusif yang memperluas layanan perbankan formal kepada masyarakat umum dan UMKM. Strategi ini dapat memberdayakan masyarakat khususnya di bidang kegiatan ekonomi dengan melibatkan seluruh lapisan masyarakat dalam kegiatan keuangan secara menyeluruh.

Yuwono et al., (2017) melakukan penelitian dengan melacak kaitan antara pendidikan moneter dengan yayasan moneter dengan tingkat pemanfaatan barang yayasan moneter, sehingga dengan tingkat pendidikan yang tinggi, semakin tinggi serta tingkat tujuan pos-pos yayasan moneter. Instruksi moneter ternyata menjadi hal yang kurang baik untuk salah satu bagian dari kemampuan moneter dan menjadi pekerjaan yang dibuat untuk lebih mengembangkan keterampilan moneter dilihat dari bagian modal dan transaksi. (Leon, et al, 2017) menyatakan bahwa pemberian instruksi moneter sebagai kelas akan membantu individu dengan mengetahui tentang keuangan agar memiliki opsi untuk mencapai yayasan moneter dengan lebih efektif. Ketika seseorang memiliki informasi dan kapasitas di bidang uang maka, pada saat itu lebih cerdas dalam menangani pilihan moneter mereka memperhatikan apa saja yang perlu dan tidak perlu digunakan sesuai kebutuhan mereka. Jadi upaya otoritas publik untuk memperluas pertimbangan moneter dibantu melalui sekolah moneter yang bermanfaat untuk pendidikan moneter.

Hasil penelitian (Hutabarat: 2018) dan (Sohilaw, 2018) menyatakan bahwa kecakapan moneter membuat perbedaan positif yang sangat besar terhadap pertimbangan moneter UMKM dengan literasi keuangan yang tinggi (atau *well-literate*) lebih menyadari pentingnya manajemen keuangan dan perencanaan yang pada akhirnya meningkat dalam operasional bisnis. Kemampuan untuk memilih dan memanfaatkan barang dan jasa keuangan yang memperhatikan profil risiko yang akan diperoleh dengan literasi keuangan yang baik, kondisi ini akan mengurangi hal-hal yang tidak diinginkan (Yuwono dkk, 2017). Hal ini, dapat memperlambat pertumbuhan kredit sektor informal sambil meningkatkan inklusi keuangan UMKM akan lebih percaya diri dan dapat dengan mudah menjangkau penggunaan produk dan layanan keuangan dengan bekal keterampilan, sikap, dan pengetahuan tentang risiko lembaga keuangan dan suku bunga, sehingga kepemilikan rekening dan penetrasi perbankan di lembaga keuangan meningkat (Sohilaw, 2018).

(Hutabarat: 2018) menyatakan bahwa keuangan inklusi akan terbuka dengan literasi keuangan yang baik dan berdampak pada perekonomian. Pada hakekatnya, aturan dibuat untuk menertibkan tujuan akhir, yaitu keadilan di bidang keuangan, terlepas dari kelebihan dan kekurangan dari pengaturan keuangan. Pengaturan *FinTech* saat ini merupakan tuntutan global. Persoalan bagaimana mengembangkan *FinTech* sama di negara maju dan berkembang, seperti Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa negara-negara berkembang harus memiliki kesempatan untuk mengejar negara-negara maju dalam hal regulasi mengingat tingkat persaingan yang dimiliki oleh negara-negara maju dan negara-negara berkembang.

UMKM dalam memupuk bisnis mereka perlu memiliki kemampuan dalam hal mengelolah inklusi keuangan. Salah satu kemampuan yang perlu para pelaku UMKM miliki yaitu kemampuan untuk mendapatkan pembiayaan menjadi salah satunya. P2P (*peer to peer*) lending, salah satu bentuk *fintech*, membuat UMKM yang tadinya tidak mengenal perbankan bisa mengenal perbankan. Pada akhirnya, *fintech* ini dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dalam bisnis dalam waktu kedepan, mendukung dan menopang para pelaku UMKM dalam pengembangan usaha UMKM. Ketidakmampuan masyarakat Indonesia untuk mendapatkan akses layanan keuangan menjadi kendala utama dalam penggunaan finansial teknologi. Baru 67,8% penduduk Indonesia yang sekarang menggunakan finansial teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa 32,2% masyarakat belum menggunakan finansial teknologi.

## 5 SIMPULAN

Literasi keuangan dan finansial teknologi merupakan dua hal yang sangat penting untuk dipahami sebelum mendirikan usaha. Terutama pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), pemahaman akan literasi keuangan tentu akan menjadi aspek penting dalam pengelolaan keuangan UMKM. Hasil wawancara menunjukan bahwa beberapa pemilik UMKM telah memiliki pengetahuan akan literasi keuangan dan beberapa menyatakan belum. Namun, mereka semua mengatakan bahwa literasi keuangan sangat penting perannya dalam kelanjutan usaha mereka. Begitu juga dengan finansial teknologi, para pemilik UMKM tersebut menyatakan bahwa finansial teknologi sangat berperan penting dalam upaya mempertahankan kelanjutan usaha mereka. Sehingga para pemilik usaha tersebut mengatakan bahwa Literasi keuangan dan finansial teknologi tentu berkaitan erat dengan inklusi keuangan pada UMKM.

Adapun saran yang perlu dilakukan oleh UMKM sekarang ini adalah mengikuti pelatihan literasi keuangan agar pelaku UMKM lebih memahami manajemen keuangan, pengelolaan utang, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Selanjutnya UMKM perlu untuk memanfaatkan *fintech* seperti dompet digital, pinjaman online, dan layanan perbankan digital agar akses mereka ke pembiayaan lebih mudah dan cepat. Dengan adopsi *fintech* yang lebih luas, UMKM bisa meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar, sehingga hasil penelitian dalam bidang ini dapat langsung diterapkan dan bermanfaat bagi pertumbuhan UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angeles, I. T. (2022). The Moderating effect of Digital and Financial Literacy on the Digital Financial Services and Financial Behavior of MSMEs. *Review of Economics and Finance*, 20, 505–515. <https://doi.org/10.55365/1923.X2022.20.57>
- Adomako, S., & Danso, A. (2014). Financial Literacy and Firm Performance: The Moderating Role Of Financial Capital Availability And Resource Flexibility. *International Journal Of Management & Organizational Studies*, 3.
- Anggraeni, B. D. (2016). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usaha Terhadap Pengelolaan Keuangan. Studi Kasus: UMKM Depok. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4, 109–121. Retrieved from literasi keuangan, pengelolaan keuangan, pencatatan, anggaran
- Artika, D., & Shara, Y. (2021). Analisis Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Keuangan

- Inklusif Pada UMKM Kota Medan. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 1(2), 237–248. <https://doi.org/10.54259/ijba.v1i2.78>
- Astari, S. (2019). STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UKM KABUPATEN LANGKAT DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM). *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Azarenkova, G., Shkodina, I., Samorodov, B., Babenko, M., & Onishchenko, I. (2018). The influence of financial technologies on the global financial system stability. *Investment Management and Financial Innovations*, 15(4), 229–238. [https://doi.org/10.21511/imfi.15\(4\).2018.19](https://doi.org/10.21511/imfi.15(4).2018.19)
- Babajide, A. A., Oluwaseye, E. O., Lawal, A. I., & Isibor, A. A. (2020). Financial technology, financial inclusion and msme financing in the south-west of Nigeria. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 26(3), 1–17.
- Bakhtiar, F., Prayoga, R., & Mulya, A. (2022). Analisis literasi keuangan dan financial technology terhadap inklusi keuangan pada pelaku UMKM perempuan. *Akuntabel*, 19(2), 260–268. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i2.11178>
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., Laeven, L., & Maksimovic, V. (2006). The determinants of financing obstacles. *Journal of International Money and Finance*, 25(6), 932–952. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2006.07.005>
- Belakang, L. (2019). *Inklusi Keuangan*. 2(1).
- Dwijayanti, N., Iqbal, M., & Zulfikar, M. (2022). The Role of Islamic Fintech P2PL in Increasing Inclusion and Financial Literacy of MSMEs. *Journal of Islamic Finance*, 11(1), 94–101.
- Dwiyantri, I. A. I., & Jati, I. ketut. (2019). Literasi Keuangan dalam Pendidikan Uang dalam Keluarga. *Tjybjb.Ac.Cn*, 27(2), 58–66.
- Eniola, A. A., & Entebang, H. (2017). SME Managers and Financial Literacy. *Global Business Review*, 18(3), 559–576. <https://doi.org/10.1177/0972150917692063>
- Eresia-Eke, C. E., & Raath, C. (2013). SMME Owners' Financial Literacy and Business Growth. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(November), 397–406. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n13p397>
- Fiantika, F. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin, March*, 54–68.
- Fitriani, H. (2018). KONTRIBUSI FINTECH DALAM MENINGKATKAN KEUANGAN INKLUSIF PADA PERTANIAN (Studi Analisis Melalui Pendekatan Keuangan Syariah Dengan Situs Peer To Peer Lending Pada Pertanian Di Indonesia). *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v1i1.1392>
- Fitriastuti, T., Sari, D. M., & Purnamasari, I. (2015). Implementasi Keuangan Inklusif Bagi Masyarakat Perbatasan (Studi Kasus Pada Kutai Timur, Kabupaten Kutai Kartanegara Dan Kota Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia). *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, c, 40–46. <http://fe.unp.ac.id/>
- Gunawan, A., Jufrizen, & Pulungan, D. R. (2023). Improving MSME performance through financial literacy, financial technology, and financial inclusion. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 15(1), 39–52. <https://doi.org/10.33094/ijaefa.v15i1.761>
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>
- Irman, M., Budiyanoto, B., & Suwitho, S. (2021). Increasing Financial Inclusion Through Financial Literacy And Financial Technology On MSMEs. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 2(2), 126–141. <https://doi.org/10.37385/ijedr.v2i2.273>
- Jati, H., De Rosary, E., Faggidae, A. H. J., & Makatita, R. F. (2021). the Importance of Financial Literacy and Technological Literacy for the Sustainability of the Culinary Business in Kota Kupang During the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Economics, Business and*

- Management Research*, 5(01), 2021. [www.katadata.co.id/](http://www.katadata.co.id/)
- Kurihara, Y. (2013). Does Financial Skill Promote Economic Growth? *International Journal of Humanities and Social Science*.
- Lewis, S., & Lindley, D. (2015). Financial Inclusion, Financial Education, and Financial Regulation in the United Kingdom. *SSRN Electronic Journal*, 544. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2672777>
- Leon, F. M., Ekonomi, F., & Trisakti, U. (2017). Pemahaman Pengetahuan Keuangan Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 103–116
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2006). The Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth. *National Bureau Of Economic Research*, 2–37.
- Maghfiroh, A., & Rahmawati, L. (2021). Pengembangan Umkm Melalui Peran Serta Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1545–1556.
- Nasution, LN; Dwilita, H. (2016). Keuangan Inklusif Dan Pertumbuhan Ekonomi Sumut. *JURNAL ILMIAH RESEARCH SAINS*, 2(SEPTEMBER), 94–101.
- Nur Hamidah, Rida Prihatni, & IGKA Ulupui. (2020). The Effect Of Financial Literacy, Fintech (Financial Technology) and Intellectual Capital On The Performance Of MSMEs In Depok City, West Java. *Journal of Sosial Science*, 1(4), 152–158. <https://doi.org/10.46799/jsss.v1i4.53>
- Oktavianti, V., Hakim, M.S., Kunaifi, A. (2017). pengaruh literasi keuangan dan persyaratan kredit terhadap akses kredit formal pada UMKM di Surabaya. *JURNAL SAINS DAN SENI ITS*, 6(1), 1–5.
- Pletscher, W. (1988). Antiinfekta: Vor, Mit Oder Nach Dem Essen? *Schweizerische Apotheker Zeitung*, 126(8), 212–218.
- Priharsari, D., & Indah, R. (2021). Coding untuk menganalisis data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan. *Jurnal Kedokteran Syiah Kuala*, 21(2), 130–135. <https://doi.org/10.24815/jks.v21i2.20368>
- Rifa'i, A. (2017). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM. *HUMAN FALAH*, 4(2). <https://doi.org/10.24042/febi.v2i2.1639>
- Riyanto, N., Simatupang, R. A., & Bopeng, L. S. (2016). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 11(1)
- Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2018). Fintech sebagai salah satu solusi pembiayaan bagi UMKM. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(2), 89-100.
- Rusdianasari, F. (2018). Kata kunci: Fintech, Inklusi Keuangan, Stabilitas Sistem Keuangan Klasifikasi JEL: G23, E4, E6,. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 11(2), 244–253.
- Said, S., & Amiruddin, A. M. A. (2017). Literasi Keuangan Syariah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam ( Studi Kasus UIN Alauddin Makasar ) Salmah Said dan Andi Muhammad Ali Amiruddin Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Keywords: Literasi , Keuangan , Islam , Perguruan Tinggi , UIN Alaud. *Al-Ulum*, 17(1), 44– 64. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>
- Siahaan, S., Mayes, A., & Widayatsari, A. (2018). Analisis Pemilihan Sumber Modal Pedagang Di Pasar Simpang Baru Pekanbaru. *JOM FEB*, 1, 1–13.
- Thathsarani, U. S., & Jianguo, W. (2022). Do Digital Finance and the Technology Acceptance Model Strengthen Financial Inclusion and SME Performance? *Information (Switzerland)*, 13(8). <https://doi.org/10.3390/info13080390>
- Ummah, B. B., Nuryantono, N., & Anggraeni, L. (2017). *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, hlm. 21-40 Vol 6 No 1. 6(1), 21–40
- Yuneline, M. H. (2022). Implications of Shariah Financial Technology in Increasing Financial Inclusion to Micro, Small, and Medium Enterprises. *Islamiyyat*, 44(1), 89–99. <https://doi.org/10.17576/islamiyyat-2022-4401-8>
- Yushita, A. N. (2017a). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1).

- <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>  
Yushita, A. N. (2017b). PENTINGNYA LITERASI KEUANGAN BAGI PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1).  
<https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>
- Yuwono, M., Suharjo, B., Sanim, B., & Nurmalina, R. (2017). Analisis Deskriptif Atas Literasi Keuangan Pada Kelompok Tani. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 1(3), 407.  
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2017.v1.i3.2400>

## Mengungkap Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Pengelolaan PAD dan APBD di Kalimantan Tengah

Okta Malinda, Muhammad Aji Lampang, Muhammad Abshar Noer Ramadhan, Pratama, Mar' Erfan Hadi Pratama, Theresia Octaviani, Glenn Andrenossa

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya  
Email: okta.malinda@feb.upr.ac.id; ajilam3440@gmail.com; absarramadhan@gmail.com; pratama.bth.03@gmail.com; marelpahadiparatama@gmail.com; theresia.octaviani@feb.upr.ac.id; glennandrenossa@feb.upr.ac.id

---

Diterima:  
29 September 2024

Diterima Setelah Revisi:  
4 Oktober 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap tingkat kepercayaan pengelolaan PAD dan APBD di Provinsi Kalimantan Tengah. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Provinsi Kalimantan Tengah dengan usia 20 tahun ke atas. Pengumpulan data dilakukan dengan metode purposive sampling dengan menggunakan instrumen kuesioner yang sesuai dengan kriteria sampel. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dengan menggunakan IBM SPSS S. Berdasarkan hasil penelitian terkait variabel persepsi dan variabel kepercayaan, rata-rata jawaban responden menunjukkan hasil yang netral. Netralitas ini mungkin disebabkan oleh rasa segan atau kekhawatiran masyarakat dalam mengekspresikan pandangan mereka secara terbuka mengenai pengelolaan PAD dan APBD, yang dapat mencerminkan kehati-hatian dalam berpendapat mengenai isu-isu yang berhubungan dengan pemerintah daerah. Selain itu, diketahui bahwa persepsi masyarakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan terhadap pengelolaan PAD dan APBD di Kalimantan Tengah dengan tingkat signifikansinya sebesar 79,6%. Hal ini berarti 79,6% dari tingkat kepercayaan masyarakat dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh persepsi masyarakat dan 20,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

**Kata Kunci:** Persepsi masyarakat, *good government*, akuntabilitas, transparansi

### Abstract

*This study aims to determine public perceptions of the level of trust in the management of PAD and APBD in Central Kalimantan Province. The sample in this study were people of Central Kalimantan Province aged 20 years and over. Data collection was carried out by purposive sampling method using a questionnaire instrument in accordance with the sample criteria. The data processing technique used is descriptive statistical analysis using IBM SPSS S. Based on the results of research related to perception variables and trust variables, the average respondent's answer shows neutral results. This neutrality may be due to the public's reluctance or concern in expressing their views openly regarding the management of PAD and APBD, which may reflect caution in having an opinion on issues related to local government. In addition, it is known that public perception has a significant influence on the level of trust in the management of PAD and APBD in Central Kalimantan with a significance level of 79.6%. This means that 79.6% of the level of public trust can be explained or influenced by public perceptions and the remaining 20.4% is influenced by other variables that are not in this research model.*

**Keywords:** Public perception, *good government*, accountability, transparency

## 1 PENDAHULUAN

Kemampuan suatu pemerintah daerah dalam melakukan pengelolaan keuangan daerah dapat menentukan tingkat kemajuan suatu daerah (Verawaty et al., 2020). Pengelolaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) serta Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan dua aspek penting dalam menjaga kemajuan dan keberlanjutan suatu wilayah. Di Kalimantan Tengah, manajemen PAD dan APBD menjadi fokus utama pemerintah daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memperbaiki infrastruktur dan pelayanan publik. Menurut Patiroid (2019), salah satu indikator kunci keberhasilan dalam pelayanan dan kesejahteraan masyarakat adalah kontribusi PAD dalam APBD. Jika kontribusi PAD semakin besar, maka akan semakin mandiri juga daerah otonom tersebut (Christianingrum & Aida, 2021). Meskipun begitu, masih terdapat permasalahan dan tantangan dalam pengelolaan PAD dan APBD yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah. Ada beberapa tantangan dalam mengelola PAD dan APBD seperti ketidakjelasan alokasi dana, penggunaan anggaran yang tidak efisien, dan tingkat akuntabilitas serta transparansi yang rendah. Sehingga hal tersebut dapat menjadi suatu faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap pengelolaan PAD dan APBD dalam penggunaan dan pelaporan dana publik (Edtiyarsih & Izzabillah, 2023; Hariani & Alang, 2019).

Kurangnya transparansi dan maraknya kasus korupsi di Indonesia, khususnya yang terjadi di Kalimantan Tengah seperti kasus bupati Katingan yang terjerat kasus korupsi penyelewengan dana APBD sebesar 31 miliar, dan kasus-kasus lainnya yang menjerat kepala desa, pegawai pemerintah, sampai dengan bupati dalam pengelolaan PAD dan APBD dapat menciptakan ketidakpercayaan masyarakat terhadap cara dana publik dikelola dan digunakan pemerintah daerah. Hal tersebut dapat mengakibatkan ketidakpatuhan masyarakat terhadap pemerintah, sehingga dapat menciptakan tata kelola yang buruk dan sulit untuk mewujudkan suatu *good government*. Dalam mengatasi hal tersebut, pemerintah perlu menjalankan kegiatannya dengan lebih transparan dan juga akuntabel atau bertanggung jawab atas segala hal yang dilakukannya (Hariani & Alang, 2019). Dengan ini, maka persepsi masyarakat akan bergeser ke sisi yang lebih baik dan menciptakan *good government* di dalam pemerintahan Provinsi Kalimantan Tengah.

Maraknya kasus-kasus tersebut, terdapat signifikansi yang penting dalam konteks pengelolaan PAD & APBD di Provinsi Kalimantan Tengah (Patiroid, 2019). Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengungkap persepsi masyarakat terhadap tingkat kepercayaan dalam pengelolaan PAD dan APBD pada Provinsi Kalimantan Tengah. Dengan memahami persepsi masyarakat, Pemerintah daerah dapat mengidentifikasi wilayah-wilayah yang memerlukan perbaikan dan mengambil langkah-langkah yang sesuai untuk memperbaiki kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan PAD dan APBD, sehingga dapat mewujudkan *good government*, yaitu pemerintahan yang baik dan beretika, yang mencerminkan tata kelola yang efektif dan bertanggung jawab di dalam Pemerintahan Provinsi Kalimantan Tengah (Yudhasena & Putri, 2019). Dalam hal ini, maka perlu diterapkannya konsep dari teori legitimasi yang dimana menurut Shafirah Pratama et al. (2022), *legitimasi theory* adalah teori yang menyatakan bahwa pemerintah berupaya mempertahankan status sosial mereka dengan memastikan bahwa kegiatan mereka searah dengan nilai dan norma yang dapat diterima dalam masyarakat. Karena masyarakat adalah pihak pemangku kepentingan atau *stakeholder* dalam pemerintahan dan bersama-sama mempunyai peran yang penting dalam memajukan suatu daerah (Suryani & Robiansyah, 2022). Hal ini sejalan dengan *Stakeholder Theory* yaitu kerangka dasar untuk memahami dan mengelola kepentingan berbagai pemangku kepentingan (Masyarakat dan Pemerintah), yang penerapan nantinya dapat diperluas ke bidang lain seperti tanggung jawab sosial, etika, kesetaraan, ekonomi, dan keberlanjutan.

## 2 KAJIAN PUSTAKA

### 2.1. *Stakeholder Theory*

Menurut Mahajan et al. (2023), *Stakeholder Theory* adalah kerangka dasar untuk memahami dan mengelola kepentingan berbagai pemangku kepentingan, yang implikasinya kemudian dapat diperluas ke bidang lain seperti tanggung jawab sosial perusahaan, etika, dan keberlanjutan. Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*) pertama kali disampaikan oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984. Mendrofa et al. (2022) menjelaskan bahwa *stakeholder* adalah individu, kelompok masyarakat, dan organisasi tanpa memperhitungkan laki-laki maupun perempuan, yang diperhitungkan hanyalah individu atau kelompok yang memiliki sebuah kepentingan atau keterlibatan dalam suatu kegiatan. Dalam konteks pemerintahan, *stakeholder* adalah masyarakat umum yang memiliki kepentingan terkait pengelolaan infrastruktur oleh pemerintah dan merasakan dampak dari hal tersebut. Pemerintah wajib memikirkan kepentingan masyarakat dalam pengelolaan PAD dan APBD agar dapat meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat serta menciptakan *good government* di dalam pemerintahan Provinsi Kalimantan Tengah.

### 2.2. *Legitimasi Theory*

Teori legitimasi yang pertama kali diusulkan oleh Downing dan Pfeffer tahun 1975 ini menekankan pentingnya keselarasan aktivitas perusahaan dengan memperhatikan norma dan regulasi yang berlaku dalam lingkungan sekitar (Puspitaningrum Herni Y & Indriani, 2021). Dalam ruang lingkup pemerintahan, legitimasi berhubungan dengan dukungan dan kepercayaan publik terhadap otoritas dan keputusan pemerintah. Maulida et al. (2022), menjelaskan bahwa teori legitimasi menyoroti adanya "kontrak sosial" antara organisasi dan lingkungannya, yang mencerminkan harapan masyarakat terhadap tata cara organisasi dalam menjalankan kegiatan mereka. Pada dasarnya, teori ini menekankan bahwa masyarakat merupakan faktor penting dalam pengembangan jangka panjang. Teori ini menyoroti pentingnya kebijakan dan tindakan pemerintah yang harus berdasarkan, norma, aturan, dan nilai yang ada pada masyarakat. Pemerintah harus menjalankan kegiatannya seperti pengelolaan PAD dan APBD dengan memperhatikan norma serta nilai yang ada di Masyarakat.

### 2.3. *Persepsi Masyarakat*

Menurut Virianita et al. (2019), persepsi terjadi karena suatu akibat dari proses mengelompokkan dan menafsirkan informasi yang diterima indera, sehingga hal tersebut membuat informasi dapat dimengerti. Informasi yang dimaksud dalam penelitian tersebut adalah pengelolaan PAD dan APBD yang dilakukan pemerintah di Kalimantan Tengah. Pada dasarnya persepsi sangat berhubungan dengan ekspresi dalam menanggapi segala stimulus yang berasal dari luar individu yang selanjutnya akan disimpulkan arti tertentu dari stimulus yang diterima (Siahaan & Adrian, 2021). Jadi persepsi masyarakat disini dapat disimpulkan sebagai sebuah sudut pandang atau ekspresi masyarakat terhadap sebuah stimulus yang terjadi.

### 2.4. *Good Government*

Yudhasena & Putri (2019), menyatakan bahwa *good government* dapat diartikan dalam bahasa Indonesia sebagai pemerintahan yang baik dan beretika, Ini mencerminkan tata kelola yang efektif dan bertanggung jawab dalam suatu pemerintahan atau organisasi, yang ditenagai oleh standar etika profesional yang tinggi. Ini berarti bahwa sebuah pemerintahan atau organisasi yang dijalankan dengan baik dan beretika menunjukkan kemampuan untuk mengelola sumber daya dengan efisien, mempertanggungjawabkan keputusan dan tindakan mereka, serta menjalankan kegiatan sesuai dengan nilai-nilai dan standar etika yang tinggi dalam praktik kerja mereka. Azizah & Najicha (2022), berpendapat bahwa *good government* memiliki prinsip tersendiri seperti transparansi, responsivitas, akuntabilitas, keadilan, efektifitas dan efisiensi, serta partisipasi. Penerapan konsep

*good government* dalam pengelolaan APBD dan PAD Kalimantan Tengah yang harus menekankan pentingnya tata kelola yang efektif, bertanggung jawab, dan beretika dalam administrasi pemerintahan. Dan pada intinya, *good government* adalah kerangka kerja untuk administrasi pemerintahan yang efisien, dimana tiga pilar utama ini bekerja sama dan saling mendukung dalam pengelolaan yang baik.

## 2.5. Kepercayaan Masyarakat

Kepercayaan Masyarakat adalah dasar dari interaksi yang saling percaya. Ini adalah keyakinan dalam suatu kelompok yang menuntut perilaku yang konsisten dengan nilai-nilai bersama dan kepentingan kolektif. Kepercayaan masyarakat terhadap keterbukaan pemerintah dalam Pengelolaan dana PAD dan APBD menjadi salah satu instrumen penting dalam mengukur persepsi masyarakat terhadap pemerintah daerah. Sikap pemerintah dalam menyajikan informasi PAD dan APBD merupakan pondasi untuk membangun kepercayaan masyarakat. Menurut Saputra et al. (2023), kepercayaan bukanlah hasil instan, tetapi merupakan hasil dari kontribusi setiap anggota komunitas, termasuk pemerintah dan masyarakat. Pentingnya kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah sangat terlihat dalam keberhasilan berbagai kebijakan publik yang membutuhkan partisipasi aktif dan ketaatan masyarakat (Arwati & Latif, 2019).

## 2.6. Akuntabilitas

Akuntabilitas (*accountability*) merupakan suatu prinsip pertanggungjawaban publik tentang proses penyusunan anggaran dimulai dari perencanaan anggaran, penyusunan anggaran, dan pelaksanaannya yang wajib dilaporkan dengan sebenar-benarnya dan dipertanggungjawabkan baik secara vertikal maupun horizontal. Akuntabilitas merupakan suatu tanggung jawab untuk menjelaskan terkait bagaimana kewenangan yang diperoleh (Hariyani & Alang, 2019). Dalam sebuah organisasi pemerintahan, akuntabilitas mengacu kepada penyampaian informasi kepada publik mengenai kegiatan, program, dan kinerja pemerintahan baik secara finansial maupun non-finansial. Sofyani & Tahar (2021) berpendapat bahwa akuntabilitas akan dapat menjadi tolak ukur pemerintah untuk memberikan hasil yang positif kepada masyarakat melalui praktik transparansi. Akuntabilitas adalah salah satu elemen yang penting untuk mewujudkan *good government* yang saat ini sedang dilakukan oleh negara Indonesia. Penerapan akuntabilitas dalam pengelolaan PAD dan APBD dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap tingkat kepercayaan masyarakat.

## 2.7. Transparansi

Menurut Nislandi & Munari (2023), transparansi merupakan suatu hak yang mencakup sebuah kesempatan kepada masyarakat untuk memahami keseluruhan proses dan juga pelaksanaan anggaran hingga pertanggungjawaban bagi pemerintah dalam pengelolaan keuangan. Putra & Rasmini (2019) berpendapat bahwa transparansi menunjukkan semua warga masyarakat memiliki hak yang setara untuk memahami prosesnya sebuah anggaran yang terkait dengan kepentingan dan kesejahteraan masyarakat. Penyajian informasi keuangan yang dibuat pemerintah kepada masyarakat dalam bentuk pelaporan keuangan yang jelas, relevan, serta mudah untuk dipahami merupakan bentuk transparansi (Pahlevi et al., 2022). Transparansi dalam mengelola PAD dan APBD adalah prinsip yang sangat penting dalam tata kelola keuangan daerah. Tanpa transparansi, akan sulit untuk mempertanggungjawabkan tindakan pejabat pemerintah daerah yang terpilih atas tindakan mereka.

## 2.8. Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Febrianti & Maulana (2013) tentang pengaruh, didapatkan hasil bahwa persepsi masyarakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *trust* atau kepercayaan masyarakat. Selanjutnya, diikuti oleh penelitian Hidayat & Nurlaila (2022) dengan hasil penelitiannya yaitu persepsi atau pandangan masyarakat memiliki pengaruh yang signifikan dan

bernilai positif terhadap tingkat kepercayaan masyarakat. Terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi masyarakat dan tingkat kepercayaan masyarakat. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H: Persepsi masyarakat berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan masyarakat.

### 3 METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif dengan *purposive sampling* adalah metode yang digunakan pada penelitian ini. Dengan menggunakan metode kuantitatif, kita mengukur persepsi masyarakat terkait dengan pengelolaan PAD dan APBD yang dilakukan oleh pemerintah dengan memberikan nilai pada jawaban dari setiap pertanyaan tertutup yang ada di dalam kuesioner yang telah disebar. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berdomisili di Provinsi Kalimantan Tengah. Adapun untuk sampel yang akan diambil adalah masyarakat dengan usia 20 tahun keatas yang ada di Provinsi Kalimantan Tengah, dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2015) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan tingkat *error* sebesar 5% yaitu sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Sampel} = \frac{\text{Populasi}}{1 + (\text{Populasi} \times \text{Tingkat Error}^2)}$$

$$\text{Ukuran Sampel} = \frac{1.940.500}{1 + (1.940.500 \times 5\%^2)}$$

$$\text{Ukuran Sampel} = 399,917564 = 400 \text{ Orang (dibulatkan)}$$

Selanjutnya, alat analisis yang akan digunakan di dalam penelitian ini adalah IBM SPSS Statistics untuk menguji data yang dihasilkan menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas guna memastikan bahwa informasi yang dihasilkan valid dan reliabel. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari tahu bagaimana persepsi masyarakat terhadap tingkat kepercayaan atas pengelolaan PAD dan APBD di Provinsi Kalimantan Tengah. Untuk mengetahui hal tersebut, kami mengajukan pertanyaan-pertanyaan tertutup dengan menggunakan skala likert kepada para responden dengan memperhatikan aspek transparansi, akuntabilitas, serta *good government*.

### 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Uji Validitas

Tabel 1. Uji validitas

Indikator/Item	Sig.	Kriteria	Keterangan
X.1	<0,001	Sig. < 0,05	Valid
X.2	<0,001		Valid
X.3	<0,001		Valid
X.4	<0,001		Valid
Y.1	<0,001		Valid
Y.2	<0,001		Valid
Y.3	<0,001		Valid

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) dari variabel persepsi terhadap variabel kepercayaan adalah sebesar <0,001. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Sig. (2-tailed) lebih kecil daripada tingkat signifikansinya sebesar 5% atau 0,05. Jadi, dapat diambil

kesimpulan bahwa data yang digunakan dalam mengukur persepsi masyarakat terhadap tingkat kepercayaan pengelolaan PAD dan APBD di Kalimantan Tengah merupakan data yang valid sehingga dapat digunakan dalam melakukan penelitian.

#### 4.2. Uji Reliabilitas

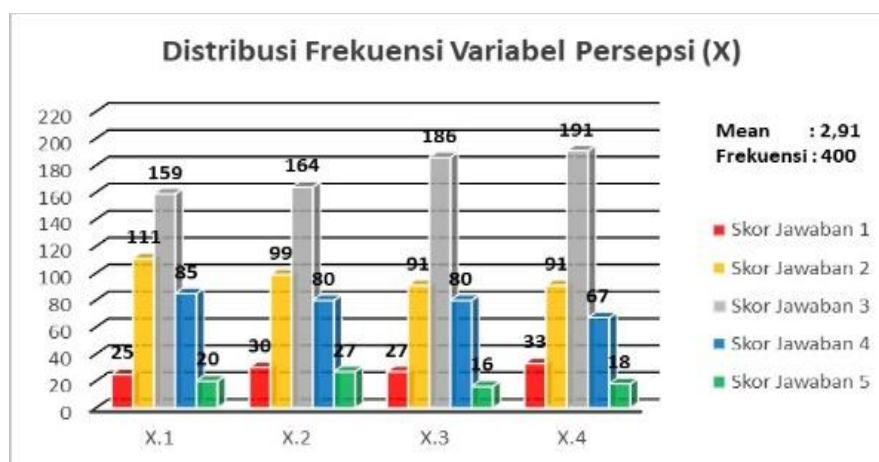
Tabel 1. Uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Persepsi (X)	0,862	Cronbach's Alpha > 0,6	Reliabel
Kepercayaan (Y)	0,765		Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari Variabel Persepsi (X) adalah 0,862 dan Variabel Kepercayaan (Y) adalah 0,765. Nilai tersebut lebih besar dari standar 0,6 Sehingga dapat diambil kesimpulan instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat menghasilkan output atau data yang jika digunakan akan tetap memberikan hasil yang konsisten bila dilakukan secara berulang-ulang terhadap subjek yang sama terkait pengukuran persepsi masyarakat terhadap tingkat kepercayaan pengelolaan PAD dan APBD di Kalimantan Tengah, dengan kata lain data tersebut reliabel atau dapat diandalkan.

#### 4.3. Analisis Deskriptif

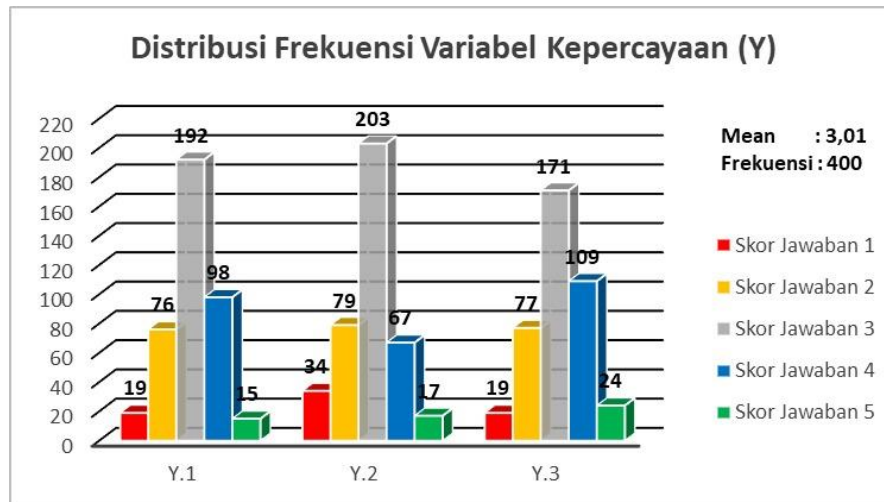
##### 4.3.1. Deskriptif Variabel Persepsi (X)



Gambar 1. hasil jawaban kuesioner variabel persepsi (x)

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa Variabel Persepsi (X) memiliki rata-rata jawaban responden sebesar 2,91 dengan kategori netral, maka dengan ini menunjukkan bahwa jawaban responden terkait persepsi terhadap pengelolaan PAD dan APBD di Kalimantan Tengah bersifat netral. Jawaban netral tersebut, dapat disebabkan oleh berbagai macam alasan, seperti kurangnya pemahaman responden terhadap pertanyaan yang diajukan atau karena ingin “bermain aman” atau bisa dikatakan tidak mau kena resiko yang di karena rasa segan dalam menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan pemerintahan. Selain itu, jawaban netral tersebut juga bisa disebabkan oleh variasi jawaban dari masing-masing responden sesuai dengan kondisi wilayahnya masing-masing.

#### 4.3.2. Deskriptif Variabel Kepercayaan (Y)



Gambar 2. hasil jawaban kuisioner variabel kepercayaan (Y)

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa Variabel Kepercayaan (Y) memiliki rata-rata jawaban responden sebesar 3,01 dengan kategori netral, maka dengan ini menunjukkan bahwa jawaban responden terkait kepercayaan terhadap pengelolaan PAD dan APBD di Kalimantan Tengah bersifat netral. Jawaban netral tersebut, dapat disebabkan oleh berbagai macam alasan, seperti kurangnya pemahaman responden terhadap pertanyaan yang diajukan atau karena ingin “bermain aman” atau bisa dikatakan tidak mau ambil resiko karena rasa segan dalam menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan pemerintahan. Selain itu, jawaban netral tersebut juga bisa disebabkan oleh variasi jawaban dari masing-masing responden sesuai dengan kondisi wilayahnya masing-masing.

#### 4.4. Uji Regresi

Tabel 2 Hasil uji regresi  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.729	.192		9.006	.000
	TOTAL_X	.627	.016	.892	39.432	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Berdasarkan output di atas, dapat diketahui bahwa nilai Sig. dari model regresi ini adalah sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Sig. lebih kecil daripada tingkat signifikansinya sebesar 5% atau 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa persepsi masyarakat memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepercayaan masyarakat terkait pengelolaan PAD dan APBD oleh pemerintah di Kalimantan Tengah.

Dari output tersebut, juga didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta.X$$

$$Y = 1,729 + 0,627.X$$

Dari persamaan regresi tersebut, dapat diuraikan bahwa:

- Nilai *Constant* sebesar 1,729, yang berarti bahwa nilai konsisten Variabel Kepercayaan (Y) adalah sebesar 1,729 jika Variabel Persepsi (X) bernilai 0. Artinya, kepercayaan Masyarakat dapat digambarkan secara konsisten bernilai 1,729 jika tidak ada pengaruh sama sekali dari Persepsi masyarakat terhadap PAD dan APBD di Kalimantan Tengah.
- Nilai Koefisien regresi Variabel Persepsi (X) sebesar 0,627 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Variabel Persepsi, maka nilai Variabel Kepercayaan akan bertambah sebesar 0,627. Hal ini berarti setiap bertambah 1 nilai dalam persepsi Masyarakat, maka kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana PAD dan APBD akan bertambah sebesar 0,627.
- Nilai Koefisien regresi Variabel Persepsi (X) tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh Variabel Persepsi (X) terhadap Variabel Kepercayaan (Y) adalah positif. Berarti, semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap pengelolaan dana PAD dan APBD oleh pemerintah daerah, maka kepercayaan masyarakat juga akan semakin tinggi.

Jadi, setiap persepsi masyarakat berubah ke arah yang lebih positif, maka kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah akan meningkat. Sebaliknya, setiap persepsi masyarakat berubah ke arah yang lebih negatif, maka kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah akan menurun.

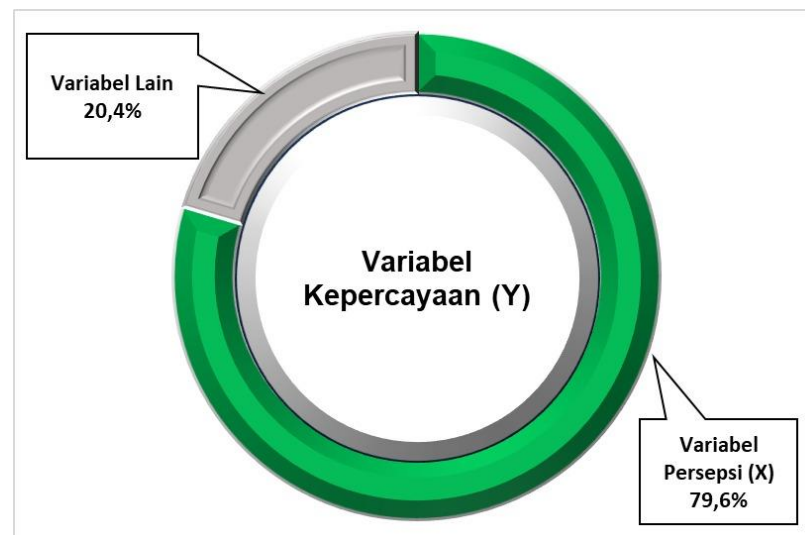
#### 4.5. Uji R<sup>2</sup>

Tabel 3. Hasil uji determinasi (R<sup>2</sup>)  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 <sup>a</sup>	.796	.796	1.026

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X

Berdasarkan output di atas, dapat diketahui bahwa nilai Koefisien Determinasi (R Square) dari model regresi ini adalah sebesar 0,796 atau 79,6%, yang mengindikasikan bahwa 79,6% dari Variabel Kepercayaan (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh Variabel Persepsi (X). Hal ini mengindikasikan bahwa Variabel Persepsi (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Kepercayaan (Y), karena sebagian besar dari Variabel Kepercayaan (Y) dipengaruhi oleh Variabel Persepsi (X). Lalu, 20,4% dari Variabel Kepercayaan (Y) sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak ada di dalam model regresi ini.

Gambar 3. Persentase output uji determinasi ( $R^2$ )

## 5 SIMPULAN

Kepercayaan masyarakat terkait pengelolaan PAD dan APBD di Kalimantan Tengah merupakan hal yang krusial karena Pengelolaan PAD dan APBD merupakan dua aspek penting dalam menjaga kemajuan dan keberlanjutan suatu wilayah. Cara pemerintah dalam menyajikan informasi mengenai PAD dan APBD adalah kunci untuk membangun kepercayaan masyarakat. Dengan memahami persepsi masyarakat, pemerintah daerah dapat mengenali area-area yang membutuhkan perbaikan dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pengelolaan PAD dan APBD, sehingga dapat mewujudkan pemerintahan yang baik. Berdasarkan hasil penelitian terkait variabel persepsi dan variabel kepercayaan, kedua variabel menunjukkan hasil yang netral. Netralitas ini mungkin disebabkan oleh rasa segan atau kekhawatiran masyarakat dalam mengekspresikan pandangan mereka secara terbuka mengenai pengelolaan PAD dan APBD, yang dapat mencerminkan kehati-hatian dalam berpendapat mengenai isu-isu yang berhubungan dengan pemerintah daerah. Selain itu, dengan memanfaatkan *Legitimasi Theory* dapat dipahami bahwa jawaban netral tersebut juga bisa disebabkan oleh variasi jawaban dari masing-masing responden sesuai dengan kondisi wilayahnya masing-masing yang dapat menyebabkan legitimasi dari masyarakat di setiap wilayah berbeda-beda. Selanjutnya, diketahui bahwa persepsi masyarakat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan mereka terhadap pengelolaan PAD dan APBD di Kalimantan Tengah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Febrianti & Maulana (2013) dan Hidayat & Nurlaila (2022). Dengan menggunakan *Stakeholder Theory*, dapat dilihat bahwa ketika pemerintah mampu mengelola ekspektasi dan kepentingan masyarakat dengan baik, persepsi yang positif akan terbentuk, yang selanjutnya akan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Sebaliknya, persepsi negatif yang tidak dikelola dengan baik dapat menurunkan kepercayaan, sehingga penting bagi pemerintah daerah untuk terus meningkatkan keterbukaan dan komunikasi dengan masyarakat. Dengan demikian, pemerintah daerah dapat membangun kepercayaan masyarakat yang lebih kuat dan memastikan bahwa sumber daya yang ada digunakan secara efektif untuk meningkatkan kemajuan dan keberlanjutan wilayah.

Pengelolaan PAD dan APBD adalah elemen penting dalam memastikan kemajuan suatu wilayah, namun masih ada beberapa tantangan yang harus diatasi dalam pengelolaannya untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah daerah. Untuk meningkatkan

kepercayaan masyarakat terkait pengelolaan PAD dan APBD, pemerintah harus dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan PAD dan APBD untuk memberikan persepsi yang positif kepada masyarakat. Kemudian, pemerintah juga perlu lebih meningkatkan pengawasan terhadap pengelolaan PAD dan APBD agar tidak terjadi penyelewengan dana yang dapat memberikan perspektif yang buruk bagi masyarakat. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan lebih memperhatikan keragaman sosial, ekonomi, dan demografi masyarakat di Kalimantan Tengah dengan menggunakan metode stratified sampling agar sampel lebih representatif. Selain itu, pendekatan kombinasi metode (kualitatif dan kuantitatif) dapat membantu menggali faktor-faktor yang mempengaruhi sikap netral responden terkait isu pemerintahan. Penting juga untuk mengeksplorasi lebih dalam dimensi transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan PAD dan APBD serta dampaknya terhadap persepsi dan kepercayaan masyarakat. Peneliti dapat menggunakan pendekatan longitudinal untuk mengamati perubahan persepsi dari waktu ke waktu, serta melakukan wawancara mendalam dengan tokoh masyarakat dan pejabat pemerintah untuk memahami dinamika yang mempengaruhi kepercayaan dan tata kelola pemerintahan yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arwati, D., & Latif, D. V. (2019). TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP TRANSPARANSI KEUANGAN DALAM E GOVERNMENT KOTA BANDUNG. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan*, 5(2), 31–39. <http://doi.org/10.21070JBMP>.
- Azizah, A. R. N., & Najicha, F. U. (2022). Pengoptimalan E-Government Di Indonesia Berdasarkan Prinsip-Prinsip Good Government. *Law, Development & Justice Review*, 5(2), 237–247.
- Christianingrum, R., & Aida, A. N. (2021). *ELASTISITAS PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DI INDONESIA PADA ERA OTONOMI DAERAH Elasticity of Regional Original Income in the Era of Regional Autonomy Ratna Christianingrum dan Ade Nurul Aida* (Vol. 6, Issue 1).
- Edtiyarsih, D. D., & Izzabillah, N. (2023). URGENSI ANGGARAN KAS DALAM MEWUJUDKAN PELAKSANAAN ANGGARAN PENDAPATAN DAN BELANJA DAERAH (APBD) YANG EFISIEN PADA BAGIAN PEREKONOMIAN DAN ADMINISTRASI PEMBANGUNAN. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 12(4), 368–382. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v12i4.74800>
- Febrianti, L., & Maulana, H. (2013). PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT PADA KINERJA KEPOLISIAN TERHADAP KEPERCAYAAN PADA KEPOLISIAN. *Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*, 2(1), 63–71. <https://doi.org/10.21009/JPPP>
- Hariani, S., & Alang, S. (2019). ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI “STAKEHOLDERS” EKSTERNAL DAN INTERNAL TENTANG AKUNTABILITAS PENGELOLAAN KEUANGAN DAERAH. In *Mabiska Jurnal* (Vol. 4, Issue 1).
- Hidayat, M. T., & Nurlaila. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Kepercayaan Pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 12(7), 18569–18586. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.10985>
- Mahajan, R., Lim, W. M., Sareen, M., Kumar, S., & Panwar, R. (2023). Stakeholder theory. *Journal of Business Research*, 166. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114104>
- Maulida, M. N., Yousida, I., & Lestari, T. (2022). Analisis Pengelolaan Keuangan Program Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Bkkbn Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 133–140.
- Mendrofa, V. M., Ndraha, A. B., & Telaumbanua, Y. A. (2022). PERAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DI PT. CABANG BANK SUMUT GUNUNGSITOLI DALAM MENJARING KERJASAMA DENGAN STAKEHOLDER SEBAGAI MITRA KERJA

- PEMERINTAH DI KOTA GUNUNGSITOLI THE ROLE OF TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AT PT. BANK SUMUT GUNUNGSITOLI BRANCH IN COLLABORATING WITH STAKEHOLDER AS PARTNERS GOVERNMENT IN GUNUNGSITOLI CITY. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1517–1524.
- Nislandi, N. A., & Munari. (2023). *PENGARUH KOMPETENSI PEMERINTAH DESA, TRANSPARANSI, DAN SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP AKUNTABILITAS PENGELOLAAN DANA DESA DI SIDOARJO* (Vol. 12, Issue 2).
- Pahlevi, M. I., Susilowati, E., & Widoretno, A. A. (2022). Pengaruh transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat terhadap pengelolaan alokasi dana desa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1480–1486. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Patiroi, A. (2019). ANALISIS KEMAMPUAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAERAH DALAM MEMBIAYAI BELANJA DAERAH PADA PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN BANTAENG. In *Economic* (Vol. 2, Issue 2).
- Puspitaningrum Herni Y, & Indriani, A. (2021). 32373-70681-1-SM. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(3), 1–15.
- Putra, I. M. Y. D., & Rasmini, N. K. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, dan Partisipasi Masyarakat Pada Efektivitas Pengelolaan Dana Desa. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(1), 132–158. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i01.p06>
- Saputra, A., Sutrasno, D., Setiawan, W., Penelitian, P., & Polri, P. (2023). *Analisis Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kinerja Polri Tahun 2022*.
- Shafirah Pratama, I., Risma, D., & 2\*, D. (2022). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap institutional ownership pada perusahaan high-profile yang listing di bursa efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(3), 540–550. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.11701>
- Siahaan, C., & Adrian, D. (2021). *KOMUNIKASI DALAM PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG KEBIJAKAN PEMERINTAH DIMASA PANDEMI (Studi Kasus Pada Kebijakan Vaksin Covid-19)* (Vol. 8, Issue 2).
- Sofyani, H., & Tahar, A. (2021). PERAN AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI PEMERINTAH DESA INDONESIA TERHADAP KEPERCAYAAN MASYARAKAT DESA: KASUS DI KABUPATEN BANTUL. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 4(1), 10–25. <https://doi.org/10.22219/jaa.v4i1.16481>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.
- Suryani, P., & Robiansyah, A. (2022). Open Government dan Kinerja Keuangan Daerah Pemerintah Kabupaten Bengkulu Tengah. *JURNAL RISET MAHASISWA AKUNTANSI*, 10(1), 60–70.
- Verawaty, Kemala Jaya, A., Puspanita, I., & Nurhidayah. (2020). *Pengaruh PAD dan Dana Perimbangan terhadap Kinerja Keuangan* (Vol. 19, Issue 1).
- Virianita, R., Soedewo, T., Amanah, S., & Fatchiya, A. (2019). Farmers' Perception to Government Support in Implementing Sustainable Agriculture System. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 24(2), 168–177. <https://doi.org/10.18343/jipi.24.2.168>
- Yudhasena, I. G. I., & Putri, I. G. A. M. A. D. (2019). Pengaruh Good Government Governance, Pengendalian Intern, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi Perangkat Daerah (OPD). *E-Jurnal Akuntansi*, 28(1), 434–464. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i01.p17>

---

**Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran  
Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor  
Food and Beverages Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun  
2017-2022**

**Aninditha Putri Kusumawardhani, Elan Rusnendar, dan Lina Noviyanti**  
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia  
Email: anindithaputri@unibi.ac.id; elanrusnendar@unibi.ac.id; linanoviyanti02@gmail.com

---

Diterima:  
30 September 2024

Diterima Setelah Revisi:  
11 Oktober 2024

Dipublikasikan:  
24 Oktober 2024

---

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar pengaruh perputaran kas, perputaran piutang dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022 secara parsial dan simultan. Data sekunder yang dipakai dalam penelitian ini adalah data dari laporan keuangan perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2022. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 54 laporan keuangan dari 9 perusahaan *food and beverages* selama enam tahun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikasi. Teknik pengujian data menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien korelasi berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial dan uji simultan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel perputaran kas berpengaruh terhadap profitabilitas. perputaran piutang tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Perputaran persediaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Secara simultan perputaran kas, perputaran piutang dan perputaran persediaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

**Kata Kunci:** Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan, Profitabilitas

### Abstract

*This study aims to determine the effect and how big the influence of cash turnover, accounts receivable turnover and inventory turnover on profitability in food and beverages sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2017-2022 partially and simultaneously. The secondary data used in this study is data on the financial statements of companies in the food and beverage subsector that are listed on the Indonesia Stock Exchange for 2017-2022. The number of samples used was 54 financial reports from 9 food and beverage companies for six years. The method used in this research is quantitative analysis with descriptive and verification method, Data testing techniques use the classical assumption test, multiple linear regression test, multiple correlation coefficient test, coefficient of determination test, partial and simultaneous. The results of this study indicate that partially the cash turnover variable has an effect on profitability. Receivable turnover has no effect on profitability. Inventory turnover has no effect on profitability. Simultaneously cash turnover, accounts receivable turnover and inventory turnover affect profitability*

**Keywords:** Cash Turnover, Receivables Turnover, Inventory Turnover, Profitability

## 1 PENDAHULUAN

Perusahaan *food and beverages* merupakan sub sektor yang sangat strategis karena

mendukung ketahanan pangan dan memberikan kontribusi yang cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja, maupun dalam perolehan devisa. Perusahaan *food and beverages* berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin), pertumbuhan industri ini didorong oleh meningkatnya produksi komoditas *food and beverages*. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan *food and beverages* memiliki kemampuan yang baik dalam menghasilkan laba.

Perusahaan *food and beverages* ikut berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Maka dari itu, peneliti memilih perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian karena perusahaan *food and beverages* berperan penting dalam memenuhi kebutuhan utama masyarakat dengan produk yang banyak diminati bahkan telah menjadi kebutuhan sehari-hari dan memiliki persaingan yang tinggi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *food and beverages* pada penelitian ini yang dipilih untuk menjadi objek penelitian di bidang *food and beverages* ini adalah 9 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022.

Kemajuan teknologi dan informasi dimasa sekarang ini, menciptakan persaingan yang tajam diantara perusahaan. Pada umumnya semua perusahaan mempunyai tujuan pokok yaitu dapat memaksimalkan laba perusahaan demi kelangsungan usahanya. Perusahaan harus bisa memasarkan produk yang diproduksinya kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan dengan kualitas produk yang baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dibandingkan perusahaan lain. Dalam hal ini, tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur dari laba yang diperoleh. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba (keuntungan) dalam waktu tertentu. Dalam hal ini perusahaan harus segera mengambil keputusan guna meningkatkan kembali profitabilitas yang menurun. Profitabilitas yang semakin baik sangat diperlukan bagi perusahaan karena membuat investor percaya dan kemudian menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva serta digunakan untuk operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yaitu *Return on Investment (ROI)*. *Return on Investment (ROI)* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan. Nilai *Return on Investment (ROI)* yang tinggi tentunya akan berdampak baik terhadap perusahaan karena para investor akan berlomba-lomba menanamkan saham atau modal kepada perusahaan tersebut. Untuk mengetahui perusahaan tersebut dapat menghasilkan *Return on Investment (ROI)* yang diharapkan maka perlu adanya suatu analisis. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis rasio keuangan. Dalam hal ini peneliti memilih perputaran kas yang digunakan untuk melihat kemampuan kas dalam menghasilkan pendapatan sehingga dapat dilihat berapa kali uang kas berputar dalam satu periode tertentu.

Perputaran Kas diperlukan perusahaan untuk membiayai operasional perusahaan sehari-hari maupun untuk mengadakan investasi baru dalam aktiva tetap dalam mengukur tingkat perputaran kas sumber masuknya kas yang telah tertanam dalam modal kerja adalah berasal dari aktivitas operasional perusahaan. Semakin tinggi tingkat perputaran kas artinya semakin cepat kembalinya kas masuk dan keuntungan yang diperoleh akan semakin besar sehingga akan cepat dalam pengembalian modal kerja yang dapat digunakan kembali untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah perputaran kas ini menandakan tingkat perputarannya semakin tidak efisien dan keuntungan yang diperoleh perusahaan juga akan semakin kecil. Selain perputaran kas, peneliti memilih perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode. Piutang ini terjadi akibat dari penjualan barang atau jasa kepada konsumen dengan cara diangsur (kredit). Perusahaan dengan nilai piutang jumlah tertinggi ini dapat diartikan bahwa semakin baik kondisi keuangan. Sebaliknya semakin lambat perputaran piutang maka semakin buruk kondisi keuangan perusahaan karena semakin lama

piutang tersebut berubah menjadi uang tunai (kas). Selain perputaran piutang, peneliti memilih perputaran persediaan sebagai rasio keuangan yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur seberapa lama waktu yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menjual persediaanya.

## **2 KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1 Manajemen**

Manajemen adalah suatu rangkaian aktivitas (termasuk perencanaan, pengorganisasian, pimpinan dan pengendalian) yang diarahkan pada penggunaan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien Siregar (2021:42). Manajemen sangat berperan penting dalam sebuah perusahaan manajemen yang baik akan memudahkan berjalanya suatu perusahaan dengan baik dan akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan dengan baik secara efektif dan efisien sehingga akan mengalami perkembangan dan kemajuan pada perusahaan.

### **2.2 Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan adalah keseluruhan aktivitas pengelolaan perusahaan yang berhubungan dengan usaha mendapatkan dana yang diperlukan dengan biaya-biaya yang minimal dan syarat-syarat yang paling menguntungkan serta usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin Hasan, dkk (2022:4). Manajemen keuangan merupakan segala kegiatan ataupun aktivitas pada perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana caranya agar bisa mendapatkan pendanaan modal kerja, menggunakan atau mengalokasikan dana tersebut serta mengelola aset yang telah dimiliki perusahaan guna mencapai tujuan utama pada suatu perusahaan.

### **2.3 Laporan Keuangan**

Hanggara (2019:29) mengungkapkan Laporan keuangan adalah laporan yang dirancang untuk para pembuat keputusan mengenai posisi keuangan dan kinerja perusahaan. Dalam hal ini laporan keuangan, sudah merupakan kewajiban setiap perusahaan untuk membuat dan melaporkan keuangan perusahaannya pada suatu periode tertentu yang terdiri dari laporan neraca, perhitungan laba rugi serta laporan perubahan ekuitas dan laporan arus kas disuatu perusahaan. Laporan keuangan akan menentukan langkah apa yang dilakukan perusahaan sekarang dan kedepan, dengan melihat berbagai persoalan yang ada baik kelemahan maupun kekuatan yang dimilikinya.

### **2.4 Rasio Keuangan**

Sapinah, dkk (2023:82) menyatakan rasio keuangan adalah alat untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dengan cara membandingkan angka rasio dengan angka rasio pembanding sebagai standar untuk menggambarkan perubahan kondisi keuangan perusahaan.

### **2.5 Rasio Profitabilitas**

Sudarno, dkk (2022:01) menyatakan rasio profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dari setiap kegiatan yang dilakukan baik didalam maupun diluar perusahaan. Rasio profitabilitas ini merupakan perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari pendapatan terkait penjualan, aktiva dan ekuitas atas dasar pengukuran tertentu.

## 2.6 Return On Investment (ROI)

Wati (2019:29) menyatakan *Return on Investment* (ROI) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan. Analisis *Return on Investment* (ROI) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan investasi yang ditanamkan dalam asset yang digunakan untuk memperoleh keuntungan. Rumus yang digunakan untuk mencari *Return on Investment* (ROI) sebagai berikut :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Sumber : Ompusunggu dan Wage (2021)

## 2.7 Perputaran Kas

Rasio perputaran kas merupakan rasio yang digunakan oleh perusahaan untuk dapat mengukur tingkat kecukupan modal kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan untuk dapat mengukur tingkat kecukupan modal kerja yang dibutuhkan perusahaan untuk membayar tagihan-tagihan dan membiayai penjualan. Sapinah, dkk (2023:84).

$$\text{Perputaran Kas} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata - rata kas}}$$

Sumber : Bahri, dkk (2018)

## 2.8 Perputaran Piutang

Perputaran piutang digunakan untuk mengukur berapa kali piutang dapat diubah oleh perusahaan menjadi kas Ade, dkk (2021:102).

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Rata - rata Piutang}}$$

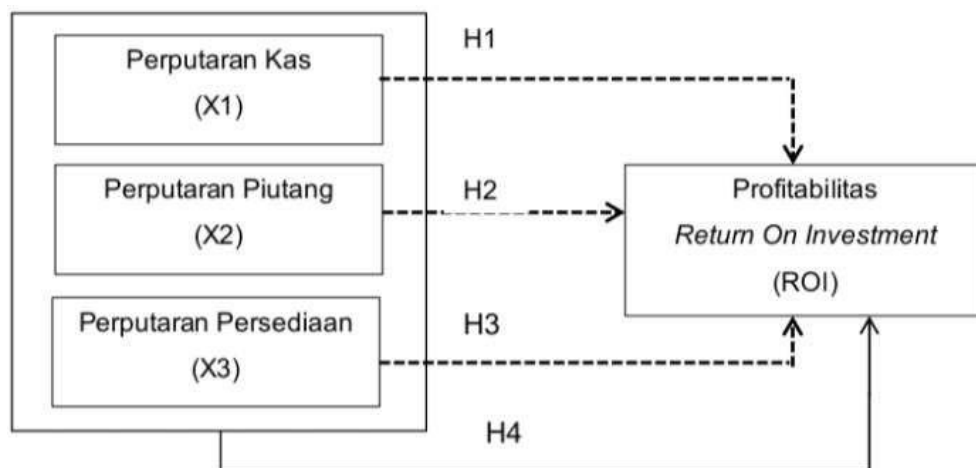
Sumber : Agusfianto, dkk (2022)

## 2.9 Perputaran Persediaan

Perputaran persediaan adalah rasio keuangan yang digunakan untuk menunjukkan berapa kali perusahaan telah menjual atau mengganti persediaan selama periode tertentu Azwar, dkk (2022: 40).

$$\text{Perputaran Persediaan} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Rata - rata persediaan}}$$

Sumber : Agusfianto, dkk (2022)



Gambar1. Paradigma Penelitian  
Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2023

Ditentukan bahwa rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

H1 = Perputaran kas berpengaruh terhadap profitabilitas pada Perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2022

H2 = Perputaran piutang berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2022

H3 = Perputaran persediaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017- 2022

H4 = Perputaran kas, Perputaran piutang dan Perputaran persediaan berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2022

### 3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan rancangan kegiatan, ruang lingkup atau objek, bahan dan alat utama, tempat, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis. Aminah dan Roikan (2019:65) menyatakan metode penelitian adalah metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian. Maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan informasi, sehingga peneliti dapat menemukan jawaban atas permasalahan pada penelitiannya. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan metode deskriptif dan verifikatif.

Metode kuantitatif berfokus pada penelitian yang spesifik, menggunakan data numerik. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data dan analisis data numerik untuk menjawab pertanyaan penelitian Asari, dkk (2019:1). Dalam analisis data metode penelitian kuantitatif memerlukan bantuan perhitungan statistik, baik statistik deskriptif maupun inferensial (yang menggunakan rumus-rumus statistik non- parametrik). Menurut Supriatin, dkk (2023:27) metode deskriptif merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk memberikan kesimpulan hasil penelitian dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data hasil penelitian.

#### 3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang didalamnya dapat memberikan informasi data penelitian. Elfrianto dan Lesmana (2022:51). populasi dalam penelitian dapat diartikan sebagai keseluruhan unit analisis yang karakteristiknya akan diteliti. Dalam

penelitian ini populasi yang digunakan adalah 282 laporan keuangan dari 47 perusahaan dalam sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022.

### 3.2 Sample Penelitian

Menurut Djaali (2020:41), menyatakan sampel adalah sebagian dari unit-unit yang ada dalam populasi, yang karakteristiknya benar-benar diselidiki atau dipelajari. Dalam suatu penelitian, survei tidak selalu perlu untuk meneliti semua unit yang ada dalam populasi karena keterbatasan biaya, tenaga dan waktu. Dengan meneliti sebagian unit-unit dari populasi yang disebut sampel, peneliti mengharapkan bahwa hasil yang diperoleh akan menggambarkan sifat atau karakteristik populasi yang bersangkutan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka teknik pengambilan sampel harus memenuhi syarat-syarat tertentu.

Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *non probability sampling*. Menurut Anshori dan Iswati (2017:113) menyatakan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Karena populasi dan tidak semua perusahaan melampirkan laporan keuangannya dengan lengkap, maka peneliti memilih teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Menurut Anshori dan Iswati (2017:113), menyatakan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Terdapat beberapa kriteria pertimbangan tertentu dalam pemilihan sampel diantaranya :

1. Perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017- 2022
2. Perusahaan sub sektor *food and beverages* yang mempublikasikan annual report tahun 2017-2022
3. Perusahaan sub sektor *food and beverages* yang memiliki data dengan jumlah tinggi. Setelah melakukan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu maka sampel dalam penelitian ini adalah 54 laporan keuangan dari 9 perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022.

Tabel 1. Perusahaan Food and Beverages

No	Emiten	Nama Perusahaan
1	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
2	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk
3	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk
4	ULTJ	PT. Ultra Jaya Milk Industri & Trading Company Tbk
5	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk
6	ADES	PT. Akasha Wira International Tbk
7	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk
8	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industri Tbk
9	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk

## 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis maka lebih dahulu melakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian ini digunakan sebagai syarat yang harus dilakukan sebelum melakukan analisis

lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Dalam uji asumsi klasik dilakukan pengujian sebagai berikut:

Gambar 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.04888843
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.065
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

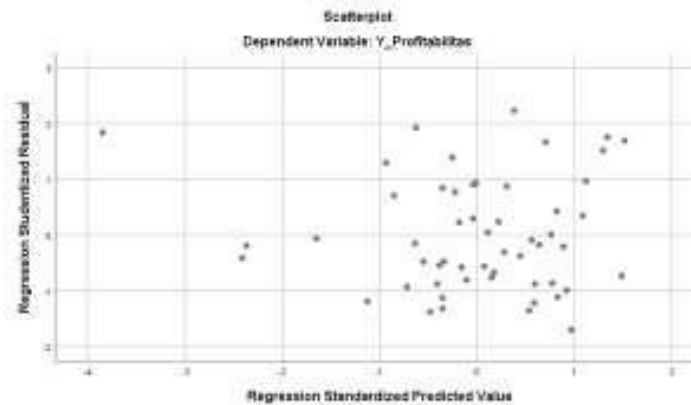
Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode One Sample Kolmogorov Smirnov Test menunjukkan hasil nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) dari semua variabel berada diatas 0,05 yaitu sebesar 0,200. Berdasarkan hasil nilai signifikansi hasil ini menunjukkan bahwa data dari ke empat variabel yang diuji memiliki data yang berdistribusi normal karena hasil nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05.

Gambar 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1_Perputaran_Kas	.995	1.005
X2_Perputaran_Piutang	.980	1.020
X3_Perputaran_Persediaan	.981	1.020
a. Dependent Variable: Y_Profitabilitas		

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel perputaran kas memiliki hasil 0,995, variabel perputaran piutang memiliki hasil 0,980 dan variabel perputaran persediaan memiliki hasil 0,981 sehingga menunjukkan hasil nilai Tolerance > 0,10 dan nilai Variance Inflation Factors (VIF) variabel perputaran kas memiliki hasil 1,005, variabel perputaran piutang memiliki hasil 1,020, variabel perputaran persediaan memiliki hasil 1,020 sehingga menunjukkan hasil Variance Inflation Factors (VIF) kurang dari 10 maka hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

Gambar 3. Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar dapat diketahui bahwa gambar tidak membentuk pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4. Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.504 <sup>a</sup>	.254	.209	5.19815	1.984
a. Predictors: (Constant), X3_Perputaran_Persediaan, X1_Perputaran_Kas, X2_Perputaran_Piutang					
b. Dependent Variable: Y_Profitabilitas					

Berdasarkan tabel dapat diketahui  $d = 1,984$  dalam tabel DW menunjukkan nilai  $K = 3$  dan  $N = 54$  maka dapat diperoleh nilai  $dL = 1,446$  dan  $dU = 1,6800$  jika  $dU < DW < 4 - dU$ , maka nilai yang diperoleh adalah  $1,6800 < 1,984 < 2,320$  sesuai dengan pengambilan keputusan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi pada penelitian ini.

Gambar 5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.360	2.471		6.620	.000
	X1_Perputaran_Kas	-.460	.134	-.422	-3.443	.001
	X2_Perputaran_Piutang	-.507	.283	-.221	-1.790	.080
	X3_Perputaran_Persediaan	.201	.101	.244	1.981	.053
a. Dependent Variable: Y_Profitabilitas						

Berdasarkan pengolahan data dapat diperoleh nilai konstanta dan koefisien regresi linear berganda sehingga dapat dibentuk model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 16,360 + (- 0,460) X1 + (-0,507) X2 + 0,201 X3$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat dijelaskan pengaruh antar variabel dari model persamaan regresi yaitu :

- Nilai konstanta sebesar 16,360 maka dinyatakan bahwa jika perputaran kas, perputaran piutang dan perputaran persediaan diabaikan ( $X1, X2, X3 = 0$ ) maka profitabilitas bernilai konstan sebesar 16,360

- b. Nilai koefisien pada perputaran kas (X1) sebesar -0,460 yang berarti jika perputaran kas dinaikkan sebesar satu-satuan ( $X_2, X_3 = 0$ ) maka profitabilitas akan menurun sebesar 0,460
- c. Nilai koefisien pada perputaran piutang (X2) sebesar -0,507 jika perputaran piutang dinaikkan sebesar satu-satuan ( $X_1, X_3 = 0$ ) maka profitabilitas akan menurun sebesar 0,507
- d. Nilai koefisien pada perputaran persediaan (X3) sebesar 0,201 jika perputaran persediaan dinaikkan sebesar satu-satuan ( $X_1, X_2 = 0$ ) maka profitabilitas akan naik sebesar 0,20.

Gambar 6. Uji Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.504 <sup>a</sup>	.254	.209	5.19815
a. Predictors: (Constant), X3_Perputaran_Persediaan, X1_Perputaran_Kas, X2_Perputaran_Piutang				
b. Dependent Variable: Y_Profitabilitas				

Berdasarkan tabel menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) perputaran kas, perputaran piutang dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas sebesar  $R = 0,504$  berada pada interpal 0.400-0.599 dan dikategorikan memiliki tingkat hubungan cukup.

#### 4.2 Uji Koefisien Determinasi

Gambar 7. Perputaran Kas Terhadap Profitabilitas

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.400 <sup>a</sup>	.160	.143	5.40902
a. Predictors: (Constant), X1_Perputaran_Kas				
b. Dependent Variable: Y_Profitabilitas				

Nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,160 yang artinya kontribusi perputaran kas terhadap profitabilitas yaitu sebesar 16%. Sedangkan sisanya 84% (100%-16%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Gambar 8. Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.168 <sup>a</sup>	.028	.010	5.81644
a. Predictors: (Constant), X2_Perputaran_Piutang				
b. Dependent Variable: Y_Profitabilitas				

Nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,028 yang artinya hubungan perputaran piutang terhadap profitabilitas yaitu sebesar 2,8%. Sedangkan sisanya 97,2% (100%-2,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Gambar 9. Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.197 <sup>a</sup>	.039	.020	5,78513
a. Predictors: (Constant), X3_Perputaran_Persediaan				
b. Dependent Variable: Y_Profitabilitas				

Nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,039 yang artinya hubungan perputaran persediaan terhadap profitabilitas yaitu sebesar 3,9% Sedangkan sisanya 96,1% (100% - 3,9%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Gambar 10. Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.504 <sup>a</sup>	.254	.209	5,19815
a. Predictors: (Constant), X3_Perputaran_Persediaan, X1_Perputaran_Kas, X2_Perputaran_Piutang				
b. Dependent Variable: Y_Profitabilitas				

Nilai koefisien determinasi Adjusted R square sebesar 0,209 yang artinya hubungan antara variabel perputaran kas X1 atau variabel perputaran piutang X2 dan Variabel perputaran persediaan X3 terhadap Profitabilitas (Y) yaitu sebesar 20,9%. Sedangkan sisanya 79,1% (100%-20,9%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

### 4.3 Uji t Parsial

Gambar 11. Perputaran Kas Terhadap Profitabilitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,895	1,078		11,037	,000
	X1_Perputaran_Kas	-.436	,139	-.400	-3,143	,003
a. Dependent Variable: Y_Profitabilitas						

Berdasarkan tabel variabel perputaran kas memiliki nilai thitung sebesar -3,143. Karena t hitung negatif maka pengujian menjadi satu sisi (one tailed) maka nilai yang diambil yaitu 3,143 dan menghasilkan nilai ttabel 1,675. Nilai signifikansi untuk variabel perputaran kas adalah 0,003, nilai ini lebih kecil dari kriteria signifikansi yaitu 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai thitung > ttabel, atau = 3,143 > 1,675. Nilai signifikansi pada perputaran kas = 0,003 < 0,05.

Dengan hasil uji t ini, maka H0 ditolak dan H1 diterima maka dapat disimpulkan bahwa perputaran kas secara parsial berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022.

Gambar 12. Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,355	2,513		4,917	,000
	X2_Perputaran_Piutang	-,388	,313	-,168	-1,230	,224

a. Dependent Variable: Y\_Profitabilitas

Berdasarkan tabel variabel perputaran piutang memiliki nilai thitung sebesar -1,230. Karena thitung negatif maka pengujian menjadi satu sisi (one tailed) maka nilai yang diambil yaitu 1,230 dan menghasilkan nilai ttabel 1,675. Nilai signifikansi untuk variabel perputaran piutang adalah 0,224, nilai ini lebih besar dari kriteria signifikansi yaitu 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai thitung < ttabel, atau = 1,230 < 1,675. Nilai signifikansi pada perputaran piutang = 0,224 > 0,05. Dengan hasil uji t ini, maka H0 diterima dan H1 ditolak maka dapat disimpulkan bahwa perputaran piutang secara parsial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022.

Gambar 13. Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,802	,830		11,807	,000
	X3_Perputaran_Persediaan	,162	,112	,197	1,447	,154

a. Dependent Variable: Y\_Profitabilitas

Berdasarkan tabel diatas variabel perputaran persediaan memiliki nilai thitung sebesar 1,447 lebih kecil dari nilai ttabel 2,009. Nilai signifikansi untuk variabel perputaran persediaan adalah 0,154, nilai ini lebih besar dari kriteria signifikansi yaitu 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai thitung < ttabel, atau = 1,447 < 2,009. Nilai signifikansi pada perputaran persediaan = 0,154 > 0,05. berdasarkan hasil uji t ini, maka H0 diterima dan H1 ditolak maka dapat disimpulkan bahwa perputaran persediaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022.

Gambar 14. Uji F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	459,381	3	153,127	5,667	,002 <sup>b</sup>
	Residual	1351,038	50	27,021		
	Total	1810,419	53			

a. Dependent Variable: Y\_Profitabilitas  
b. Predictors: (Constant), X3\_Perputaran\_Persediaan, X1\_Perputaran\_Kas, X2\_Perputaran\_Piutang

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil nilai Fhitung dari seluruh variabel bebas sebesar 5,667. Sedangkan untuk Ftabel sebesar 2,79. Maka nilai Fhitung > Ftabel 5,667 > 2,79. dan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari Nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 maka dapat disimpulkan maka H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya variabel perputaran kas, perputaran piutang dan perputaran persediaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.

## 5 SIMPULAN

Setelah melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sub Sektor *food and beverages* Tahun 2017-2022. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kondisi dari variabel perputaran kas, perputaran piutang, perputaran persediaan dan *Return on Investment* (ROI) mengalami fluktuasi, ada beberapa data perusahaan yang memiliki nilai dibawah rata-rata industri jika dilihat dari perbandingan data perputaran kas (X1) lebih banyak perusahaan yang menunjukkan hasil dibawah rata-rata industri sebanyak 35 perusahaan dan yang berada diatas nilai rata-rata industri sebanyak 19 perusahaan. Data yang dimiliki perputaran piutang (X2) perusahaan yang menunjukkan hasil dibawah rata-rata industri sebanyak 27 perusahaan dan yang berada diatas nilai rata-rata industri sebanyak 27 perusahaan. Data yang dimiliki perputaran persediaan (X3) perusahaan yang menunjukkan hasil dibawah rata-rata industri sebanyak 30 perusahaan dan yang berada diatas nilai rata-rata industri sebanyak 24 perusahaan. Begitu juga variabel *Return on Investment* (ROI) lebih banyak data yang memiliki nilai dibawah rata-rata industri yaitu sebanyak 30 perusahaan dan 24 perusahaan yang memiliki nilai rata-rata diatas industri.
2.  $Y = 16,360 - 0,460 X1 - 0,507 X2 + 0,201 X3$ . Berdasarkan persamaan regresi diatas dan nilai t hitung perputaran kas (-3,143) yang negatif. Terdapat pengaruh negatif signifikan antara perputaran kas terhadap profitabilitas, hubungan yg negatif artinya ketika perputaran kas turun maka profitabilitas meningkat, begitu juga sebaliknya. Semakin tinggi perputaran kas akan semakin baik dalam mempengaruhi profitabilitas perusahaan karena keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan akan meningkat dalam pengembalian modal kerja yang dapat digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan, semakin rendah perputaran kas ini artinya kecil keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan dan perusahaan akan sulit mengembangkan perusahaannya karena terdapat kekurangan dana didalam perusahaan tersebut.
3. Berdasarkan hasil regresi di atas bahwa ada pengaruh negatif tidak signifikan antara perputaran piutang terhadap profitabilitas, hubungan yg negative artinya ketika perputaran piutang turun maka profitabilitas meningkat, begitu juga sebaliknya
4. nilai t hitung > t tabel, atau  $3,143 > 1,675$ . Nilai signifikansi pada perputaran kas =  $0,003 < 0,05$ . Dengan hasil uji t ini, maka H0 ditolak dan H1 diterima maka dapat disimpulkan bahwa perputaran kas secara parsial berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022.
5. nilai t hitung < t tabel, atau  $1,230 < 1,675$ . Nilai signifikansi pada perputaran piutang =  $0,224 > 0,05$ . Dengan hasil uji t ini, maka H0 diterima dan H1 ditolak maka dapat disimpulkan bahwa perputaran piutang secara parsial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022.
6. nilai t hitung < t tabel, atau  $1,447 < 2,009$ . Nilai signifikansi pada perputaran persediaan =  $0,154 > 0,05$ . berdasarkan hasil uji t ini, maka H0 diterima dan H1 ditolak maka dapat disimpulkan bahwa perputaran persediaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2022.
7. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil nilai Fhitung dari seluruh variabel bebas sebesar 5,667. Sedangkan untuk Ftabel sebesar 2,79. Maka nilai Fhitung > Ftabel  $5,667 > 2,79$ . dan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari Nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  maka dapat disimpulkan maka H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya variabel perputaran kas, perputaran piutang dan perputaran persediaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anshori, Muslich dan Iswati, Sri. 2017. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Airlangga University Press
- Bahri, dkk. 2018. Buku Ajar Manajemen Keuangan, Sulawesi Selatan: Unhas Press
- Fuady, R. T., & Rahmawati, I. (2018). Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Binaniaga* Vol, 14(01).
- Ghozali. 2017. Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Samsurizal. 2022. Manajemen Keuangan. Jawa Tengah: CV. Pena Persada Redaksi
- Hidayatullah, Syarif, dkk. 2023. Metodologi Penelitian Pariwisata. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia
- Kamarudin, K., & Hasanah, U. (2020). Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas (Study Pada Perusahaan Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Growth*, 17(2), 52-71.
- Nuryani, D., Utomo, S. W., & Murwani, J. (2018, October). Pengaruh Perputaran Kas, Piutang, Dan Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur. In *FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi* (Vol. 6, No. 2).
- Ompusunggu, Hermaya & Wage, Sunarto, 2021. Manajemen Keuangan, Batam: Batam Publisher
- Sapinah, dkk. 2023. Manajemen Keuangan. Bandung: CV. Media Sains Indonesia
- Saragih, Megasari., dkk. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif Dasar-Dasar Memulai Penelitian, Yayasan Kita Menulis
- Silalahi, Ulber. 2018. Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil, Bandung: Refika Aditama
- Siregar Edison. 2021. Pengantar Manajemen dan Bisnis, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung
- Sudarno, dkk. 2022. Teori Penelitian Keuangan. Kota Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi Press
- Wati, Lela Nurlaela. 2019. Model Corporate Social Responsibility (CSR). Jawa Timur: Myra Publisher

**Website**

- [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) diakses pada Rabu, 1 Februari 2023 [www.mayoraindah.co.id](http://www.mayoraindah.co.id) diakses pada Rabu, 1 Februari 2023
- [/www.sariroti.com/id](http://www.sariroti.com/id) diakses pada Rabu, 1 Februari 2023 [www.indofoodebp.com](http://www.indofoodebp.com) diakses pada Rabu, 1 Februari 2023 [www.campina.co.id](http://www.campina.co.id) diakses pada Rabu, 1 Februari 2023 [www.indofood.com](http://www.indofood.com) diakses pada Rabu, 1 Februari 2023 [www.ultrajaya.co.id](http://www.ultrajaya.co.id) diakses pada 1 Juni 2023 [www.akashainternational](http://www.akashainternational) diakses pada 1 Juni 2023 [www.deltajkt.coid](http://www.deltajkt.coid) diakses pada 1 Juni 2023 [www.sekarbumi.com](http://www.sekarbumi.com) diakses pada 1 Juni 2023